

内容营销理论与实战

|  |  |
| --- | --- |
| 学 号： |  |
| 姓 名： |  |
| 平台昵称： |  |
| 评 分： |  |

二〇一 年 月 日

版权声明

任何收存和接触本作业各种版本的学员，未经本作业文作者同意，不得将本作业转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。否则，引起有碍作者著作权之问题，将可能承担法律责任。

# 选择推广的项目

1. 项目名称：
2. 项目目标人群：
3. 项目解决的痛点问题：
4. 项目解决方案：

# 内容营销选题

根据Distill Web Monitor监测的5个知乎问题，选择你要创作的内容营销回答的问题及问题链接。

1. 数据化选题监测截图（Distill Web Monitor监测截图）：
2. 浏览量增量最高的问题是：
3. 浏览量增量最高的问题链接：
4. 你最终选题对应的问题是：
5. 你最终选题对应的问题链接是：

# 内容营销创作提案

在《Milestone｜内容营销干货文创作》的里程碑任务中，你已经创作了一篇干货文章，请填写以下内容：

1. 文章备选标题1：
2. 文章备选标题2：
3. 文章备选标题3：
4. 创作形式：文字／图片／视频／音频／电子书／H5网页 （请保留符合你的文章创作形式，其余删除）
5. 创作类型：观点型／故事型／集锦型／干货型／资讯型／采访型（请保留符合你的文章创作形式，其余删除）
6. 选题理由：
7. 文章关键字（至少3个）：

# 内容营销创作

1. 文章确定标题：
2. 文章正文内容：
3. 文章共 字（需要填写具体字数）
4. 文章封面图：

# UTM监测

当你把准备把文章投放出去的时候，你需要为文章中的链接生成UTM（了解[如何获取专属的UTM链接](https://www.bpteach.com/knowledge-base/1081060/)），只有这样当用户点击的时候，你才能监测到效果，接下来你需要生成UTM链接。

1. 文章投放渠道：请使用至少3条带不同source的UTM链接：

例如：<http://mkg201demo.bpteach.com/?utm_source=zhihu.com&utm_medium=referral&utm_campaign=24-CNM12345678&utm_term=7days-grow-up&utm_content=textlink>

a.

b.

c.

1. 测试UTM链接的有效性：分别点击上述生成的链接，等待1小时（让统计工具获取数据）。接着，进入统计工具后台，将监测截图（筛选出属于你的campaign的截图）的截图放在下方。

* 如果你选择的是课程指定项目，请[点击进入百度数据监测页面](https://tongji.baidu.com/web/welcome/ico?s=ce4b96a9417116bb708fc95f702c52bf)，根据[《如何正确截取监测截图》](https://www.bpteach.com/knowledge-base/1075590/)攻略，在百度数据监测页面中筛选出你的campaign数据，并将截图粘贴在此处：
* 如果你选择的是自定义项目，请将含有你的campaign监测截图粘贴在此处：