

横扫商界、营销界、娱乐界的自媒体营销思维，让你和团队脱颖而出

WE MEDIA

不会玩自媒体，你还敢创业？

孔卫军◎著



ARCTINE
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

WE MEDIA

不会玩自媒体， 你还敢创业？

孔卫军◎著



APR TIME
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

不会玩自媒体,你还敢创业? / 孔卫军著. -- 北京: 北京时代华文书局, 2016.6
ISBN 978-7-5699-1011-7

I. ①不… II. ①孔… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 149724 号

不会玩自媒体,你还敢创业?

著 者 | 孔卫军

出 版 人 | 杨红卫

选题策划 | 余 玲

特约编辑 | 刘一寒 赵 扬

责任编辑 | 周海燕 丁克霞

装帧设计 | 王语设计

责任印制 | 刘 银

出版发行 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267955 64267677

印 刷 | 北京京都六环印刷厂 010-89591957

(如发现印装质量问题, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 710mm×1000mm 1/16

印 张 | 13.75

字 数 | 200 千字

版 次 | 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5699-1011-7

定 价 | 37.80 元

版权所有, 侵权必究

目 录

01

第一部分 掌控自媒体，赢得这个时代

- 一、自媒体时代来了 / 3
- 二、微信的功能，你真的了解得太少了 / 10
- 三、让你成为微信上的焦点 / 51
- 四、成为微信群里被认可的那个人 / 57
- 五、内容如何在微信上更有传播力和影响力 / 60

02

第二部分 运用自媒体，打造强势个人品牌

- 一、如何进行个人定位 / 77
- 二、知名度是最重要的 / 78
- 三、成为有影响力的人 / 85
- 四、通过卖故事打造个人品牌 / 95
- 五、通过优质人脉引爆信息 / 105

03

第三部分 娴熟运用自媒体，站在财富的风口

一、财富的秘密，你知道得太少了 / 113

二、没有比引流更重要的事 / 142

三、管理好社群，让它价值连城 / 149

四、众筹，筹的不仅仅是财富 / 155

04

第四部分 自媒体，让我与众不同

一、我很小的时候 / 167

二、世界真的那么大 / 176

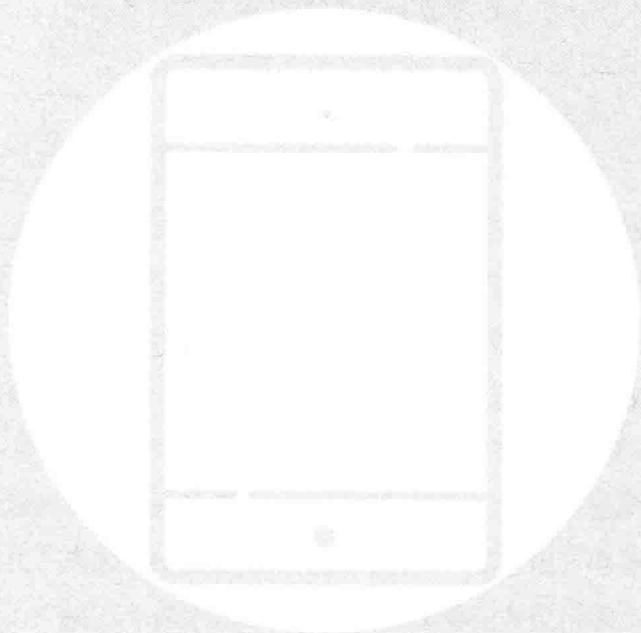
三、在太原打拼的日子 / 181

四、开始创业 / 188

五、我的自媒体时代 / 192

第一部分

掌控自媒体，赢得这个时代



一、自媒体时代来了

1. 这是一个自媒体时代

小到企业的生存与发展，大到人类的生存与发展、国家的发展与壮大，都无法脱离媒体的作用。人类的发展史，与媒体有着千丝万缕的联系。随着人类的发展和技术的进步，人类从最原始的自身所带的声音、肢体语言等“媒体”，发展到结绳记事。文字的出现让人类通过动物甲骨刻字及陶瓷、铜鼎等记事，告别了口耳相传的时代。造纸术和印刷术的出现，让人类媒体有了质的改变。18、19世纪欧洲工业化，推动了造纸术和印刷术的机械化，为大众传播奠定了坚实的基础，20世纪，电报、电话实现了远距离传播，广播、电视让人类的声音、图像等全方位传播。从20世纪下半叶问世至今的互联网的大规模普及，让人类的传播出现了翻天覆地的变化。

每一次传播技术变革，都会给人类的政治、经济、文化等方面带来彻底的改变。政府能够通过互联网更迅速、便捷和准确地了解到大众真实的声音，大众对社会的各种事件也可以更方便、更简捷地通过网络媒体介入。互联网的出现，更是改变了社会的经济形态，人们足不出户就可以通过阿里巴巴、天猫、京东、当当等网站进行购物。销售商同样足不出户就

可以把产品通过各种购物网站销售出去，传统的渠道被分流和取代。人们通过互联网看各种娱乐节目、玩游戏，年轻人越来越少地坐到电视机前面。互联网正在迅速地改变人类的社会。

在互联网的初级阶段，虽然互联网已经彻底颠覆传统的纸质媒体、电视等，它以瞬间的速度向人们传递着海量的信息，然而以新浪、搜狐、网易、雅虎等门户网站为代表的媒体，仍然是传统的“点到面”的传播，尽管当时的论坛也具备了自媒体的属性，但是因为论坛组织形式的原因，它所发出的声音和影响力依然有限。博客的出现，则让自媒体爆发出它的影响力。无论是明星还是草根，动辄出现千万甚至上亿的浏览量。个人的影响力越来越大。真正的自媒体时代来临了！

百度百科对自媒体这样定义：自媒体（外文名：We Media）又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、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、论坛等网络社区。

因为博客开发的目的是展示使用者的长篇文章，很多博客使用者往往很久才更新一篇文章，更多的人虽然开通了博客，却以转载别人的文章为主。新浪微博的出现，让微博使用者几乎没有了任何门槛，每篇文字最多140字，让微博的使用者随时随地都可以发布自己的所见所闻所想，没有任何创作门槛。人们奔走相告自己开通了微博，让朋友关注，不停地发布新话题。全民的自媒体时代到来了。尤其是智能手机的大规模普及，迎来了自媒体一族的狂欢。人们可以运用文字、图片、视频记录任何角落的任何事情，社会上所发生的大小事情，都瞬间在网络上再现。

移动互联网更使自媒体出现了井喷的势头。微博在电脑上出生，在移动互联网上壮大，微信则完全是在移动互联网时代诞生并且壮大的。

微博和微信以文字、图片和少量录制的短视频为主，花椒（<http://www.huajiao.com>）则是一家以直播方式为主的自媒体，凡是运用花椒的人，都是一家个人电视台。只要打开手机，你可以随时直播你周围正在发生的一切。

自媒体时代完全到来了。自媒体时代意味着什么？依然有很多人会看报纸，但是越来越多的人已经不买报纸不看报纸了；依然有很多人在看电视，但是越来越多的人不看电视了；我们依然会看新浪、搜狐的新闻，但是我们把更多的时间用来看朋友圈的信息、点赞，看微博上的文字、图片和视频，同时创作内容发布到微信的朋友圈、微博等公共平台，同时也转发大量信息，我们用花椒直播眼前所发生的一切。自媒体时代，每个人都是内容的创造者，也是内容的消费者。

自媒体时代，意味着你有一家自己的报社、自己的杂志社、自己的电视台。尽管你发出的声音可能很小，可是再也没有人能够扼杀你的声音。自媒体时代也意味着，一个机构必须扎扎实实地做好产品，因为你的产品随时会被监督。一个花费巨资打造的品牌，如果因为产品质量出现问题，很快就会使该品牌形象毁掉。当然，这同时意味着，如果你的产品足够好，很快也会在自媒体上传播出去，成为人人皆知并且喜爱的产品。

当然，在自媒体时代，你一定要清醒地认识到：

第一，自媒体——微博和微信、花椒等，不仅是你发发漂亮的图片、发发感想的玩具，而应该成为你塑造个人品牌的工具，甚至成为你打造的产品品牌。

第二，除了学会运用自媒体的基础功能，更要深入地了解如何深度运用自媒体，了解营销知识，学会通过自媒体进行营销。

第三，你还应该学会通过自己的自媒体去影响他人的自媒体，让你的自媒体内容的价值发挥到最大。

第四，自媒体也是你维护用户和客户的一种最有效的工具。受众在看到信息以及使用产品后可以迅速地反馈。

第五，自媒体不仅是一种宣传工具，同时也具有团队协作、分工等用途。

第六，自媒体也是一种销售渠道。

当然，自媒体的价值远远不止于此，只要你深入地了解它，你就会发现它的巨大价值并且能够为你的人生改变带来各种机会。

2. 再小的个体，也有自己的品牌

百度百科对品牌这样解释：“品牌是人们对一个企业及其产品、售后服务、文化价值的一种评价和认知，是一种信任。”“品牌是制造商或经销商加在商品上的标志。它由名称、名词、符号、象征、设计或它们的组合构成。一般包括两个部分：品牌名称和品牌标志。”

随着社会的发展，品牌的内涵也会越来越丰富，会随着社会的变化不断延伸和扩展。无论是大企业、中小企业还是微型企业以及它们的产品，都有自己的品牌。比如，一家小商店或一家小作坊，都会在人们心里形成不同的品牌，去一家商店买东西，我们会想到这家的东西是不是物美价廉，有没有假货；去一家卖馒头的小作坊买馒头，我们会考虑这家的馒头好吃不好吃，是到了作坊里就能立即买到馒头，还是要排队很久才能买到。这些都是人们所考虑的，也就是这些个体户的品牌。我们在和一个人交往、合作的时候，我们会考虑这个人的品格怎么样——舍得分享还是自私自利，负责还是总是逃避责任，职业和职位是什么，组织能力如何，学习能力怎么样……这些可以说是一个人的个人品牌。

无论是大型企业、中型企业以及小型企业甚至微型企业和个体户以及它们的产品，都会有自己的品牌，每一个人也都是自己的品牌。

在自媒体尤其是微博和微信出现之前，只有大型企业和中型企业以及有一定实力的小型企业才有足够的资本运用雄厚的资金来打造自己的品牌，而在今天，由于自媒体的出现，无论是谁，只要把自媒体运用得足够娴熟，就可以在微博和微信朋友圈掀起轩然大波，把自己的产品以及个人的品牌打造出来。

自媒体是超越了时空的，你所发布的信息——它超越了时间，瞬间就可以出现在其他人的电脑、手机上面；它也超越了空间，瞬间就能出现在大洋彼岸的电脑和手机上。同时，它可以以文字、图片、短视频甚至直播的方式帮你传播，你一个人已经拥有了一家报社和电视台。所以，只要你能彻底地了解自媒体的使用方法和技巧，以及一定的传播学知识（本书都会通过案例来给你分享），即使你的企业再小，即使你是一个人在战斗，你也可以通过自媒体来打造企业、产品以及个人的品牌。

3. 乘上自媒体的快车

无论是对各种规模的企业，还是对想有所作为的个人；无论是对企业的高层干部，还是基层的人员，无论你从事什么职业，自媒体都有着不可估量的价值和作用。

在连接一切的自媒体时代，通过自媒体，能够让企业信息、产品信息等一切信息跨过时间和空间迅速抵达受众；能够让销售渠道变得更直接和有效；能够让团队的协作更方便，沟通成本更低更便捷，打破空间和时间的限制……这意味着，很多小而美的团队和公司，在某些方面具备了与一些巨头竞争的筹码。

在自媒体时代，谁及时地乘上这趟快车，谁的竞争力便会越大。

海尔是中国的家电巨头，也是能够把握住趋势的一家公司，张瑞敏总是能够把握先机，并且敢于破釜沉舟。在2014年的年会上，张瑞敏

号召海尔人用互联网思维来武装自己，他给大家推荐了一本美国人查克·马丁写作的名为《决胜移动终端》的书，这是一本讲述自媒体时代商业形态的书。

张瑞敏讲道：“这个所谓‘决胜移动终端’说的是消费者拥有指尖上的权力，指头点到谁就是谁。现在是移动互联网时代，和基于PC的互联网不一样，马丁说消费者‘不是去购物，而是在购物’。所谓‘去’购物，就是消费者到商场去了，去购物。让消费者到某个地方去，这会比较麻烦。但现在消费者是‘在’购物，在车上可以购物，在家里可以购物，吃饭时也可以购物，随时都可以，消费者有这个权力。企业就要想办法让消费者得到最好的体验。因此，马丁说每一次购物的体验，都有可能马上成为全球范围内实时的新闻直播。”

根据马丁的观点，消费者的购物体验有可能马上成为全球范围内新闻一样的实时直播。如果体验很好，马上全球都知道了；体验不好，马上全球也都知道了。不像过去，对消费者的意见可以压下去，现在没有办法压下去了。

在公司和产品的广告投放上，张瑞敏更是进行了大刀阔斧的改革，砍去了一切硬广，开始全面转向新媒体，尤其是自媒体。张瑞敏说，对海尔来说，无价值交互平台的交易都不应存在。硬广投放的对象——报纸、杂志等，被张瑞敏列为无价值交互平台，而自媒体则是最具价值的交互平台。

小米公司更是看重自媒体的价值，并且把自媒体的价值发挥到超乎所有人想象的地步——从某种意义上，毫不夸张地说，小米是一家最早看透自媒体价值并且运用自媒体迅速壮大的公司。

2011年6月，雷军和黎万强开始招聘小米手机的营销负责人，雷军和黎万强面试了很多，来应聘的人总是说，“你去打广告”，“你去开实

体店”。最后实在没有办法，雷军就让黎万强负责营销。因为小米要找的不是一个用传统思维营销的人，需要的是懂得新媒体，有新思维的人。黎万强研究了凡客和OPPO，发现凡客和OPPO都舍得在媒体上进行大投入、大整合，黎万强这个时候也被当时的凡客影响，觉得用广告狂轰滥炸似乎更快，他的团队做了一个3000万的营销计划，然而被雷军给否定了。雷军说：“阿黎，你做MIUI的时候没花一分钱，做手机是不是也能这样？我们能不能试试不花一分钱去打开市场？”

由于小米没有足够的营销资金，黎万强和他的团队就拼命在论坛上寻求办法，论坛的优点是可以沉淀老用户，缺点是扩展用户非常慢。2011年7月，小米刚开始宣传手机，虽然MIUI用户已经有50万，但知道小米的人少之又少。黎万强和他的团队8月的时候在微博上推出了“我是手机控”的话题，尽管一分钱没有花，一下子有10万人转发，短短几个月的时间就有超过100万的用户参与。小米手机的名气一下子大了起来。

通过这次活动，雷军和黎万强更加重视自媒体，更加坚定了把自媒体坚持下去并且执行到位的理念。他们发现，做自媒体最核心的事就是做有价值的好玩的内容，只要内容做得对用户有价值，内容足够好玩、足够新颖，就会引起微博用户的疯狂转发。尽管几乎一分钱都没花，其效果却超过几十万、几百万甚至花费更多的广告。小米不仅抓住了智能手机取代功能机的“天时”，同时也乘上了自媒体的快车。小米迅速成为时代的佼佼者。

雷军和黎万强发现，在自媒体时代，只要你能够做出好的内容先在自媒体上传播，就会有媒体来关注你、采访你。这与过去完全不同，过去是你要主动找传统媒体，现在完全反过来了。

为了最大发挥自媒体的价值，雷军和黎万强号召所有的员工参与到用自媒体营销小米手机中来，同时通过各种办法鼓励用户运用自媒体曝光抢

到小米的喜悦心情，晒小米手机的种种优点。

在自媒体时代，每个人只要乘上自媒体的快车，就能让自己的事业发展得更快。企业乘上自媒体的快车，就能提高效率，从而在激烈的竞争中保持优势。

我在晋城做同心汇厨师俱乐部的时候，就通过微信发布信息。虽然信息比较简短，但在制作上比较有趣，很快就在朋友圈传开了。大家纷纷讨论，不断有厨师加入。几天后，就有数千人加入了同心汇俱乐部。如果我打硬广告，不仅要花费几十万，效果也未必有这么好。

二、微信的功能，你真的了解得太少了

1. 导入手机和 QQ 好友，添加好友真省事

很多刚刚使用微信的人知道通过微信号添加朋友。但是很多人却不知道，如果通过手机或者QQ导入好友，就省去了大量添加朋友的时间。更为重要的是，通过手机或者QQ导入好友以后，原来联系很少的朋友，在微信上就能够随时随地给对方发布的消息点赞、评论、问候。比如，你的某个项目需要合作，你的产品需要销售，你的团队需要招聘人员，那么你在朋友圈发布消息，你的微信好友就可以随时看到——你总不可能用手机群发这些消息。虽然QQ上的好友动态也有类似朋友圈的功能，但是在电脑或者手机上，大家很少使用这一功能。可是微信的用户几乎人人都喜欢刷朋友圈，所以你发布的消息就很容易被朋友、合作伙伴、团队的成员看到。同理，你的朋友、合作伙伴、团队成员发布的消息，你也将随时掌握，从而

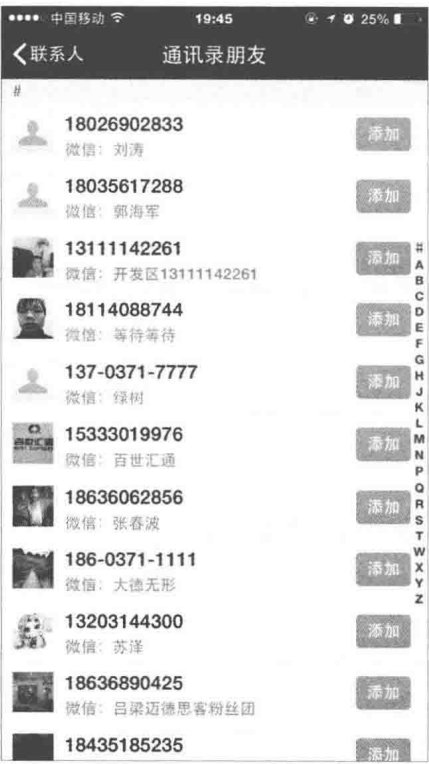
更好地与他们互动，增进彼此的感情，增加合作的机会。

以下就是通过手机或者QQ好友导入微信好友的办法：

第一步，点击微信右上角的“+”按钮，点击以后会出现以下的界面：

第二步，点击“添加朋友”按钮，点击以后会出现以下界面：





第三步，点击“添加QQ好友”或“添加手机联系人”按钮。按照新的界面的提示，你就可以把你的QQ好友或者手机联系人加入你的微信联系人里了。

2. 多人聚会时雷达加好友，迅速又好玩

很多人聚到一起的时候，比如开会、聚餐、参加培训、户外活动、兴趣小组，往往会有十几个人或者几十个人，这时如果每个人都通过微信号或者扫描对方二维码的方式添加对方好友，那真是麻烦透顶的事情。这么