# 2017年工作记录

# 1 愚人节系列活动方案

## 1.1概述

* 设定一个主题，面向作者（或大咖）和读者征集内容，其中作者为精品组，篇幅、质量上要求略高，读者为普通组，不偏离主题，一两句话即可。
* 精品组和普通组分别设置榜单。作者将活动页推送给读者为自己拉票，同时为活动注入首批种子用户；读者分享喜欢的作者的内容页和自己的内容页至朋友圈，为作者和自己拉票，同事是为活动注入第二批用户。如果内容足够引起阅读者共鸣，引发朋友圈裂变传播，是为最终理想目标。

## 1.2案例

* 本次主题为愚人节，详情方案见附件

### 1.2.1活动宣传数据

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **宣传平台** | **浏览量** | **回复/点赞数** |
| 17K论坛 | 4803 | 54 |
| 17K小说（微信公众号） | 8273 | 25 |
| 善良的蜜蜂后援会（微信公众号） | 60386 | 586 |
| 风青阳（微信公众号） | 22564 | 193 |
| 作者观棋（微信公众号） | 13598 | 54 |
| 青狐妖（微信公众号） | 408 | 3 |
| 笔仙在梦游（微信公众号） | 487 | 7 |
| **合计** | **110579** | **922** |

### 1.2.2活动内容数据

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **精选** | **普通** | **合计** |
| 作者投稿情况 | 25 | 81 | 106 |
| 读者投稿情况 | 10 | 42 | 52 |

### 1.2.3活动页访问数据

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **日期** | **PV** | **UV** |
| 4月1日（异常） | 3927（20000） | 523（3500） |
| 4月2日 | 9043 | 1687 |
| 4月3日 | 2208 | 412 |
| 4月4日 | 2199 | 543 |
| 4与5日 | 1701 | 455 |
| 4月6日 | 1800 | 414 |
| **合计** | **20878（40878）** | **4034（7534）** |

**异常原因**：时间仓促，测试时间不足，导致活动上线后首页无法打开，三小时后修复。括号内是理论数据。

### 1.2.3活动总结

1、好的方面

（1）本次活动流程基本畅通，从前期征稿到活动宣传再到活动上线再到活动兑奖。验证了“从普通作者中产生内容，由官方和大神作者助推；普通作者获得曝光机会，推活动的单位设置广告位”的活动模式的可行性。

（2）获取了一批普通作者的支持（>30人），为下次活动的顺利进行奠定基础、

2、不足之处

产品开发不够完善，上线首日无法打开首页，流失大部分的活动用户；部分功能未实现，如无法统计分享的人次。

推文阅读量与参与活动人次转换率较低（7.5%）,原因总结有两处，一是活动没有前期预热，二是微信推文宣传文案过长没有突出活动。

## 1.3自评

* 首次活动各方面没达到预期。
* 产品后续不了了之，后续“母亲节感动小事”等活动计划搁浅。

# 2微信贴吧产品

## 2.1概述

* 基于微信公众号的社区产品，并吸引百度贴吧的管理团队及优质用户，最终取代百度贴吧在读者心中的位置。
* 培养读者阅读习惯，引导读者正版化阅读
* 基于微信贴吧的粉丝运营方案
* 后续跟“小黑屋”产品打通，为作者提供“写作&运营”一体式服务
* 在小说类百度贴吧关停后，微信贴吧是我结合多年的百度贴吧用户和管理者经验，调研了多位作者以及用户，提出的一个解决方案。设想的是成为一个平台，作者以自己的公众号为入口接入进来，对于每一个作者来说，作者和其作品、粉丝是一个独立的生态圈，同时作者与作者之间又是一个大的生态圈

## 2.2案例

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **作者** | **用户数** | **发帖量** | **回帖量** | **累积访问** |
| 观棋 | 10028 | 12446 | 59943 | 12175088 |
| 梦入洪荒 | 5636 | 1168 | 377 | 1421082 |
| 伪戒 | 3684 | 669 | 1028 | 293420 |
| 皇甫奇 | 2544 | 947 | 606 | 163576 |
| 梁七少 | 2539 | 902 | 357 | 478492 |
| 步千帆 | 2544 | 523 | 168 | 203721 |
| 苏月夕 | 1262 | 1183 | 315 | 86835 |
| 日月星辰 | 729 | 123 | 45 | 56402 |
| 青狐妖 | 671 | 349 | 46 | 229662 |
| 笔仙在梦游 | 466 | 153 | 25 | 76605 |

（6月份上线，数据截止日2017年11月30日）

## 2.3自评

* 3月份立项，出需求文档、设计文档；3/4月份开发，版本无法使用
* 5月份自己独立开发，6月份上线第一个可用版本，后续独自维护系统和升级功能
* 后续没有技术和产品支持，产品已然夭折
* 公众号阅读正版小说遭遇网站微信支付严重bug，推行正版阅读计划搁浅

# 3作家名片产品

## 3.1概述

* 作家网络名片，相当于一个移动端微型的作者信息聚合页面，在这个页面内能让读者了解到全网所有关于这个作者的有效信息。可通过生成的二维码，应用于社交展示需要。
* 后续延生到网络红人圈等有粉丝的人群。
* 调研过多位作家，作者名片旨在让作者对外推广宣传时能着力于一点，无论是宣传作品、宣传粉丝平台、分享动态...只需推出作家名片即可包涵所有信息
* 对于用户来说，作者多次长期推广一个“入口”，便于读者集中及记忆。

## 3.2案例

无

## 3.3自评

* 无技术支持，搁浅。

# 4作家助理线上组织方案

## 4.1概述

* 粉丝运营交给我们，让作者专心写作，目标是为每个作者建立一个粉丝组织
* 从作者粉丝中挑选出合适的人如Q群管理员，进行培训培养，建立粉丝管理组。由官方或作者提供经费，管理组策划或执行解决方案。

## 4.2案例

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **作者** | **管理团队人数** | **负责内容** |
| 观棋 | 23 | 粉丝群管理、书评区管理、活动策划/执行、公众号管理 |
| 梦入洪荒 | 8 | 粉丝群管理，群聊活动策划与组织 |
| 伪戒 | 4 | 粉丝群管理，公众号活动策划与执行 |
| 青狐妖 | 4 | 书评区、粉丝群管理，公众号活动策划与执行 |

## 4.3自评

* 产品未跟上，人聚集在一起事情却不多，无法形成一个完整的营运体系

# 5网络作家粉丝运营计划

## 5.1概述

* 针对作家的微信公众号建立：小说追更页微信版、微信贴吧、番外管理等功能。
* 提供常规运营方案，提高关注度及活跃。
* 根据作者自身实际情况，量身定制长期运营方案。

## 5.2案例

* 累计指导52名 17k作者创建、运营个人微信公众号
* 协助作家完成91篇推文
* 共策划完成12场次活动，涉及8位作者。活动主题包括新书预热、老书完结、红包打赏、正版引导。
* 17k大鱼号完成推送96篇，其中1篇10w+，自主原创18篇

## 5.3自评

* 缺乏产品依托，使得方案复用率低，随着服务作者数增多，愈加分身乏力。
* 原定于在17k首页开设“作者动态”板块，以鼓励普通作家积极运营粉丝，最终搁浅。
* 对于普通作家，曝光机会少，粉丝体量小而见效慢。后期坚持下来的作家不多。

# 6名作家微信公众号运营方案

## 6.1概述

* 参与本方案作家需签订“微信公众号平台代运营合作协议”
* 本方案氛围三个阶段：

（1）从无到有：初级阶段-对外宣传

（2）有到规范：中级阶段-内容积累

（3）规范到爆款：高级阶段-营销活动

（详情见附件）

## 6.2案例

观棋、青狐妖、笔仙在梦游

## 6.3自评

* 方案制定之前，线上使用调查问卷的形式向17k 30余名作家进行调研（见附件）
* 方案制定后，与多名作家面对面交流，确认方案可行。
* 方案执行过程中，作家公众号功能、格局保持了统一规范，读者与作家形成了固定的交流形式。

# 7铁粉招募计划

## 7.1概述

* 第一步 作者名义下的“粉丝招募”

通过作家的号召力，将作家的付费粉集中起来，使用营销微信号统一管理。

* 第二步 网站名义下的“粉丝招募”

网站全局提取付费粉

* 第三步 针对高质量付费粉进行“粉丝关怀”及营销活动

## 7.2案例

|  |  |
| --- | --- |
| **作者** | **招募人次** |
| 伪戒 | 877 |
| 观棋 | 294 |
| 梦入洪荒 | 117 |
| 皇甫奇 | 194 |
| 青狐妖 | 202 |
| 梁七少 | 158 |
| 苏月夕 | 121 |

## 7.3自评

* 这是一次无奈的转变，大部门沉重的kpi，以及当前项目无更多部门资源支持的情况下，以网站利益为核心，将作家的付费粉提复制一份出来统一管理、营销。
* 方案被否，只实施第一步。

# 8微信粉丝群方案

## 8.1概述

* 面对QQ粉丝群日益没落，进行微信粉丝群的尝试
* 组织安排作家每月固定抽出时间微信群里参与互动
* 定期群里发布读者任务

## 8.2案例

|  |  |
| --- | --- |
| **作者** | **微信群人数** |
| 观棋 | 300 |
| 伪戒 | 500 |
| 青狐妖 | 269 |
| 苏月夕 | 145 |
| 梁七少 | 140 |

## 8.3自评

* 微信群没有QQ群功能完善，读者加群、封禁不便。广告党泛滥。
* 微信群活跃度和用户质量明显高于QQ群，作者发布新书或参加活动时，第一批支持用户很好获取。

# 9“长约”作家运营方案

## 9.1概述

* 微信公众号基础建设
* 对外作品宣传推广
* 粉丝管理及读者关怀服务

（本方案是将之前所做方案整合成一套完善的方案体系，可批量复制模式，具体方案见附录）

## 9.2案例

无

## 9.3自评

* 化零为整的一次尝试
* 无法获取更多作家资源，经过编辑转述给作者推广，无果。

# 10网文运营解决方案书

## 10.1概述

* 以小说生命周期中特殊时期为节点，进行针对性的策划方案
* 整合之前所有做过的没做过的以及别人做过的活动方案，按一定规则进行编写
* 作者通过分析定位自己当前状况，而获得对应的粉丝运营解决方案推荐

（见附件，持续更新）

## 10.2案例

无

## 10.3自评

* 为网文行业出一份力，如果能达到改善和促进作家粉丝运营的状况，是为大的理想

# 11客户端社区方案

## 11.1概述

* 引入福利日、正版日，升级书评区
* 引入作家/读者任务
* 兴趣团体、粉丝团体入驻

（详情见附件）

## 11.2案例

无

## 11.3自评

* 目标方向

（1）延长读者每一次打开app到关闭的时间

（2）提升读者打开app的次数

* 前期设计切入点主要考虑17k作家和读者都能接受且易操作的方式
* 给作者制造宣传app的理由，给读者制造使用app的理由。
* 不一味模仿别家功能，多研究调研自己家作家和读者的行为属性，打造17k的社区文化