

自媒体还能做吗？我把运营10年压箱底的经验写出来 希望能搞定你99%的问题

从我做自媒体开始，一直都有人问我：自媒体还能做吗？我一直是回答都是肯定的。我今天不谈红利、不谈风口，毕竟大部分普通人，把握不了风口和红利。我见过2015年入局做死的，也见过今年才起盘赚钱的。

我2013年最早注册的号也做死了，第2个号才一直运营至今。看下图：



本文是懂懂我10年自媒体运营经验的总结，全文1万多

字，可以说，包含你做自媒体（全媒体）所遇上的绝大部分问题。内容很干，不管你现在有没有时间，我都建议你先收藏。

文中有些观点，可能颠覆你之前的认识。不要觉得奇怪，事情的本质就这样。如果大家的认识都是对的，为什么赚钱的总是极少数？

很多自媒体大佬不愿意讲的秘密，我也全盘分享出来。因为我相信，很多人是和我一样起点低的普通人，能从底层摸滚打爬出来非常不易，我曾经也走过弯路，差一点就要放弃自媒体。我的分享，希望能帮助到每一位在自媒体领域迷惘的人。

【第一部分：认识自媒体】

一、自媒体的前世今生

自媒体狭义的理解是指个人、企业等自行创建和运营的媒体平台，主要包括微信公众号、微博、知乎、抖音等社交平台。

自媒体的英文是“We Media”，这个词最早由美国人2003年提出的。早期的论坛和博客我觉得也算自媒体，在国内微博算是自媒体的鼻祖，而微信公众号则让自媒体概念走到了前台。而真正把自媒体推到风口浪尖的要数头条号，不说别的，就它的现金激励和流量扶持，让大家知道，自媒体是可以挣钱的。

二、自媒体和新媒体的差异

新媒体（New Media）是相对传统媒体的，如传统的报纸、电视和广播等。新媒体是新技术的产物，它表现在内容来源和传播媒介的变革，是传统媒体向数字化转型的需求。

所以说，自媒体也是新媒体的一部分，自媒体为新媒体生成了海量的内容。但一般的场景，大家说的新媒体运营和自媒体运营，实际是一回事。

三、自媒体和全媒体的差异

全媒体是自媒体的整合运营，核心是全。首先是传播媒介全，一般自媒体只运营几个平台，而全媒体是分发更多的媒介平台，数十个甚至几十个。二是内容形式全，个人自媒体要么图文、要么视频、要么音频，而全媒体是相同文案，整合多种内容形式，全网渗透。

全媒体资源利用最大化、传播价值最大化，更适合团队运营，当然个人熟练后，也可以全媒体运营。

【第二部分：读懂自媒体平台】

一、腾讯系

1、微信公众号：2012年8月23日正式上线，最初纯私域，现在是一种半私半公的平台，适合粉丝和深度内容运营，懂懂真正意义的自媒体运营始于公众号。公众号结合微信生态的私域（后面专门讲），赚钱能力秒杀一众自媒体平台。

2、腾讯内容开放平台（企鹅号）：企鹅号2016年上线，

现在是腾讯内容生态的主平台，内容在腾讯新闻、QQ浏览器、腾讯视频、微视等多端分发，娱乐类的还可以，干货类的表现一般，流量整体不如头条号和百家号。

3、微信视频号：视频号2020年初就推出了，但当时不温不火，直到2021年底才被大家了解，2022年一定是短视频领域的尖子生。支持视频和图片，与公众号无缝对接，也是私域运营的必备。

4、QQ小世界：去年上线，简直就是QQ里面的视频号，同样支持视频和图片。尚无成熟的案例，未来命运吉凶未定。

5、微视：上线于2013年，本来是短视频的先驱，没想到竟然沦为先烈了。几度关停又开放，现在又面临视频号，前途堪忧！

6、腾讯视频：中长视频为主，适合专门搞电影、网剧、动漫、游戏、节目等领域的玩家，收益尚可，门槛较高，适合自媒体团队，不太适合个人创作。

二、字节系

1、头条号：综合的自媒体平台，2013年上线，虽然比公众号晚，但是它把自媒体推到风口浪尖。内容形式包含图文、视频、问答、微头条和专栏等，兼容自媒体的一切创作形式，门槛低，收益高。

2、西瓜视频：长中短视频都有，可以用头条号后台发布，如果只做视频，也可以用西瓜视频创作者发布。与头条号和抖音全面打通流量和收益，同样门槛低、收益高。

3、抖音：抖音就不说了，短视频和直播领域的扛把子，也是字节系的王牌。创收项目丰富，只有你想不到的，没有它没有的。

三、百度系

1、百家号：2016年才上线，同类平台上线算比较晚的。好在有百度搜索的流量加持，和头条号几乎一样，拥有图文、视频、问答、动态等，对原创度较高，阅读收益较高。

2、好看视频：对标西瓜视频，一样可以与百家号整合运营，也可以单独运营。收益不错，但流量不如西瓜。

3、爱奇艺号：也是覆盖图文和视频的综合自媒体平台，图文表现不好，中视频还行。

四、阿里系

1、大鱼号：虽然背靠阿里，如果是图文，主要就展示在UC浏览器，在巨头里面，这点流量确实对不起观众，与头条差距不是一点点，而且必须过原创才能开通收益。

2、优酷视频：对标腾讯视频，不累述。

3、淘宝光合：以电商带货为核心的自媒体平台，支持图文和视频，升级到G2才能带货。

五、微博系

1、微博：2009年新浪微博上线，所以严格的说，微博才是中文自媒体的鼻祖。微博的更多价值是传播和吸粉，虽

然有创作激励，但门槛偏高。早年通过微博赚钱的大佬多，现在应该被其它平台分走了不少。

2、微博号：微博为了对标头条号做的长文平台，现在也可以发视频，甚至开直播。

3、新浪看点：新浪版的头条号，没有什么特别的，有收益，但极低。现在升级后，可以同步分发到微博和新浪。

六、图文主题平台

1、知乎：知乎从最初的问答，逐步升级为图文、问答、视频、想法为一体的综合自媒体平台。近2年疯狂的招募自媒体人，变现项目也很多，平台对各个领域有补贴和培训。

2、小红书：图文笔记起家，这两年在大力扶植短视频，女性和年轻的用户偏多，引流用户较精准。

3、网易号：主要在网易新闻分发，以资讯为主，内容质量要求不高，审核宽松，开通收益简单但收益低。

4、搜狐号：图文为主，也可以发布视频，偏向资讯内容，在百度的收录效果较好，适合做推广引流，开通收益比较难，懂懂之前开通过收益的平台竟然莫名其妙的掉了。

5、一点号：可以发布图文和短视频，流量尚可，但开通收益教难，即使你到了15级的原创号，字面各个条件都满足，也有各种理由申请被拒绝。

其它还有简书、豆瓣、东方号、快传号、大风号等，以及

一些垂类的，如美柚号、宝树号、易车号、车家号、雪球号、财经号等，不一一列举。

七、视频和直播主题平台

1、快手：短视频和直播头部平台，比抖音上线早，用户可以分享视频和图片，流量巨大，变现形式多样。

2、B站：B站初始用户为二次元年轻群体，支持视频和图文创作，干货类的中长视频表现不错。

3、搜狐视频：类似腾讯视频，不累述。

其它还有AcFun、秒拍、美拍等，以及直播类的斗鱼、虎牙、映客等，还有海外的YouTube、Facebook、TikTok等，这两年有很多小伙伴开始出海捞金了。

八、音频主题平台

1、喜马拉雅：2013年3月上线，音频类的头部平台，内容覆盖各个年龄段的用户群里，从婴幼儿到中老年。

2、荔枝：也是2013年上线，主打UGC音频社区，年轻用户偏多。

3、蜻蜓FM：2011年上线，国内首家网络音频平台，可惜被后入者超越。

九、电商主题平台

1、京东达人：京东内容带货自媒体，短视频为主，也可以申请开通直播。

2、多多视频：拼多多短视频平台，有播放分成和带货收益，但带货的考核比较坑。

十、已经下线的平台

1、趣头条：门槛低、原创要求低，入驻发文就有收益，流量集中在娱乐八卦和情感，懂懂我做干货的，最高没有超过1W的流量。

2、搜狗号：无门槛入驻，收益极低，同样我的干货内容也没有什么流量。

3、QQ公众号：较早就整合到企鹅号，当时印象中流量还可以，但是没有流量分成收益。

分享了这么多平台，难道每个都要去运营吗？肯定不是，懂懂这里分享一个平台挑选原则：**最优化原则**，新手尽量控制在3个以内，逐步熟练了可以增加至5个，专业运营可以借助工具多平台分发，我自己也是用工具一键发布多平台。我在后面第四部分会专门讲如何选平台。

【第三部分：自媒体的定位和领域】

一、如何定位？

定位决定地位，这话一点也没有错！

定位无好坏，关键是适合你。定位直接决定你的自媒体领域选择。

很多教程都说，领域选择自己喜欢的或者擅长的。很多新手把这条视为金科玉律，但懂懂这么多年的运营经验告诉

你，这话不对！至少只对一半。

为什么这么说？我们先来回答，你做自媒体的目的是什么？**如果是为了赚钱，你就要做能赚钱的事儿。**如果是情怀或者爱好，那没问题，这段内容你可以直接跳过。

1、了解自己人很少

苏格拉底的终极问题：我是谁？从哪里来？要到哪里去？很多人，终其一生，也没有搞懂。

你真的知道自己喜欢的事情吗？未必！人这一生，喜欢的事情有很多，不同的年龄段喜欢的事情也不一样。甚至你想不到，喜欢也有主动和被动。这么多变量，结果是有多不确定。把喜欢作为选择领域的第一原则，大概率你会为爱发电，但如何持久呢？做自媒体，不是做苦行僧，也不是做不食人间烟火的仙子，懂吗？

那么，做擅长的可以吧。擅长比喜欢靠谱得多。首先，擅长解决了你内容输入的问题，这其实就是靠技能吃饭，没毛病。其次，如果你还在职场，那刚好互补，还能降本增效。但擅长也不能作为选择领域的第一原则，你听说过做一行厌一行吗？这与你擅长的领域有关。

2、赚钱链路才是定位的基本原则

任何项目，都要有规划。规划的第一件事就是定位。

很多人又理解错了，以为定位就是给自己取个好听的名字和霸气的slogan。没错，很多教你做自媒体的老师和网上大片的自媒体教程都这么说，甚至夸大名字和slogan作用，而真正如何运营、如何赚钱的事情一带而过。

你如果信了，我建议你回家找你爹妈要一把刀和耙子种地去。名字和slogan，也不过刀和耙子，没有万万不能，但不是万能。

永远记住，不谈钱的定位都是刷流氓。

自媒体定位是要解决你的整个输出和输入链路闭环，讲白话就是我写了一篇文章如何挣到1000元。我的文章写给谁、对他们有什么作用、与同行有什么不一样、读者如何奖励我，这就是定位。

想深入了解定位的小伙伴可以看一下美国“定位之父”杰克·特劳特的著作《定位：争夺用户心智的战争》：

以后记住了，有些人一来就和你说什么项目如何好，他规划了多少年，就是为了什么伟大的理想，从来没有想过赚钱，这些人，不是虚伪就是忽悠。

别看那些大佬成功后豪情壮志的演讲，做多伟大的公司、为了梦想、为全人类造福，看阿里上市后的马云，不如看马云开翻译社的时候卖袜子，这才是本质，要赚钱啊。

二、什么是信息差？

说了定位，我们再来看看信息差。靠信息差赚钱，古往今来，屡试不爽。互联网上，很多人通过信息差赚得盆满钵满。

那普通人靠信息差能做好自媒体吗？答案是否定的。

我估计有人开喷了，懂懂，你不是说有人通过信息差赚了钱吗？自媒体不也是信息差吗？

大错特错！互联网这几十年，输出的内容超过了人类几千年内容的总和，而且，人类文明的大部分资料，在互联网上也能找到。不信回家找找，你老祖宗流传几百年的藏本，网上是不是有同款或者类似的？除了你家的地契。

中国剩男界的老唐，偶然听说有个女儿国，他悄咪咪的、背了100本古今中外情书、穿山越岭、跋山涉水，经历九九八十一难，找到了女儿国，由于老唐卓越的业务能力（撩妹）和不畏艰难（化缘）的精神，感动了女儿国国王，国王不辞万里下嫁给了老唐。

老唐想炫耀一下，于是随手发了一个微博，他的粉丝老孙、老猪和老沙看到了，也纷纷奔赴女儿国，他们成功的娶到了国王的二妹、三妹和四妹。

老孙、老猪和老沙也想炫耀一下，他们发了带美图和攻略的微博，特别是老孙，是坐拥千万剩男粉的顶流，于是整个剩男界都在奔赴女儿国的途中。

剩男界3000万，女儿国才100万人。惊不惊喜意不意外？这就是互联网的信息差，瞬间都对冲了差值，甚至变成了信息灾难。

一窝蜂的人涌入自媒体赛道，一半人在教人做自媒体，哪还有信息差？

我再讲一个故事：

张三和李四是同学，毕业后，都开公司做工程。但张三一年到头的在工地奔波，算勉强混过温饱。而人家

李四呢，不是在国外旅游，就是在酒店谈客户，短短几年，香车美女大别墅。一打听，原来他舅舅是某某局长，李四常年中标中到手软，他自己公司也没有施工队，干脆转包给别人，脏活儿累活儿别人干，白花花的银子挣到手。

这里不是讲关系，而且讲资源能力。**你的资料能力能撬动多大的杠杆是赚钱的关键。**所以懂懂说的信息差，我觉得应该定义为**信息能力差**。信息能力差是重点，以后赚钱就靠它了。

我通过编2个小故事，让大家深刻的理解信息差的本质。不是说这个东西我知道，但别人不知道，我就能赚到钱。而是说，这个东西，我知你知他知，但只有我有能力做这件事，我才能赚到钱。

大佬一般不会揭秘这个真相，因为这是他们赚钱的根基。

如果你还在傻傻的等待一个只有极少数人知道的赚钱红利，无异于痴人说梦。首先，你的圈层能力不够，老孙们吃的红利，因为老唐是他们的朋友圈。其次，自身能力接得住吗？眼下爆火的AI培训红利，你杀进去去试试，能不能赚钱？别人早就做好了盈利模型、拥有庞大的社群资源。

再说直接点，**互联网已经消除了显性的信息差，但会构架出高度的信息能力差。**信息能力差下面生成了大批量的信息茧房。不客气的说，大部分人就在各自的信息茧房里面。

互联网给很多人一个错觉，总以为自己差一点就抓到了某

一个暴利的风口。之前有人和我感叹，为什么离成功就差一点点呢，那时候我看到了1美分的比特币，就是买100个也行，不是早就暴富了吗？

三、自媒体领域参考

明白了定位，读懂了信息能力差，自媒体领域选择就非常容易了。再说一遍，领域本身无所谓好坏，赚钱链路才是。相同的领域，相近的流量，不同的赚钱链路，赚钱能力是几倍甚至数十倍的差别。

关于领域，我分享一个知乎的领域参考，其它平台标准可能不一样。知乎的颗粒分得很细很具体，大家对号入座即可。

按首字母排序：

- 1、宠物：包括宠物猫、宠物狗、水生宠物、爬行宠物、小型宠物和宠物伦理等
- 2、动漫：包括动画、漫画、手办模型，以及面向动漫及二次元文化爱好者的轻小说、插画等二次元作品和衍生的二次元文化（包括同人文化）等
- 3、法律：包括刑法、民法、诉讼法等法律在内的案件解读、学说理论探讨和行业动态等
- 4、故事小说：包括言情、现实情感、悬疑、惊悚、科幻、武侠、权谋、玄幻奇幻、民间奇闻、历史演义和脑洞等

5、家居生活：包括户型选择、装修设计、装修案例、装修施工、硬装选购、软装选购、厨房用品、家居日用、家居纺织、家居清洁、家居布置、物业社区/居家安全和租房生活等

6、健康医学：包括基础医学、临床医学、口腔医学、预防医学、药学、食品营养和医疗行业等

7、教育：包括中学教育、高等教育、校园生活、中高考、考研、公务员及事业单位考试、留学、外语学习、职业教育和成人教育等

8、经济与管理：包括经济学、金融学、商业解读、财会税务、企业管理、传播学、创业方法、营商技巧和个人投资理财等

9、军事：包括武器装备、军事研究、军事历史和军旅生活等

10、科技互联网：包括计算机科学、人工智能、芯片研发等前沿科技应用方向的讨论分析和解读、互联网产品开发、运营、交互设计等

11、科学与工程：包括物理学、化学、生物学、数学、天文学、地球科学、环境科学、农学、科研科教、航空航天、建筑交通、能源电气、电子工程、机械工程、化工、冶金和材料等

- 12、旅行：包括国内游、出境游、周边游、旅行交通及住宿、旅行装备、旅行拍摄、自驾游、露营、亲子游、主题旅游和户外旅行等
- 13、美食：包括美食制作、美食探店、零食、酒、奶制品、饮料、茶、咖啡、生鲜冻品、调味品、米面粮油、方便速食、甜品、烘焙方式、烹饪技巧、地域特色美食、时令饮食、节日食品、食品食材科普、餐饮行业和食品饮料行业等
- 14、母婴亲子：包括孕产知识、育儿经验、学前教育、小学教育、儿童心理、亲子关系、兴趣培养和母婴亲子好物推荐等
- 15、汽车：包括汽车选购、养护/配件、驾驶技巧、汽车文化、汽车生活、汽车科技和汽车技术等
- 16、情感：包括恋爱、单身、婚姻家庭、人际交往、情感心理和个人成长等
- 17、人文艺术：包括文学、哲学、历史、考古、人文地理、语言学、民俗学、绘画、书法/篆刻、曲艺、戏剧、雕塑、设计、艺术舞蹈、魔术、摄影、艺术理论、艺术史、艺术品、手工艺作品交流和赏析等
- 18、时尚：包括服饰穿搭、护肤彩妆、医疗美容和个人护理等
- 19、数码家电：包括电脑、手机/平板、硬件产品、外

设产品、影音播放、摄影/摄像、智能设备、家用电器和智能家居等

20、体育竞技：包括篮球、足球、乒乓球、羽毛球、排球、网球、台球、游泳项目、冰雪项目、田径项目、搏击项目、赛车项目、棋牌、棒球、高尔夫、其他面向竞技类体育赛事爱好者的体育项目等

21、心理学：包括社会心理、人格心理、儿童教育心理、认知心理、犯罪心理和自我管理与提升等

22、影视综娱：包括电影、电视剧、影视评论，演员、导演等影视行业从业人员、综艺、纪录片、明星、娱乐文化等

23、音乐：包括音乐作品/人物、音乐流派、音乐教学、乐理知识、乐器、音乐设备、音乐史和音乐文化等

24、游戏电竞：包含 PC 游戏、手机游戏、主机游戏、虚拟现实游戏、桌面游戏和电竞游戏等

25、运动健身：包括增肌减脂、跑步骑行、舒缓运动、极限运动、户外运动和运动装备等

26、职场：包括职业规划、求职招聘、薪酬待遇和职业技能等

【第四部分：自媒体的内容运营】

自媒体的关键是内容。那么，没有写作能力的人能做好自媒体吗？肯定！

我高中三年作文从来没有超过40分，一直徘徊在35-38分之间，这个分数在当时班级是倒数的。

但我写文章，公众号有10W+，头条有300W+的，而且都是干货内容，不是娱乐热点。懂懂的矩阵里面，没有一个娱乐八卦的账号。

一、如何选择平台

前面第二部分我已经说了“**最优化原则**”选择自媒体平台。最优化原则对应了定位中的赚钱链路基本原则。始终记住，赚钱是做自媒体的目的，在合法合规范围内，不要考虑爱好、情怀、甚至一些更虚的东西，那是你做成功了要考虑的事情。

最优化和适合截然不同，我知道，你看的文章或者视频，清一色的告诉你选择适合自己的平台。

做自媒体不是选老公老婆，不存在适合。为什么公司淘汰人叫优化员工？当然是为了追求利益最大化。**做自媒体也如此，用有限的资源赚更多的钱。**

举一个真实的例子，我之前一个学员，文章在公众号、头条、百家和一点同时发，公众号、头条和百家都有收益，但一点流量动不动几十万，经常比头条和百家高，但一分钱没有，申请的点金计划没有通过。我告诉他，停止发一点，他非常不舍，毕竟那么高的流量数据看着动人。我说那是你挂在鼻子上的糖，它不是耽误你发布文章那一两分

钟的事情，而是你更多的沉默成本。

1、头部平台必卡

头部平台一定是背靠大厂、流量巨大、变现路径丰富、不易挂壁的，这些平台重点选择运营。

万金油：公众号、视频号，只要你考虑私域，这2个一定要开通；

图文类：头条号、百家号，懂懂这么多年，主要图文收益平台也只有这2个；

短视频（含直播）：抖音、快手，国民级应该，你的目标用户99.99%在这2个上面；

中长视频：西瓜视频、好看视频，有播放就有收益。

音频类：喜马拉雅，覆盖了广泛的用户，音频自媒体人首选；

2、优质平台选有钱途的

我再次强调“最优化原则”，就怕你忘记，你的变现能力在哪里，就选哪个平台。

小红书和B站：引流私域变现+商单；

知乎：好物推荐+小说故事写作+商单

微博：话题引流+媒体公关；

淘宝光合和京东达人：短视频带货。

3、垂类平台邀请入驻

比如科技、母婴、汽车、健康和财经类的垂直平台，一般先不要入驻，等你在头条、百家、抖音等大平台做出了名气，他们官方邀请你，会和你谈福利或者现金奖励。

懂懂目前汽车和健康类的受邀比较多，一般每月1500-3000元的固定激励，需要完成目标任务量，钱不多，但只要把之前文章分发一下，还是很香的。

如果你直接入驻，一般审核慢，发布内容基本没有流量，更不谈收益了，白打工，谁干啊。

4、其它平台看心情

其它平台有时间可以注册，把自己的名称占着，网上有些搬运的，看你做得好，除了文章视频，连你名字也一起搬运过去了。关键是你还很难申诉，因为你名称没有注册商标。

如果仅仅是搬运撸收益还好点，有人还改你内容做些非法的勾当，搞不好你要跟着倒霉。我很早的时候碰到过两起，虽然最后没有损失，但每次起码要耽误你一周的时间自证清白。

所以，一旦你的重点平台运营熟悉了，就可以考虑全网分发，也就是现在流行的全媒体运营。我早就借助工具，一键分发，即使收益低或者无收益，但堵住了恶意洗稿的人。

二、如何选题

选题是自媒体的战略层面，好比打仗，选题就是告诉你往哪儿打。其它都是技术层面。选题不好，事倍功半。我们团队每天早晨都开选题会，每次滚动式的确定未来3天的选题方向。

选题不是大海捞针、也不是头脑风暴，它有一套逻辑体系，我称为自媒体选题四部曲：

1、领域关键词

每个领域，都有对应的关键词，关键词对应的都是需求流量。百度、头条、抖音、知乎等平台搜索，能找到大量领域词，这些都是你选题的来源。还有一个傻瓜式的办法，开知乎“擅长话题”，它会自动推送领域问题（问答词也是关键词的一种）。



2、热点

领域关键词能保证你内容质量和稳定输出，但热点是你爆款的基础。只要做公域，就一定要蹭热点。热点蹭得好，流量少不了。有个段子说“只要你有钱、你和谁都有缘”，

对自媒体人来说，只要你会蹭、啥热点都和你有关。百度热搜（原百度风云榜）、微博热搜榜、抖音热榜、知乎热榜都能实时查看热点及热度。

3、灵感

有人会反驳，我不追热点，就不能做自媒体？当然不是。有人这么多年一直做公众号，输出自己的专业知识，无视热点和关键词，靠粉丝付费咨询变现，美滋滋。这种类型的，作者一般较专业，选题来自才华横溢的灵感。不过也有局限，适合私域不适合公域。

4、用户反馈

你的粉丝后台给你留言、咨询等反馈信息，完全可以用做你的选题。这个好处是取材贴近用户，容易引发用户的共鸣。有一类自媒体，专门做这种答读者问的，特别是情感领域非常适合。

上述4个方法，可以单一也可以组合使用，目的是让你选题有科学性。

三、如何写标题

好的标题是成功的90%，一点也不夸张。标题决定了内容的点击率，内容再好，没有吸引用户点击，一切都是0。这就好比说初识一个女生，外貌和心灵哪个更重要，外貌才是敲门砖，外貌决定了你是否想了解她的心灵，标题就如外貌。

懂懂虽然不提倡标题党，但为一篇文章或者一个视频创作一个吸引人的标题是必须的，吸引人的标题≠标题党。除非你是明星、大咖、大网红，随便一个啐啐念就是10W+。

记住写标题的2个核心思想：

1、标题是文章的浓缩和点睛，所以标题的首要核心是和内容相关，否则就是标题党。下面这些典型的标题党，完全是吸引人点击，但内容根本就不是那么回事，或者和想象的是有差异的，是不是有熟悉的味道？

标题：残忍啊，美丽姑娘竟然被火柴烧死的惊天血案

内容：《卖火柴的小女孩》

标题：黄色图片 内容：一张图片，全是黄颜色

标题：李湘在大街上被人强行拖行 内容：一个人两手拖一个印刷了李湘代言的大头宣传纸袋在地上行走的图片

标题：我一个月打胎3次，会有问题吗？ 内容是：打车胎

2、标题是给人看的，所以标题还有一个重要的核心是和用户相关，否则就是对牛弹琴。创作标题的时候，一定要换位思考，占在你目标用户的角度，什么点能get到他们？

比如这段时间的地铁女网曝事件，凡是和网曝相关的标题，点击率都不会低到哪里去。

比如你要筹备买房，突然弹出一条消息：还没买房的注意，国家刚刚定的，今年贷款买房的好消息来了。你是不

是忍不住要点开？

关于标题写法，我之前分享过一篇文章：

[100W+是怎样炼成的？我分析了300个爆文标题 发现了这些套路](#)

想深入了解的可以点击看看，以后你写标题，可以像公式一样套用。

四、如何写内容

前面我说过，我文笔底子低，但我做自媒体照样经常写爆款文章和爆款视频文案。

文笔好的人，都去写书写小说去了。自媒体对文字要求没有那么高，它只需要你把事情讲清楚的能力。

所以，不要把自媒体当成语文，你把它当成数学就好了。

你把人家爆款拆成一块块的，照着人家的模板和框架，往里面放文字就可以了。

说人话就是抄袭。但这个抄袭不是复制黏贴，而是抄袭别人的行文逻辑、思想表达。

五、内容发布时间点

一般平台都有早（7:00--9:00）、中（11:00--13:00）、下午（17:00--19:00）、晚上（20:00--23:00）四波流量高峰。理论上说，高峰期发布流量更多，但实际情况是，高峰期发布的人也多，竞争更激烈。

我直接放一张图，大家应该看得更清楚：

领域	高峰点
通用	7:00--9:00、11:00--13:00、17:00--19:00、20:00--23:00
新闻、资讯	6:30--8:30、11:30--12:30
美食	8:00--9:00、17:00--19:00
母婴	9:00--10:00、21:00--22:00
家居	11:00--12:00、20:00--21:00
旅游、运动	11:30--12:30、19:00--21:00
美妆	11:00--13:00、19:00--21:00
宠物	11:00--12:00、20:00--22:00
汽车	7:00--8:00、20:00--23:00
娱乐	7:00--8:00、12:00--13:00、18:00--20:00
音乐、摄影	7:00--9:00、17:00--21:00
读书、深度阅读	12:00--13:00、20:00--22:00
穿搭、减肥	7:00--8:00、19:00--20:00

上述时间供参考，你自己运营账号，可以根据你每天的发文（含视频）数量合理分布时间点。比如你一天发布8篇，建议你分布到8个不同的时间点，而不是一个时段一口气怼完。自媒体领域有个不成文的规则：轮流坐庄，卡点越多，推荐概率越大。

除了公众号，因为有极强的粉丝订阅属性，最好是每天固定时间发布。公众号后台的定时功能用好，前一天定时当日的发布，培养粉丝固定时间阅读你作品的习惯。

六、数据分析

数据分析是为了更好的驱动运营，数据分析的目的只有一个：指导数据增长。

懂懂我和一些大厂的小伙伴也打过不少交道，国内某大厂

的人特别执着数据，简直到了无数据不运营的地步，表格做得巨麻烦巨深奥，一个字段我若不看公式都不知道啥意思，分析维度也五花八门，我觉得这是过渡妖魔化数据分析了。

自媒体内容分析关键维度：阅读量（播放量）、推荐量、完读率（完播率）、粉丝增长、互动（赞、藏、评论、分享、转发等）、收益数据，这些数据肉眼可视，有异常一目了然，账号日收益没有达到200元表格都不用做，看每个平台后台相应的表盘就够了。

我知道很多培训老师反复强调要做数据日报分析，我考虑的原因是Excel好讲吧。我告诉你，平台的数据分析已经够好了，每天花几分钟做这个日报意义何在？个人做自媒体，去掉一切繁文缛节，偌大的数据分析日报，除非你拿这个表去融资。

我不建议你做日报，但不是说不重视数据。相反，每天都应该查看数据，对自己的爆款做拆解，倒推你的选题和成文。

七、粉丝互动

与粉丝互动也是自媒体运营的一个重要环节，粉丝越少的时候越要重视。

1、为什么要互动？

互动可以提高粉丝的参与感和粘性，加速内容推荐流量和传播速度，提高账号权重和活跃度。爆款之所以能爆，一定是赞、评、藏、转等互动数据表现好。

2、如何提高互动数据？

首先是内容创作的时候预埋，有争议性的话题、能给人获得感的干货、被共情到的内容，这些会让用户情不自禁的想参与到点赞或者评论。为什么婆媳矛盾、出轨、小三等内容的评论都不会少，就是这个原因。

其次，文章结尾可以添加互动引导，比如：这个问题你怎么看？你觉得这样对吗？如果是你会怎么做？等等。虽然被很多人用，但有效。

再者，善用引导式评论，可以是粉丝评论，也可以你自己预设评论，目的是抛砖引玉，让评论自带节奏。

最后还有一条，那就是粉丝福利或者活动，这对涨粉和传播非常有效果。不要觉得用烂了，我一个职场号，分享了100个PPT模板，接近30%的粉丝帮我转发分享了。

【第五部分：自媒体和私域】

我私域和社群做得比较早，早到比W商都早。Y情期间，自媒体平台收入下滑比较严重，但私域给了我很好的收入补充。

私域和平台流量的本质区别是，不管平台给你的流量多大，那都是平台的。平台抛弃你的时候，招呼都不打。平台的流量池也有限，入局的人越多，你分的流量必定减少。

但私域不一样，一次引流，终生受用。私域对应的是人，你经营好人脉，变现的深度和广度比平台大得多。

比如我的美食号，我在平台主要是赚美食用户的流量分成，即使是带货，也是美食方向。但到了私域，我知道他的年龄性别爱好，我还可以给他推荐服装、数码、旅游，没毛病吧。他咖啡喝完了，要不要再续一罐？

可以预见，今年自媒体内卷越愈发严重，自媒体人只做平台流量分成是没有安全感的。

甚至我大胆预测，**自媒体的尽头是私域**。未来自媒体平台都分不到钱，类似早期的博客，但可以引流到私域。

【第六部分：自媒体的赚钱之道】

不赚钱的自媒体是耍流氓。各个平台的赚钱方式都是成熟的，记住我前面反复说的“最优化原则”。自己的资源能力在哪里，就匹配对应的赚钱路径。赚钱方式越多，往往赚不到钱。

举个栗子：

你网感强，善于蹭热点，那就老老实实的做流量分成，先从单平台日入100开始。

你懂商品，有电商经验，那就首选带货，因为带货的核心不是文案，而是选品能力。

你有专业知识，那可以开专栏做知识付费，或者引流私域做付费咨询。

个人做自媒体，先把一个路子搞到极致。因为你是一个人，时间和精力都有限，记着独宠一人，不要雨露均沾，否则很容易陷入能力配不上野心的死胡同。

我见过很多二愣子，胡说海吹自媒体如何赚钱，流量、带货、商单、知识付费一个不落，半年下去，一个赚钱的路子都没有搞定。

【总结】

做自媒体，是一个痛并快乐的事情。不管你是做副业，还是创业，希望我的分享，能实实在在帮助你挣钱，少走一些弯路，少踩一点坑！

好好运营你的自媒体，既能赚到金钱，又能丰富自我，只要你愿意行动起来，你的人生将充满无数的可能。

[懂懂的所有干货集合 想通过互联网搞钱的小伙伴 收藏好这个目录就够了！](#)

学习、咨询、合作请关注 [@懂懂副业](#)，一起探索，一起搞钱！