

新媒体 平台运营实战

从入门到精通

林华安 张盈 陆焰 陈惠银 编著

赠
图书内容
配套PPT

今日头条、新浪微博、百家号、知乎、阿里创作平台

平台运营方法模块化解析，实战技巧一学就会

3万+ 付费学员亲测有效



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

美迪电商系列

新媒体 平台运营实战

从入门到精通

林华安 张盈 陆焰 陈惠银 编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

新媒体平台运营实战从入门到精通 / 林华安等编著

— 北京：人民邮电出版社，2019.6

ISBN 978-7-115-20378-6

I. ①新… II. ①林… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第049781号

内 容 提 要

本书以项目制的形式全方位剖析新媒体平台运营方法与技巧。首先，介绍新媒体运营行业未来的发展趋势以及运营人必备的职业技能；其次，解析新媒体文案写作方法，指导读者快速提高写作能力；最后，解读不同新媒体平台的运营推广方法，全书涉及平台众多，包括头条号、新浪微博、百家号、知乎、阿里创作平台等。

本书结构清晰，内容精炼，适合从事企业营销和新媒体营销的人员使用，可作为院校市场营销类、企业管理类、商务贸易类专业的课程教材。

◆ 编 著 林华安 张 盈 陆 焰 陈惠银

责任编辑 恭竟平

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京印匠彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：13.5

2019年6月第1版

字数：220千字

2019年6月北京第1次印刷

定价：59.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号

前言

Preface

随着互联网发展的不断深入,结合图、文、声、像技术的网络媒体已经深深渗透我们生活的方方面面。为了不断适应社会技术进步和生产方式变革,强化技术教育和技术创新在高职教育中的分量和作用,本书以真实工作岗位项目为原创载体,按照工作主线设计符合教育特色和人才培养规格的能力目标,构建阶梯式知识模块,不断挖掘教材知识结构与学生原有知识、技能和经验等之间的联系,充分发挥学生的特长、潜能和创造力,帮助学生当前学习内容所反映的对象的性质、规律以及该事物与其他对象之间的内在联系达到较深刻的理解,贯彻落实现代学徒制的精神。

🎯 本书的特色与创新之处

1. 图书内容以就业为导向,根据相关岗位招聘要求展开。图书内容结合真实岗位招聘要求,分模块、分技能点进行编写,注重模块之间内容的横向连贯,同时与相关课程的内容保持纵向衔接。

2. 模块任务与项目运行相匹配,突出职业技能的综合性。从整体优化和以应用为目的的角度出发,经过专业调查与职业岗位分析、职业能力的分析与分解、图书内容的设置等一系列过程,确定模块任务的操作技能和要点,确定理论知识学习的深度和广度,培养综合性的岗位能力。

3. 图书内容与教学素材包配套。依据本书内容开发的PPT课件,便于教师在课堂上向学生展示,同时每个项目布置了课堂实训要求,理论实操双结合,帮助学生更好地理解每一个知识点。

📖 本书内容

🎯 本书内容以项目式的方式撰写,主要分为七大项目。

项目一重点介绍了新媒体的概念、发展历程、营销趋势、新媒体运营人才所具备的技能,以及新媒体从业人员所需注意的事项,引导读者全面认识新媒体,

并了解新媒体运营的学习方向。

项目二重点介绍了新媒体文案的写作流程，包括写作框架流程化、内容栏目规划、文章选题构思，以及文案写作素材库建设，使读者具备写作规划与写作素材快速搜集获取的能力。

项目三重点介绍了今日头条平台运营与推广，包括平台规则解读、账号注册与资料设置、后台主要功能详解、文章编写技巧解读，以及平台更多账号功能权限开通，使读者深入具体地了解新媒体平台运营推广。

项目四重点介绍了新浪微博运营中用户属性分析、微博账号注册与资料设置、主页装修技巧、内容规划与编辑、微博营销推广实战和付费推广方法，使读者能够认识、熟悉和玩转微博营销。

项目五重点介绍了百家号平台规则、账号注册资料设置、后台主要功能详解，侧重讲解了百家号新手期转正、内容阅读量提高、关键词挖掘与搜狐号平台运营，使读者能够将文章进行多渠道分成。

项目六重点介绍了知乎营销的案例、账号注册与资料设置、后台主要功能详解，侧重讲解了优质问题寻找、答案编辑技巧与答案排名优化，使读者能够玩转问答营销，通过知乎进行产品推广引流和企业口碑打造。

项目七重点介绍了阿里创作平台规则、账号注册与资料设置、后台主要功能详解、平台新手任务、平台粉丝运营、账号等级提升和平台变现方式，使读者能够熟悉阿里创作平台，并通过平台获取收益。

本书由美迪电商教育林华安老师、广东科贸职业学院商贸系张盈老师、广州科技贸易职业学院陆焰老师、美迪电商教育陈惠银老师共同完成，其编写过程得到了广州美迪教育科技有限公司等单位领导和专家的大力支持。由于时间仓促，本书有疏漏之处在所难免，欢迎读者批评指正。

目 录

Contents

1

Chapter

新媒体运营方向定位..... 1

任务一 新媒体营销发展历程与方向 3

一、什么是新媒体 3

二、新媒体营销的发展历程 4

三、新媒体营销的发展趋势 5

任务二 新媒体运营人才应具备的技能 6

一、新媒体平台与新媒体运营工具的使用与操作 7

二、内容运营 7

三、用户运营 8

四、活动运营 8

五、数据分析 9

任务三 新媒体运营的注意事项..... 10

一、相关法律法规解说 10

二、广告法解读 11

2

Chapter

新媒体文案写作 13

任务一 标准化内容制作流程 15

任务二 新媒体内容栏目规划	17
一、以用户为导向规划栏目	18
二、以产品为导向规划栏目	18
任务三 新媒体文案选题与构思.....	19
一、灵感式选题	19
二、竞品分析式选题	20
三、资讯参考式选题	21
四、文章构思	22
任务四 新媒体文案写作素材搜集.....	23
一、选择网页浏览器	23
二、素材库分类	24
三、PGC（专业产生内容）网站搜集.....	24
四、OGC（职业产生内容）网站搜集.....	30
五、UGC（用户产生内容）网站搜集.....	32
六、常用的工具网站	35

3 Chapter

今日头条号运营 39

任务一 今日头条平台规则介绍.....	41
一、个性化推荐机制介绍	41
二、了解头条号文章发布的流程	42
三、关键词机制	44
四、推荐机制	45
任务二 头条号注册与资料设置.....	45
一、账号注册流程	45
二、账号资料修改	47

任务三 今日头条后台主要功能讲解	48
一、头条号后台主界面	48
二、内容管理	48
三、评论管理	49
四、内容分析	50
任务四 今日头条文章编写技巧.....	51
一、内容的发布形式	51
二、内容优化技巧	52
任务五 头条号更多账号功能权限开通	53
一、自营广告	54
二、头条广告	56
三、商品	58
四、原创标签	60
五、自定义菜单栏	62

4 Chapter

新浪微博运营	65
---------------------	-----------

任务一 微博运营意义与发展趋势.....	67
一、微博发展趋势	67
二、微博用户属性分析	68
任务二 微博账号注册与资料设置.....	70
一、注册微博账号	71
二、微博资料设置	75
任务三 微博装修技巧.....	79
一、友情链接设置	79
二、焦点图设置	80

三、封面图和背景图设置	81
任务四 微博内容规划与编辑	83
一、微博内容发布	84
二、微博内容的更新频率与时间分布	86
三、内容的编辑技巧	87
任务五 微博营销推广实战	96
一、直播	96
二、短视频	97
三、热门话题	98
四、有奖活动	99
任务六 微博营销付费广告投放与优化	103
一、微博付费推广渠道与付费方式	103
二、付费广告投放账号开通	106
三、广告投放流程	107

5 Chapter

百家号运营..... 111

任务一 百家号平台介绍	113
一、审核机制	113
二、什么内容不能通过审核	113
三、新闻信息规范	115
四、平台使用规范	115
五、内容查重	116
六、推荐机制	116
任务二 百家号账号注册与资料设置	117

任务三 百家号后台主要功能讲解.....	122
----------------------	-----

任务四 百家号运营实战	129
-------------------	-----

一、新手期转正	129
---------------	-----

二、提高内容阅读量	131
-----------------	-----

三、搜狐号	139
-------------	-----



知乎运营	141
------------	-----

任务一 知乎营销案例介绍	143
--------------------	-----

一、知乎概况	143
--------------	-----

二、知乎+QQ 音乐	144
------------------	-----

任务二 知乎账号注册与资料设置.....	146
----------------------	-----

一、注册知乎	147
--------------	-----

二、设置账号资料	148
----------------	-----

任务三 知乎主要功能讲解	151
--------------------	-----

一、写文章	151
-------------	-----

二、回答	153
------------	-----

三、知乎专栏	155
--------------	-----

任务四 知乎运营实战.....	158
-----------------	-----

一、寻找优质问题	159
----------------	-----

二、答案的编辑技巧	162
-----------------	-----

三、答案排名	165
--------------	-----



阿里创作平台（原淘宝达人）运营.....	169
----------------------	-----

任务一 熟悉阿里创作平台规则.....	171
---------------------	-----

一、阿里创作平台概况	171
------------------	-----

二、阿里创作平台分发渠道	172
任务二 阿里创作平台账号注册与资料设置	175
一、阿里创作平台账号注册	175
二、资料设置	179
任务三 阿里创作平台后台主要功能讲解	180
一、内容创作	180
二、创意中心	186
三、频道投稿	187
四、活动投稿	189
五、粉丝自运营	190
任务四 阿里创作平台新手任务	192
任务五 阿里创作平台粉丝运营	193
一、通过内容发布来获取粉丝	193
二、通过社交平台来获取粉丝	193
三、提高粉丝的活跃度	194
任务六 阿里创作平台账号等级提升	196
一、账号等级划分	197
二、账号等级申请流程	197
三、账号等级权益	198
四、账号等级的提升	199
任务七 阿里创作平台的变现方式	201
一、阿里 V 任务	201
二、淘宝客 CPS 分成收入	203
三、动态推广奖励	204

1

Chapter

新媒体运营方向定位

项目综述

小林是一名在校大学生，在校期间接触了微信公众号与微博，发现自己对于这块很感兴趣，想毕业后从事新媒体方面的工作，但自己并不是学这个专业的，于是他找到了学校新媒体营销专业的李老师，请教了相关问题：新媒体运营的发展历程与发展方向是什么？从事新媒体运营需要哪些技能？企业招聘新媒体运营人员有哪些要求？李老师为他逐一做了解答。

项目目标

通过本模块的学习，应达到的具体目标如下：

知识目标

- 了解新媒体营销的发展历程
- 掌握新媒体营销的发展趋势
- 掌握新媒体运营的学习方向
- 了解企业招聘新媒体运营人员的要求

技能目标

- 能够清晰介绍什么是新媒体营销
- 能够把握未来发展机遇
- 学会针对企业招聘要求制定学习方向

项目任务

- 任务一 新媒体营销发展历程与方向
- 任务二 新媒体运营人才应具备的技能
- 任务三 新媒体运营的注意事项

任务一

新媒体营销发展历程与方向

情境导入

小林虽然想从事与新媒体营销相关的工作，但是他很迷茫，不知道这个行业在未来是否还具备发展空间与机遇，因此李老师建议他先从新媒体营销的基础着手，主要包括3方面的内容：什么是新媒体营销、新媒体营销的发展历程、新媒体营销的发展趋势。

一、什么是新媒体

1. 媒体

在介绍新媒体之前，我们先了解一下媒体的定义，这两者之间有着紧密的关系。百度百科上写道：“媒体是指传播信息的媒介。它是指人借助用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。也可以把媒体看作实现信息从信息源传递到受信者的一切技术手段。”

因此，新媒体是人们用来传递信息与获取信息的工具、渠道与载体，是媒体中的一个新的媒体形态。

2. 新媒体

百度百科上写道：“新媒体是相对于报刊、广播、电视等传统媒体而言的新的媒体形态，涵盖了所有数字化的媒体形式。”

简单地理解，新媒体就是由传统媒体结合了互联网这个新技术后演变而来的。例如我们现在常见的微信、微博、贴吧等社交平台，哔哩哔哩弹幕网，优酷、快手、秒拍等视频平台，豆瓣、天涯等社区，今日头条、一点资讯、天天快报等新闻客户端都属于新媒体平台的范畴。

新媒体营销也就可以定义为：根据企业营销策略，进行相应内容的制作，再通过付费或免费的方式在新媒体平台上投放，使其在目标用户人群中曝光，从而达到企业营销目的。

3. 自媒体

自媒体(又称“公民媒体”或“个人媒体”),是为个体提供信息生产、积累、共享、传播内容兼具私密性和公开性的信息传播方式,是私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者,以现代化、电子化的手段,向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括:博客、微博、微信、百度官方贴吧、今日头条、腾讯内容开放平台等。

二、新媒体营销的发展历程

1. 新浪微博

2009年11月3日,新浪微博正式上线。刚开始时通过邀请明星和名人加入,与网友们进行内容分享与互动,吸引了一大批用户使用新浪微博。

多家企业从中嗅到了商机,开始使用新浪微博获取用户与树立品牌,例如:小米手机、凡客等企业。

截至2017年3月31日,新浪微博月活跃用户达3.4亿,其中,91%的用户都是通过移动端访问的,同时新浪微博超越Twitter成为全球用户规模最大的独立社交媒体平台。

新浪微博已经成为企业新媒体营销中不可或缺的一环。

2. 微信

2011年1月21日微信正式上线。凭借腾讯系产品的庞大用户群导入与极佳的用户体验,微信完成了早期大量用户的积累,开始了飞跃式发展。

2012年8月23日,微信上线微信公众平台,曾命名为“官号平台”和“媒体平台”,后于2013年8月5日更名为微信公众平台,进行了大幅度调整,吸引了部分作家试水创作。2014—2015年是平台疯狂式爆发期,大批内容创作者与企业开展微信营销,其中罗辑思维等自媒体人获得了丰厚的回报,企业也由以往的微博营销转变成微博、微信双微营销。

截至2017年6月底,微信和WeChat的合并月活跃账户数达到9.63亿,超越了QQ与微博的用户,成为企业新媒体营销必选的平台。

3. 今日头条

2012年8月,今日头条上线。凭借个性化推荐引擎技术,平台根据每个用

户的兴趣、位置等多维度信息进行个性化推荐,推荐内容不仅包括狭义上的新闻,还包括音乐、电影、游戏、购物等资讯,成为移动资讯客户端的一匹黑马。4年间,注册用户数从零增长到5.5亿。

2013年,今日头条推出了头条号,致力于帮助企业、机构、媒体和自媒体在移动端获得更多曝光和关注,在移动互联网时代持续扩大影响力,同时实现品牌传播和内容变现。同时也为今日头条这个用户量众多的平台输出更优质的内容,创造更好的用户体验。

4. 其他平台

2015—2016年,市场掀起了个性化资讯客户端的浪潮。各大互联网巨头纷纷加入了这个战场,腾讯推出企鹅号,百度推出百家号,阿里巴巴通过旗下UC浏览器推出大鱼号,网易推出网易号,搜狐也推出搜狐号。战场硝烟弥漫,各平台争抢好内容,投入大量资金补贴内容创作者。

正是因为移动互联网的高速发展,才出现了用户分散、流量入口分散的局面,企业为获取用户,由以往的双微营销转换成全渠道全平台的新媒体矩阵营销。

三、新媒体营销的发展趋势

在新媒体发展初期,大多数企业还处于观望期。随着早期试水新媒体营销的企业收获了大量的低成本用户和品牌知名度的大量曝光后,众多企业纷纷从过去的观望转变到现在的重视。未来,企业会不断加大新媒体营销的投入,人才需求数量也将会激增。

新媒体营销经过前几年的高速发展,已不再是简单的内容制作。新媒体营销趋势有以下3个方面。

1. 以“用户为导向”的内容制作

传统媒体时代,信息与资讯的著作权掌控在记者和编辑的手里,他们在很大程度上决定着用户能看到什么信息,不能看到什么信息。而在新媒体时代,信息与资讯著作权开始发生改变,人人都是内容的传播者。小众的专业内容也许拥有较高研究价值,但亲民、有趣的内容更容易获得大众的喜爱,并借助他们的传播收获可观的流量。

同样在碎片化的互联网时代下,对于优质的营销内容,用户也没有精力去

欣赏了。他们更喜欢那些与自己关联度高、参与度高的内容。所以在新媒体营销中,“用户为导向”的内容更受用户喜爱。

2. 以“引导用户表达”的内容传播

传统媒体时代,企业对内容传播渠道的掌控力较强,用户通常扮演倾听者的角色,内容呈现单向传播模式。在新媒体时代,人人都自带传播渠道,信息呈现出复杂的多向传播模式。

在这样的媒介环境下,用户自我表达的欲望也愈发强烈,他们的兴趣和偏好成了新媒体营销能否成功的关键。同时在这个“人人都是创作者”的时代,用户需要的不是倾听,而是表达。新媒体营销者应该考虑的不只是创意有多巧妙、内容有多精良,还有如何为用户提供一个表达的舞台。

3. 以“集中用户注意力”的产品宣传

《浅薄》一书的作者尼古拉斯·卡尔认为,在纸媒时代我们获取信息就好像戴着潜水呼吸器,在文字的海洋中缓缓前进;而在互联网时代,我们就像一个摩托快艇手,贴着水面呼啸而过。

在这样的环境下,用户的大脑不再依赖记忆行为本身。在面对信息过载带来的认知负荷时,用户不会努力去记忆那些他们认为重要的信息,他们更倾向去屏蔽、遗忘那些他们认为不重要的信息。如此一来,新媒体营销必须降低用户消化、储存信息的成本,才有机会在用户的脑海中扎根。

任务二 新媒体运营人才应具备的技能

情境导入

经过李老师的讲解,小林对新媒体营销很感兴趣,也对新媒体营销未来的发展趋势看好,但他不知道自己要具备哪些技能、怎么去学习和准备才能进入企业从事新媒体运营工作。因此李老师上招聘网站搜集了企业招聘新媒体运营人员的要求,并为小林做了归纳,主要包括新媒体平台与新媒体运营工具的使用与操作、内容运营、用户运营、活动运营和数据分析5个方面,同时针对这5个方面的要求做了进一步剖析。