



微信 公众账号运营

叶龙◎编著

粉丝及平台数据分析和营销

◀ 解决公众平台数据分析问题，打造属于您的高效率平台
解决公众平台营销运营问题，打造属于您的超吸金平台 ▶

- ◆ 数据思维，最短的时间打造百万粉丝！
- ◆ 吸粉有招，利用内容提高平台的气质！
- ◆ 赚钱有术，营销方法提高微信的价值！
- ◆ 数据思维 + 营销方法，帮助您摆脱微信公众号营销困境！



清华大学出版社

微信公众号运营： 粉丝及平台数据分析和营销

叶龙 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书基于微信公众号后台数据、新媒体平台数据,对用户的性别、比例、地域、兴趣等画像进行精准分析,同时对内容的标题、图片、版式、链接等元素进行最佳优化,帮助大家以最少的时间、精力,将公众号运营得高效、成功,用最短的时间涨粉、盈利!

本书结构清晰,适用于微信公众号平台、新媒体平台、内容平台创业者和管理者等,以及数据分析和营销人员等,也可用作相关数据分析和营销类的教辅用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

微信公众号运营:粉丝及平台数据分析和营销/叶龙编著. —北京:清华大学出版社, 2017

ISBN 978-7-302-47085-4

I. ①微… II. ①叶… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第118986号

责任编辑:杨作梅

装帧设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:宋林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm 印 张: 15.75 字 数: 248千字

版 次: 2017年8月第1版 印 次: 2017年8月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 49.80元

产品编号: 073405-01

前言

写作驱动

目前，微信公众号渐渐成为企业的标配、刚需，既是企业对外宣传的品牌窗口，又是与客户、用户交流的平台工具，同时也是个人创业的新平台。

目前微信公众号的数量为 2000 多万个，提供的相关岗位已达 5000 多万，在未来 10 年，微信将成为个人生活和企业发展必不可少的工具，如 10 年前的淘宝，但现实的问题是，公众号的运营不是人人都会，必须通过学习，最好有专业的教材可学。

天下事，必做于细，做于专。只要公众号大的市场存在，专业、细分的书籍内容必将成为 2017 年、2018 年新的刚需，正是源于这种大势下的专业细分的刚需，笔者团队特意策划了本套“微信公众号运营系列”，紧扣公众号运营的难点和重点而写：内容生产、吸粉引流、数据分析、粉丝互动。本套丛书分为以下四本。

- (1) 《微信公众号运营》
- (2) 《微信公众号运营：100000+ 爆款软文内容速成》
- (3) 《微信公众号运营：粉丝及平台数据分析和营销》
- (4) 《微信公众号运营：微信群的组建、吸粉和营销》

本书内容

本书是“微信公众号运营系列”丛书的第 3 本：《微信公众号运营：粉丝及平台数据分析和营销》。

书中主要通过“4W3H”的结构模式，对内容进行深度讲解，具体分为以下内容。

第 1 章 Why：为什么要做微信公众号数据分析

第 2 章 What：运营者要分析什么数据

第 3 章 Who：用数据了解你的精准用户是谁

第 4 章 Where：微信公众号平台在哪里进行推广

第 5 章 How：怎么落实数据获得更多用户

第 6 章 How：怎么利用数据打造成功营销

第 7 章 How：怎么用版式提升平台的品格

书中从微信后台角度出发，为读者介绍了用户增长、图文分析、用户消息分析等

数据,教会运营者打通更精准的数据分析路线,同时从用户画像角度,介绍了微信后台、新榜、今日头条和一点资讯等资深平台的用户画像数据分析内容,让运营者更加得心应手。



本书特色

本书主要特色如下。

(1) 内容专业,分析透彻:本书从数据分析的原因、数据分析、实操分析、平台推广、内容运营、赚钱盈利模式、版式编辑技巧等角度出发,以数据分析为核心,进行了7章专题内容的详解,以帮助读者彻底掌握新媒体时代的微信公众号平台数据分析和内容创业盈利技巧。

(2) 实用为主,技巧精辟:本书不同于以往空洞的通篇理论,对正文内容、内容发布的形式、标题命名、热点营销开关、后台管理技巧、推广平台、内容运营策略、赚钱营销等方面的技巧进行了详细的介绍,帮助运营者牢牢把控数据分析、内容实战的运营思路,突破内容壁垒,最终实现10万+涨粉和千万元盈利。

作者分工

本书由叶龙编著,参与编写的人员还有贺琴、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力建、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等人,在此一一并表示感谢。由于作者知识水平有限,书中难免有错误和疏漏之处,恳请广大读者批评、指正,联系邮箱: itsir@qq.com。

编者



第1章 Why: 为什么要做微信公众号数据分析 1

- 1.1 数据分析原因 1: 将粉丝牢牢地套住 2
 - 1.1.1 通过用户增长认识粉丝认可度 2
 - 1.1.2 通过用户数据了解用户画像 3
 - 1.1.3 通过内容分析数据赢得粉丝 4
 - 1.1.4 通过用户消息了解粉丝需求 4
- 1.2 数据分析原因 2: 打开热点营销的开关 4
 - 1.2.1 百度指数上分析趋势 4
 - 1.2.2 微博热门话题分析热门 5
 - 1.2.3 淘宝排行榜分析产品 6
 - 1.2.4 百度搜索风云榜分析权威性 7
 - 1.2.5 在网评排行——搜狐上分析关注点 8
 - 1.2.6 热门新闻每周排行上分析浏览量 9
 - 1.2.7 知乎上看大家都在讨论什么 9
 - 1.2.8 爱奇艺指数上看大家关注什么视频 10
- 1.3 数据分析原因 3: 对内容有更好的把握 11
 - 1.3.1 6大内容发布的形式 11
 - 1.3.2 7种最诱人的标题命名法 16
 - 1.3.3 5种最打动人的正文内容 21
- 1.4 数据分析原因 4: 实现最终的商业变现 25
 - 1.4.1 数据分析是商业变现的初始前提 26
 - 1.4.2 不得不知的6大主流商业变现模式 26

第2章 What: 运营者要分析什么数据 35

- 2.1 用户增长数据分析 36
 - 2.1.1 昨日关键指标 36
 - 2.1.2 新增人数 36
 - 2.1.3 取消关注人数 39

2.1.4	净增人数	41
2.1.5	累积人数	42
2.1.6	详细数据	43
2.2	图文数据分析	43
2.2.1	单篇图文数据	44
2.2.2	图文群发中的商机	47
2.2.3	全部图文之“日报”	47
2.2.4	全部图文之“小时报”	50
2.3	消息数据分析	51
2.3.1	“小时报”	52
2.3.2	“日报”	54
2.3.3	“周报”	56
2.3.4	“月报”	57
2.3.5	消息关键词	58
2.4	其他数据分析	59
2.4.1	菜单分析	59
2.4.2	接口分析	60
2.4.3	多客服数据	61
2.4.4	投票管理数据	62
2.4.5	卡券数据	62

第3章 Who: 用数据了解你的精准用户是谁65

3.1	构建用户画像	66
3.1.1	用户画像初步解析	66
3.1.2	用户画像的作用	67
3.1.3	构建用户画像的步骤	67
3.2	微信后台用户画像数据分析	69
3.2.1	性别分布	69
3.2.2	语言分布	70
3.2.3	地域分布	71
3.2.4	终端和机型分布	73
3.2.5	数据表的作用	73

3.3 新榜平台用户画像数据分析	74
3.3.1 数据说明	74
3.3.2 活跃度——预估活跃粉丝数	75
3.3.3 男生女生——性别比例	75
3.3.4 多大了——年龄比例	76
3.3.5 在哪呢——地域比例	76
3.3.6 趣味——星座比例	77
3.3.7 喜欢什么——兴趣人群比例	77
3.4 头条号平台用户画像数据分析	78
3.4.1 性别怎么分布	78
3.4.2 年龄怎么分布	79
3.4.3 地域怎么分布	80
3.4.4 终端怎么分布	80
3.5 一点资讯平台用户画像数据分析	81
3.5.1 地域分布一目了然	81
3.5.2 年龄分布清楚简洁	82
3.5.3 城市分布精简明了	83
3.5.4 订阅用户的数据分析	83

第4章 Where: 微信公众号平台在哪里进行推广85

4.1 基础介绍: 10大推广平台	86
4.1.1 今日头条——你关心的 才是头条	86
4.1.2 一点资讯——为你私人定制资讯客户端	91
4.1.3 搜狐公众——亿级用户流量再小个体也能打造自己的媒体影响力	93
4.1.4 UC云观——打造一站式媒体服务	95
4.1.5 企鹅媒体——每颗种子都能找到自己的土壤	97
4.1.6 QQ公众——发现, 新世界	99
4.1.7 百度百家——实现作者、读者、传播者之间的无缝对接	100
4.1.8 知乎平台——与世界分享你的知识、经验和见解	101
4.1.9 网易媒体——小互动, 大影响	102
4.1.10 爱微帮——新媒体社交媒体运营好帮手	103
4.2 实战举例: 搜狐公众平台发布之前的了解和准备	105

4.2.1	个人还是企业选好	105
4.2.2	发帖需要注意的事项	105
4.2.3	学习打广告经验	106
4.2.4	选择发布频道	106
4.2.5	准备好申请资料	106
4.2.6	写好申请介绍	107
4.2.7	确保第一篇文章的质量	107
4.2.8	用高清图	108
4.3	实战举例：搜狐公众平台的入驻和文章推送	109
4.3.1	个人注册流程	109
4.3.2	公司注册流程	113
4.3.3	登录搜狐公众平台的后台管理界面	117
4.3.4	编写需要推送的文章，标题很重要	118
4.3.5	在文章中上传图片，多图文展示效果	119
4.3.6	制作具有吸引力的字体格式，突出重点	121
4.3.7	一句话概括文章的摘要信息，突出要点	123
4.3.8	设置文章封面图片，使文章更具吸引力	123
4.3.9	发布文章，等待审核，随时查阅审核状态	124
4.4	实战举例：搜狐公众平台的推文吸粉数据分析	126
4.4.1	后台查看单篇文章的阅读数、评论数	126
4.4.2	数据分析 1 周内新增的阅读数和总阅读数	126
4.4.3	数据分析 14 天内新增的阅读数和总阅读数	127
4.4.4	数据分析 1 个月内新增的阅读数和总阅读数	128

第5章 How：怎么落实数据获得更多用户 129

5.1	图片亮丽：6 个技巧打动读者	130
5.1.1	封面影响阅读量	130
5.1.2	图片尺寸的要求	132
5.1.3	图片数量要合适	133
5.1.4	长图带来冲击力	136
5.1.5	让图片更有特色	136
5.1.6	水印更利于推广	137

5.2 内容编辑：延长阅读的时间	138
5.2.1 植入广告的技巧	138
5.2.2 文章摘要很重要	139
5.2.3 热门头条抓眼球	140
5.2.4 链接提升阅读量	140
5.2.5 用连载提升黏性	141
5.2.6 把握推送的时间	141
5.3 留住粉丝：将数据结果落实到技巧上	142
5.3.1 链接——提高阅读量	142
5.3.2 签到——大家都会关注	142
5.3.3 分组——更精准的营销	142
5.3.4 游戏——提高活跃度	143
5.3.5 互动——制造有效互动	143
5.3.6 消息——提供一定价值	144
5.4 图书征稿：涨粉实战活动	144
5.4.1 前期——了解意义，策划文案	144
5.4.2 前期——选择合适的吸粉平台	147
5.4.3 中期——注册与登录营销系统	149
5.4.4 中期——创建与活动相关的内容	151
5.4.5 后期——报名与投票系统管理	159

第6章 How：怎么利用数据打造成功营销 165

6.1 营销之前：先把后台管理好	166
6.1.1 最简单——日常管理	166
6.1.2 最贴心——消息管理	168
6.1.3 最放心——安全管理	168
6.1.4 最便利——用户管理	170
6.1.5 最烧脑——群发功能	172
6.1.6 最重要——信息反馈	174
6.1.7 最强大——自动回复	175
6.1.8 最高级——开发模式	177
6.2 营销模式：5大有效的营销方法	178

6.2.1	植入	178
6.2.2	活动	179
6.2.3	折扣	180
6.2.4	分享	181
6.2.5	互动	182
6.3	营销法则：掌握 8 大营销利器	182
6.3.1	借鉴他人经验	182
6.3.2	善用各种资源	182
6.3.3	根据需求推送	183
6.3.4	内容要有亮点	183
6.3.5	有特色化服务	183
6.3.6	诱导消费者购买	183
6.3.7	做到不急不躁	184
6.3.8	突破现有模式	184
6.4	营销目的：8 大挣钱途径	185
6.4.1	招代理	185
6.4.2	搞出版	186
6.4.3	搞聚会	187
6.4.4	冠名赞助	188
6.4.5	搞培训	189
6.4.6	搞开发	189
6.4.7	功能插件	191
6.4.8	利用平台	192

第 7 章 How：怎么用版式提升平台的品格 193

7.1	版式运营：栏目、风格和编辑	194
7.1.1	栏目设置的意义和流程	194
7.1.2	10 大提升版式的技巧	200
7.1.3	开头结尾版式的作用	210
7.1.4	编辑器简略的介绍	211
7.2	秀米排版编辑器实战详解	213
7.2.1	实战一：登录	213

7.2.2	实战二：绑定	215
7.2.3	实战三：添加图文	218
7.2.4	实战四：标题	222
7.2.5	实战五：版式	224
7.2.6	实战六：背景图	225
7.2.7	实战七：分割线	226
7.2.8	实战八：图片	227
7.2.9	实战九：收藏夹	229
7.2.10	实战十：名片信息	231
7.2.11	实战十一：保存	232
7.2.12	实战十二：预览	232
7.2.13	实战十三：同步	233
7.2.14	实战十四：长图	234
7.2.15	实战十五：H5	234



第1章

Why：为什么要做微信公众号数据分析

学前提示

对于运营微信公众号的人来说，要想做好一个自媒体品牌，就必须学会用数据说话，数据分析的好处很多，例如，能够套牢粉丝、打开营销开关、更好地进行内容运营等，有了这些操作后，才能实现盈利。本章将为大家介绍微信公众号平台数据分析的原因。



要点展示

- ◎ 数据分析原因 1：将粉丝牢牢地套住
- ◎ 数据分析原因 2：打开热点营销的开关
- ◎ 数据分析原因 3：对内容有更好的把握
- ◎ 数据分析原因 4：实现最终的商业变现



1.1 数据分析原因 1：将粉丝牢牢地套住

微信已经成为时下的一个重要营销平台，从微信公众号平台后台开发出一套数据分析系统就可以看出，对于微信运营者来说，这套数据分析系统能够帮助他们实现更为精准化的营销。

很多微信公众号平台运营者看到后台的数据，不知怎样入手，其实这些数据能够给运营者带来很多启示，关键要看运营者会不会解读这些数据。

做微信公众号平台数据分析，首要的目的是要将粉丝套牢。通过哪些方面可以看出粉丝是否被套牢呢？

1.1.1 通过用户增长认识粉丝认可度

对于微信公众号平台的运营，众所周知，所有的发展和建设都必须建立在微信粉丝群的基础上，没有足够数量的粉丝群体，再多的努力也是白费，因此，微信公众号的运营者要特别关心用户的动态，了解用户的数量变化就是很好的切入点。

在平时，微信运营者可能看不出这些数据的变化，但是当微信公众号平台推出了新的计划后，这些用户数量的变化就能起到很好的作用了，它能够反映新计划的效果，让微信运营者根据这些数据总结经验，查漏补缺。

进入微信公众号平台，在“统计”功能模块下，位列第一的就是“用户分析”功能模块，该功能模块下有两大选项卡，第一个选项卡就是“用户增长”。

“用户增长”数据，是为了反映平台用户数量变化的，从用户的数量变化中，运营者可以得知如图 1-1 所示的信息。

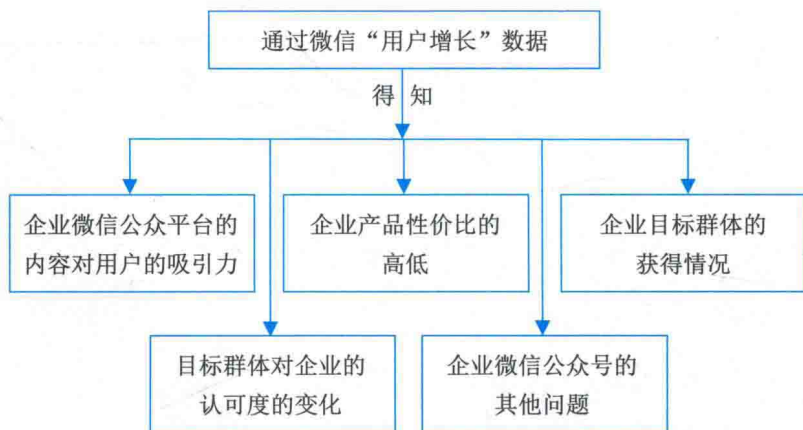


图 1-1 微信用户群体的数量变化反映出的信息

专家提醒

微信公众号平台将用户分析放在第一位，其实就是想告诉运营者，用户在微信公众运营中，占有举足轻重的地位。

1.1.2 通过用户数据了解用户画像

了解粉丝的重要性，其实就是了解市场上各行各业对目标用户群体定位的重要性，在互联网时代，谁拥有更多的粉丝量，谁就能更快地抓住商机，获取盈利。

但是，仅仅拥有一定的粉丝数量是不够的，还要懂得粉丝的心理，通过一系列的后台数据构建用户画像，才能为微信运营提供更多的决策依据，让企业的决策实现如图 1-2 所示的特点。

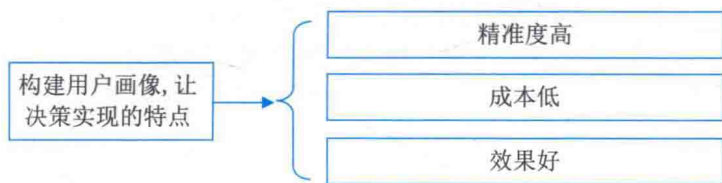


图 1-2 构建用户画像让决策实现的特点

而一个好的决策依据，能够促进用户的增加，实现吸粉的效应，因此，构建用户画像、制定更好的决策、实现增粉是一个良性循环，如图 1-3 所示。



图 1-3 良性循环

专家提醒

用户画像在各领域使用非常广泛，它是一种勾画目标用户，对用户典型行为习惯、属性、特点等进行分析的工具，在微信运营者对用户属性数据进行分析的时候，就能够勾勒出目标用户画像和需求结构，为平台运营创造更好的条件。



1.1.3 通过内容分析数据赢得粉丝

微信后台的图文数据分析，能够帮助运营者找出图文信息的不足，从而打造出更吸引粉丝的内容。

如果一篇图文，不仅阅读量达到了一定数量，而且转发量也非常高，那就说明有用户对文章的内容非常感兴趣，当他们将文章转发分享到自己朋友圈的时候，他们的朋友也会看到，如果他们的朋友也对文章的内容感兴趣，就很有可能进行多次转发和传播，从而让文章的传播力度更大，传播范围更广。

反之，如果一篇文章的阅读量、转发量都不高，那就说明文章还有很多需要改进的地方，运营者可以通过图文数据来判断出用户的喜好情况，然后打造更受他们欢迎的内容，这样就能赢得更多粉丝了。

1.1.4 通过用户消息了解粉丝需求

用户发来的消息中，可以看出用户的直接需求，如用户发送关键词“假期优惠”，说明用户想要了解企业的“假期优惠”政策，或者与“假期优惠”相关的一些信息，因此，通过后台的用户消息分析，企业便可以了解到用户的诸多需求。

在微信后台的“消息分析”选项卡中，运营者可以看到“消息发送次数”“消息发送人数”和“人均发送次数”等数据，在“消息关键词”选项卡中，可以看到“自定义关键词”“非自定义关键词”的数据，从这些数据中，不仅可以推敲出用户的喜怒哀乐，可以得知不同的内容对用户的吸引程度，还能看出用户的需求点。

1.2 数据分析原因 2：打开热点营销的开关

要想做好微信公众号运营，就必须了解一些找到热点、打开营销道路的方式，只有平台本身聚集了话题和热点，才能获得用户的关注，而想要获得这些热点，就必须结合各个平台的数据排行榜进行分析，这也是数据分析的第二个重要原因：打开热点营销的开关。

1.2.1 百度指数上分析趋势

百度指数是互联网时代最重要的数据分享平台之一，该平台是基于百度用户行为数据建立起来的平台，通过该平台，微信运营者能够了解某个热点的火热程度，它能够将竞争产品、受众指向、传播效果等数据和信息，以科学的图谱方法呈现在人们面前。

如果企业想要了解某个热点的火热程度，只要在百度指数查询栏里输入热点关键