

公众号 运营 实战手册

57招让你实现
从0到10万+

粥左罗基于百余篇「100000+」
以及「1000000+」文案的全经验分享！

粥左罗 著
插坐学院 出品

运营公众号需要哪些基本功？
如何做好内容选题策划、如何拟标题？
如何撰写爆款文章？
如何提高用户活跃度？
……
这57招，
将让你的运营力、策划力、
传播力得到快速提升！

公众号 运营 实战手册

57招让你实现
从0到10万+

粥左罗 著
插坐学院 出品

图书在版编目 (CIP) 数据

公众号运营实战手册: 57招让你实现从0到10万+/
郭左罗著. -- 北京: 中信出版社, 2018.11
ISBN 978-7-5086-9359-0

I. ①公… II. ①郭… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第187061号

公众号运营实战手册——57招让你实现从0到10万+

著 者: 郭左罗

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承 印 者: 北京楠萍印刷有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 10.5

字 数: 224千字

版 次: 2018年11月第1版

印 次: 2018年11月第1次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号

书 号: ISBN 978-7-5086-9359-0

定 价: 58.00元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

序 言

2015年4月，一个用户在“插坐学院”公众号留下了这样一句话：作为一个学院，你们连一节课都没有，干脆别叫学院了。

彼时，我正在收尾一个失败的项目：通过 App（应用程序），帮助每个用户找到最适合他的公司。

在做了小半年之后，我们发现这类需求的用户黏性不高，而且当时 O2O（线上到线下）模式风头正劲。我判断，纯线上的互联网产品机会已然不大，就决定暂缓这个项目，看看有没有更适合我们团队的方向。

这条留言把我点醒了。我们不是一直想做一家帮助年轻人成长的公司吗？为什么不直接做在职培训呢？而且，长期以来，大学应届毕业生与实际工作岗位之间，一直存在比较大的能力差距。

但是，从哪儿开始做起？培训什么内容？谁来讲课？怎么招生？收费多少？上课地点在哪儿？一连串的新问题随之而来。

好在，作为一个下定决心的创业者，这些问题对我来说，不算什么挑战。

我开始思考公司在培训业务上的执行方案。初步想法是，先找一个切入点试试。

恰巧，不久前，我写过一篇文章：《如何做好一个微信公众号？》，获得了不错的阅读量，很多人都在朋友圈转发。当时微信公众号刚刚开始流行，远达不到普及的程度，绝大部分企业都在观望。

于是，我分别给几十个阅读和转发的用户发了私信，和他们开诚布公地讨论一个问题：如果我准备一堂如何运营企业公众号的课程，你们愿意花钱报名吗？

出乎我的意料，大部分人都表示很感兴趣，时间允许就会报名。有两位同学甚至直接给我转账几百元定金：先占个座。

这对于刚经历过短暂失败的我来说，绝对是最大的鼓励。

我决定抓住这次机会，好好做一堂公众号运营课。我还把课程的主题命名为：首席微信官特训营。由我主讲，搭配几位案例讲师，共同合作完成。

很快，我们招满了第一个班、第二个班、第三个班……课程规模也越来越大，从几十人到几百人，更有上千人的付费大课。

插坐学院在新媒体培训这个方向，开始了长达3年的快速发展。在此期间，我个人授课接近200场，先后走进数十家知名企业。

2016年4月，我们获得真格基金和新榜联合投资，公司正式迈出了第一步。

这时，我开始重新思考公司的愿景。

我们要服务每一个渴望成长的职场人，以及每一家重视员工发展、追求卓越的优秀企业，就必须开发更多的课程，与更多的讲师进行合作。

于是，我在2016年6月10日的一场500人线下大课上宣布，插坐学院推出“好多课”App，正式进入在线课程模式。同时，我个

人将阶段性暂停一切线下授课，集中精力研发在线课程，招募合作讲师。

粥左罗老师就是在这个时候，走入我们视野的。

最初，我们公司的一位公众号编辑向课程组同事推荐了他，说《创业邦》杂志有一个公众号编辑，做内容很务实，也有不少运营上的野路子，应该可以试试。同时，他也提醒我们，这个编辑的个人资历并不算太深厚。

但一直以来，我都推崇实战派，所以要求课程组同事务必请粥左罗录一节课小样，我们听过之后，再做判断。

第一次听到粥左罗的课程小样，是在一个周末的早上，至今我依然印象深刻。我双手拎着从超市买回来的日用品，戴着耳机，听他讲完了两节“如何起标题”的课程：一个是巧用数字，一个是蹭知名度。

虽然在语言表达上，粥左罗的课程内容还略显生涩，但逻辑性与实用性已经非常好。

在那之前，我听过几十位老师的录音课程，要么空有名头、华而不实；要么内容浅显，不成体系。我和团队甚至一度怀疑，拓展讲师这条路是不是有问题？

但粥左罗的课程小样，给了我们很大的信心，甚至可以说是惊喜。

就是他了！我们决定，先和粥左罗合作出一个30节左右的课程试一试。

没想到，这一合作就是半年多。在这期间，我们对细节反复打磨，但总体而言，粥左罗不仅出课质量高，而且总能按时完成课稿。

随着对粥左罗的了解逐步加深，我开始力荐他推出更重磅、更系统的新媒体课程，也就是今天超过3万人学习的《公众号运营·实战指南》的1.0版本。

2017年3月，我借着粥左罗来插坐学院录课的机会，正式邀请他加入我们，职位是内容副总裁，年薪50万。

因为有了之前半年多的合作与了解，粥左罗考虑再三，最终接受了我的邀请。我们的合作，正式进入一个崭新的阶段。

紧接着，在一次公司内部会议上，我宣布了一个重要决定：插坐学院将围绕粥左罗，研发迭代新媒体在线课程，包括我曾经讲授过的所有新媒体课程内容。

整个2017年，粥左罗几乎拿出了全部精力，用来研发打磨《公众号运营·实战指南》这门系列课，包括11大模块，90节课，而且完成了一次整体迭代。

工作量之大，投入精力之多，在整个知识付费领域，都极其罕见。如今，这门课程的主体内容，由中信出版社精编出版面市，也是对课程含金量的最大认可。

我也希望能够借此机会表达我为什么要强烈推荐粥左罗的这本书。

第一，语言表达精练务实

粥左罗不仅是一个运营高手，还是一个语言表达高手。

这种能力，不仅体现在他作为一个新媒体运营专家的层面，更体现在他授课的方方面面。认真阅读这本书，你会发现，每个章节都透着四个字：精练务实。

所谓精练，就是全书没有空话，很少用新词，更不随意造

词；所谓务实，就是全书紧密结合实际工作，一切以实战应用为出发点。

第二，内容体系完整严谨

2017年6月，《公众号运营·实战指南》90节在线课程，在“好多课”App上正式更新完毕，同时已有超过1.5万人报名。

说实话，这有些超出我们的预期，因为这套课程的售价是299元/人，大幅高于同期普通在线课程的定价。

随着报名人数越来越多，每一节课，都有很多同学在学习、应用以及反馈。

为了更好地服务每一位用户，我们决定利用3个月的时间，免费升级迭代整套课程，以期让内容逻辑更严密、案例更丰富、学习更简单。

要知道，这里面的工作量极大。但粥左罗没有任何犹豫，按时完成了迭代工作。

在这里，我要特别感谢粥左罗对我们迭代决定的全力支持。

第三，作者是真正的一线实战高手

市面上有不少公众号教程，但我翻下来之后发现，很少有作者是真正的“圈内人”。

粥左罗老师2015年10月正式进入公众号运营岗位，零基础入行的他，在摸索了两个月之后开始爆发，第一篇文章就达到3万阅读量。

之后一年多的时间里，凭借着无比的勤奋和高产，粥左罗创作了上百篇阅读量10万+的文章。这些宝贵的实战经验，构成了他最初的新媒体运营知识框架。

第四，作者拥有超强的学习力与进化力

拥有一线运营实战经验的新媒体人很多，为什么粥左罗可以脱颖而出，成为这个领域的知名讲师？从和他共事以来的近距离观察看，最主要的原因，是粥左罗有着超强的学习力和进化力。

他不仅熟练掌握了具体的新媒体运营方法，还大量学习了商业案例与市场营销经典理论。他知道，自己之前的积累主要集中在创业投资领域，于是主动恶补更加普遍适用的商业知识。

所以，这本书的内容价值，远远超出具体的公众号运营范畴。

第五，作者是用户价值的坚定信仰者

最后我要说，粥左罗是一位用户价值的坚定信仰者。

他的每一次努力、进步，每一次创造卓越成果，背后真正的原动力，是他对用户价值的极度重视。

不管是写一篇文章、一条留言，还是寻找一张配图，优化一个小标题，他的标准只有一个，那就是用户价值第一。

我也特别希望，您在阅读本书的同时，不仅能够学习到丰富的实战方法，更能从中体会到用户价值这种底层运营思维的重要性。

2018年是一个非常特别的年份，公众号运营经过6年的粗放式狂奔，真正走到了一个十字路口，撞大运的机会越来越少。

回归市场逻辑，回归用户价值这个本源，精细化运营，成为每个团队的必然选择。

所以，在这样一个必须踏实的年份，出版这样一本足够踏实的公众号运营教程，无论对于付出大量心血的粥左罗老师，还是对于长期专注于新媒体培训的插坐学院，都是一种莫大的欣慰。

最后，衷心希望每位读者，都能在阅读这本书后，找到公众号运营的方向与方法，也希望每位新媒体人都能在2018年战胜流量寒冬，取得新的突破。

何 川 插坐学院创始人

2018年9月21日

目 录

序 言 / v

第 1 章 互联网时代，人人都是自媒体

内容传播的全新法则 / 003

用户阅读的六大心理特征 / 009

新媒体编辑的能力构成 / 014

输出的前提是高质量输入 / 019

第 2 章 账号设置是公众号成功的第一步

取个让全世界都能记住的好名字 / 027

突出头像，赢得更多记忆 / 032

功能介绍，让用户感知价值 / 040

自动回复：高互动率的首个关键节点 / 045

源于用户需求的菜单栏 / 052

用独特风格找到狂热受众 / 059

第3章 找对选题方向，才能引爆流量

- 做好公众号的内容规划 / 067
- 建立稳定的素材来源 / 074
- 做好日常选题规划 / 078
- 如何判断选题是否拥有爆款潜质 / 082
- 如何判断一篇文章的内容质量 / 086
- 寻找优质的转载内容 / 090

第4章 打造爆款标题：切勿忽视标题的“颜值”

- 学会蹭知名度 / 097
- 巧用数字 / 102
- 引发用户共鸣 / 107
- 戳中用户痛点 / 111
- 画龙点睛 / 116
- 标题创作的补充细节 / 120

第5章 内容创作：要么写进用户心里，要么写进用户脑里

- 快速提升文章可读性 / 129
- 龙头凤尾：爆款文章的开头和结尾 / 134
- 导语、摘要的写作要点 / 139

如何提升转载内容阅读量 / 144

如何搜索文章素材 / 148

引爆共鸣感 / 154

用音频和视频打造优质内容 / 159

写好名人大佬的励志故事 / 164

热点文章的策划思路 / 169

第 6 章 最美版式：与用户的眼睛良性沟通

排版为何如此重要 / 177

用封面图提高打开率 / 181

如何让内容配图更抢眼 / 188

头图的“第一屏体验” / 193

文字排版要讲究，不要将就 / 199

用小标题为文章加分 / 204

留白：让你的内容呈现更生动 / 210

第 7 章 价值提升：让你的内容活跃起来

将公众号人格化 / 217

重复利用历史文章 / 221

内容运营栏目化 / 228

精心设置页面模板 / 233

公众号作者栏的实用玩法 / 237

历史消息的搜索功能 / 241

玩转公众号投票 / 246

第8章 高效涨粉：从0到1，再从1到无穷大

账号冷启动：如何找到第一批用户 / 255

巧妙使用关键词回复 / 260

一对多互推：最有效安全的免费涨粉方式 / 264

一对一互推：强强联合，而非互捧臭脚 / 269

账号矩阵：用大号为小号导流 / 274

第9章 粉丝管理：打破从“路转粉”到“粉转黑”的恶性循环

后台数据是理性运营的关键 / 281

从文章到公众号，引导用户关注 / 287

如何让用户点赞转发 / 294

评论区：让彼此的距离更近 / 302

没有内容推送时怎么办 / 308

引导用户生产爆款内容 / 313

白名单群运营 / 318

第 1 章

互联网时代， 人人都是自媒体

微信公众号能够精准、海量、低成本地吸引目标用户。同时，微信公众号也是一款简单有效的客户关系维护工具。遗憾的是，虽然大部分企业都在运营微信公众号，但运营得卓有成效的却非常少。大多数的微信公众号都形似“鸡肋”：运营无味，弃之可惜。

内容传播的 全新法则

5年之前，人们对微信的认识还仅仅是停留在个人与个人所发送的语音、文字和表情包上。而现在，无论是在喧嚣的马路上，还是在拥挤的地铁中，我们都可以轻易地发现来自很多企业、商家的官方二维码，扫一扫这些二维码，进入它们的公众号，映入我们眼帘的，不再是简单的聊天界面，而是一篇篇引人入胜的文章和让人眼花缭乱的活动消息。

但是，如今大多数微信公众号的运营却不理想，这其中很大一部分原因在于它们的运营者依然在用传统营销思维运营微信公众号。所以，想要做好新媒体，首先要做的就是思维上的转变。传统营销方式和新媒体营销方式有很大的差别，只有真正意识到这些差别、理解和接受这些差别，才有可能在运营新媒体时大展身手。

要想在新媒体时代创作出广受用户欢迎的爆款文章，就一定要理解新媒体时代下全新的内容传播法则，了解在这个崭新的环境下，内容如何被传播，什么样的内容能够被广泛传播、被消费。