**我是如何运营微信公众号的**

2013-04-08 14:58 来源：[道哥的黑板报](http://taosay.net/?p=236) 编辑：Loading【[纠错](http://www.chinaz.com/web/2013/0408/298817.shtml)】[17](javascript:void(0);)人评论

A-A+

今天聊下[微信](http://www.chinaz.com/search/index.shtml?s=13215756937974215344&entry=1&q=%E5%BE%AE%E4%BF%A1)公众账号运营的问题。

现在网上有很多不知道从哪冒出来的，自己不运营微信号的人，在写[文章](http://www.chinaz.com/search/index.shtml?s=13215756937974215344&entry=1&q=%E6%96%87%E7%AB%A0)讲如何运营一个微信公众账号，还搞出来了很多概念。

我这个号估计被他们划归到了所谓“[自媒体](http://www.chinaz.com/search/index.shtml?s=13215756937974215344&entry=1&q=%E8%87%AA%E5%AA%92%E4%BD%93)”的群体里面，虽然我也没搞明白什么叫自媒体，就这么稀里糊涂的被他们给“归类”了。如同“小道消息”一直宣称自己不是自媒体一样，同样也被归类了，反抗无效。

我谈谈我是怎么运营这个微信号的心得吧，只针对所谓的“自媒体”类公众号，不涉及媒体类或者是工具类的微信号。



1. 字体大小，要尽可能大一点，因为手机屏读文章已经够吃力了，字体小了眼睛会累。推荐18px，最近我也换成这个了，读者反馈不错。

2. 段落排版上，每一段尽可能短一点。尽量避免出现大段的文字，如果有，拆分之。还是因为手机屏幕小的原因，拆成小段落后，读起来会更舒服。如果手机整屏都是一段文字，估计眼睛也会花很久。文章这样分段，在电脑屏幕上显示出来时，可能会显得比较松散，这是一个很大的区别。

3. 在每篇文章的最后，要附带上[版权信息](http://www.chinaz.com/search/index.shtml?s=13215756937974215344&entry=1&q=%E7%89%88%E6%9D%83%E4%BF%A1%E6%81%AF)。因为微信的内容可能会被分享到各种地方，带上自己的版权信息就为读者增加了一个入口。

4. 尽量写图文消息，而不要只推送文字消息。附带上一张图，体验会好很多。

5. 图片我一般都是从[Pinterest](http://www.chinaz.com/search/index.shtml?s=13215756937974215344&entry=1&q=Pinterest)找的，质量很高。

6. 图文消息下面的摘要，只写一句话。我看到很多人的摘要写一大段文字，其实这个地方对读者来说，几乎都是一瞥而过，而且注意力会被上方的图片所吸引。为了不浪费摘要部分的空间，应该尽量只写一句很简单的话，能够一目了然。

7. 每篇文章的标题要有特点。尽可能能吸引到读者来阅读。毕竟现在订阅的公众账号多了，竞争很激烈。再好的文章，读者不点进来看也是白搭。

8. 专门建一个网站，用于存放历史文章。每篇文章的“阅读原文”链接到网站的原始地址。有时候写一些复杂文章的时候有用，同时还能积累流量。

9. 微信账号注册的时候，ID注册了不能改。这个规定有点坑爹，很多人都被坑了，比如小道君的私人号。还有鬼脚七同学，他的ID是taobaoguijiaoqi，我想着这哥们哪天要是离开淘宝了咋办。我的ID在注册时注意了这个问题，选用了taosay，并同步注册了taosay.net、taosay.org、taosay.cn等一系列相关域名(目前只启用了taosay.net一个)。

10. 内容为王。很明显每当我发一篇含金量比较高的文章时，读者增长数、消息数都会爆发，伴随着的还有传播数。所以运营这样的微信号，一定要写出足够好的内容。

11. 找准自己的定位。比如鬼脚七同学时不时抖抖马云的八卦和淘宝的料，小道君经常有各种小道消息，Mac技巧则每天推送Mac相关的心得。那么道哥的黑板报是啥定位呢?一开始我不想把这个号定位的太窄，所以我写各种乱七八糟的东西。但最终仍然要有一个能够牢牢吸引住读者的压箱底的东西，在我这里就是《中国黑客传说》系列。

12. 好文章要做预告。比如我写《中国黑客传说：游走在黑暗中的精灵》这篇文章时，提前3天开始预告，同时发文当天在微博上做了一天的预热，调足了胃口。结果那天文章还没发出来，就已经涨了1000多读者。最终文章发出来后，又涨了3000多读者，这还是在我谢绝一切媒体转载的情况下。预告这个方法似乎别人还没这么用过，算是一个成功案例吧。当然你准备的文章要有足够的底气才行，还是内容为王。

13. 传播上动用自己的所有渠道。包括微博、SNS、博客、朋友圈，还有其他公众账号的推荐。我的很多读者朋友都是小道消息推荐过来的，大号推荐一次，读者数增长就像坐火箭一样。再次感谢小道君。

14. 周末是低谷期，重要文章不要选周末发。从周五晚，到周六、周日的读者反馈都很少，新增读者也少，微博也不利于传播。所以现在我都是利用周末的时间集中回答读者的问题。

15. 平时多积累素材。我这样的微信号不可避免的一个问题就是文思枯竭了怎么办?一开始那段时间是最艰难了，写了十来天发现没货了。那段时间我是通过回答读者的问题撑过来的，现在有固定的周末两天回答问题。从那时候起我为了解决这个问题，就特别留心收集素材，现在积累了十多个题目，但有的也需要做很多功课才能写。不管怎么说，算是逼着自己提高了吧。

16. 坚持天天写。这个是我的习惯，也是极少数微信号能够做到的。原因不解释，能悟到的就悟吧。

最后，我其实是尝试把“道哥的黑板报”当做一个产品来运营，从这个角度看，你们也许就能理解我的很多做法了。

再烂的产品，也需要运营!

**昨天发完文章后，想起来还有些事情没提到，再补充一下吧：**

1. 注意图片的流量。手机上面的流量仍然是一个问题。可能用得起苹果的高富帅们没感觉，但还是有很多朋友是很在意流量的。所以如果不是特别需要，尽量不要在文章里插入过多的图片，尤其是大图一定要经过压缩。

2. 别出现错别字，每篇文章都多校对几遍再发。微信上的读者太犀利了，任何一个错别字发出来，都会有读者发消息来指正。要是什么东西说错了，也会第一时间被发现。不过不用畏惧犯错，今天说错话了，明天再改正。群发消息前最好先发送到自己手机里预览一下效果，然后做出调整。

3. 做好与读者的互动。比如我在发完《中国黑客传说》后请读者给个评分，并且尽可能做出评价。最终收到了2000多条消息。“小道消息”上次更狠，发文后宣称只要读者回复，每条必应，估计Fenng那晚人都虚脱了。

微信上的读者活跃度很高，比例在1/10到1/5。比如我在文章里推荐了一个微信号，可能会有1/10的读者会因此去搜索和添加这个号，这是很可怕的数据!而微博的粉丝活跃度据我估测只有1/1000，可能这个数据还乐观了，一方面是因为存在大量僵尸粉，一方面也是因为产品形态决定。微博已经廉颇老矣!

4. 用好微信的自定义关键词回复功能。更复杂的API我暂时没去研究，现在用自定义关键词回复已经完全可以满足我的需求了。

特别需要一提的是，最好把自己过去的精华文章集中列出来推荐给新来的读者。在我这里是回复m可以查看推荐文章列表，然后回复数字查看对应文章。这是很有必要的，因为最近的历史消息里不一定就是最好的文章，新来者如果能第一时间看到你的精华文章，对提高用户黏性很有帮助。推荐的文章不宜过多，我只推荐10篇，我认为这完全够用了，推荐过多容易分散读者的注意力。

微信正在内测自定义菜单，正式发布后应该会更方便了。接下来微信的每一个版本升级，都会带来很深远的影响。

5. 把握好推送的高峰时间。微信与微博的高峰时间相差不大。

这里有个小技巧：因为微信的后台是看不到详细数据统计的，而我又没有使用任何的第三方营销工具，所以我通过每篇文章最后的“阅读原文”，把微信的流量引导到自己网站上，然后在自己的网站日志里做分析。用户不点过来，或者样本不具代表性怎么办?想办法啊，比如我在《中国黑客传说》的最后写到，想看高清无码大图，就点击“阅读原文”。

根据Google统计的结果表明，有这么几个高峰期：上午9点到10点，中午13点，下午17点，晚上21点和23点。这其中，又以晚上21点和23点的访问量最大。所以真正的黄金时间，是每天晚上大概8点20分发。第二个小高峰是早上9点，如果要抓这个高峰，应该在早上8点30分以前发出来。

6. 从Google统计看，新浪微博的引荐来源比腾讯微博高出2倍不止。所以知道要在哪里重点推广了吧。

7. 微信似乎是人肉审核每篇文章。每次发完文章后都要等很长一段时间才能发出来，两会期间尤其如此。据多次测试，9点以后再提交文章会审核更长时间，推测是微信的员工下班回家了，审核的人少了。

好了，我的微信运营心得就分享到这里吧。

本文内容来自微信公众账号：道哥的黑板报。微信ID：taosay。转载请注明出处。

**注：**相关网站建设技巧阅读请移步到[建站教程](http://www.chinaz.com/web/)频道。