

最全干货：自媒体运营 8000+字全套攻略（建议收藏）



精心撰写三天两夜才选择发布，不看后悔、不看吃亏系列！！！！！！全文8000+字（未完待续），不掺一丝水分。

没有比这更全面的自媒体运营攻略啦。从平台规则到平台选择、到定位、到涨粉、到运营、到变现、到避坑指南，我敢说，你能遇到的所有问题都可以在本文中找到答案。

不收费、不套路、不耍心机，这篇纯精华干货内容免费公开学习。

认为写的不错点赞支持下即可，Thanks♪(·ω·)ﾉ!

--- 干货分割线 ---

01

自媒体平台有哪些

[最全干货：主流自媒体平台分析，自媒体人必看，新手小白福音！19 赞同 · 1 评论文章](#)



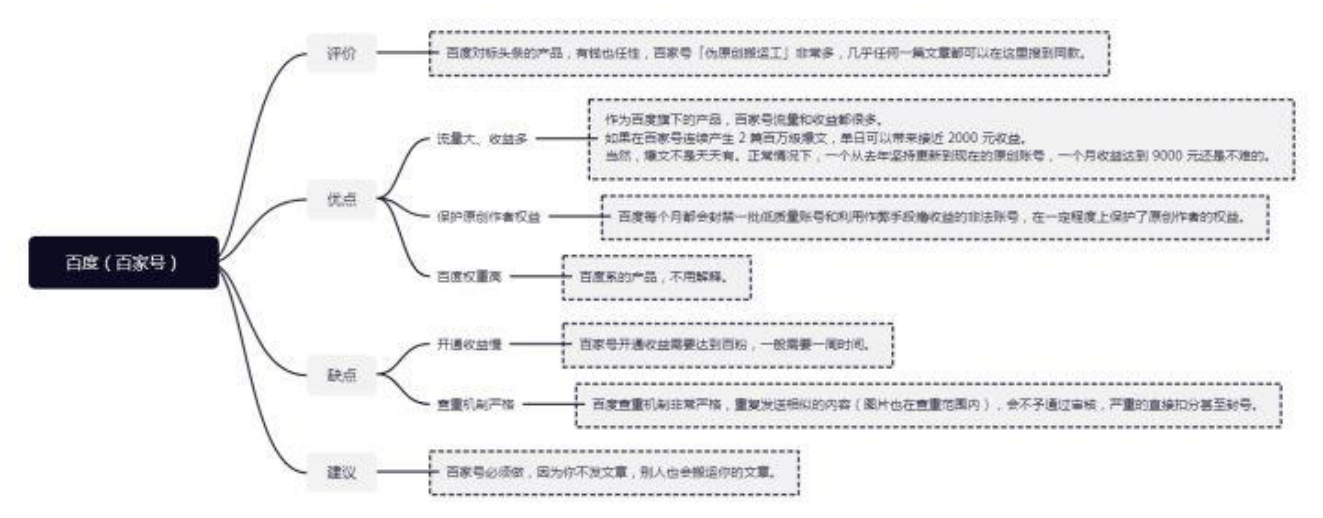
02

如何选择适合自己的平台

2.1 平台特性

目前自媒体各大主流平台特性：

百家号（流量大、收益多、保护原创作者权益、百度权重高；）



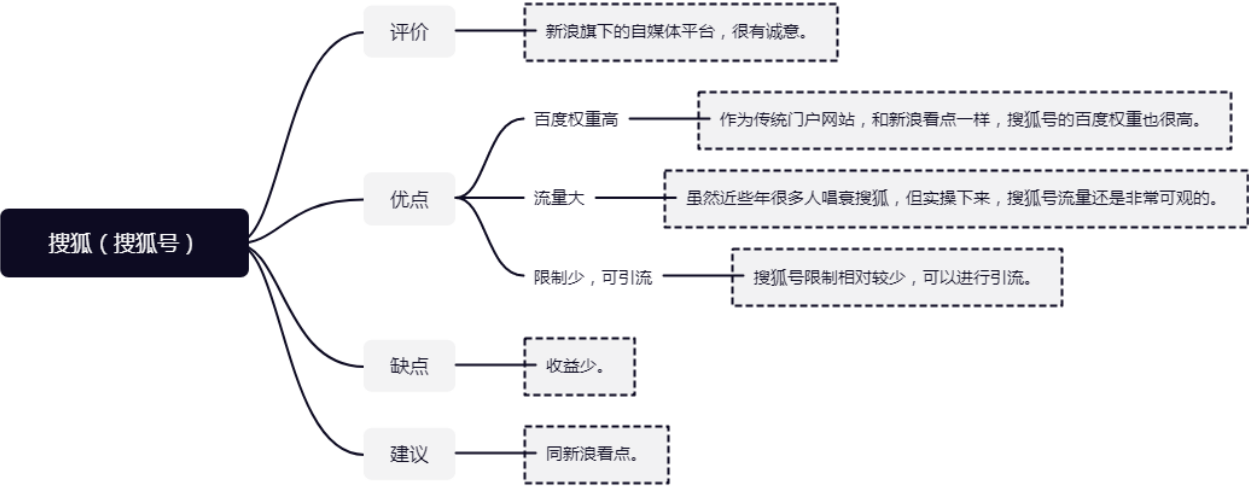
百家号平台分析 | 需要自存

企鹅号（流量大、分发容易；）



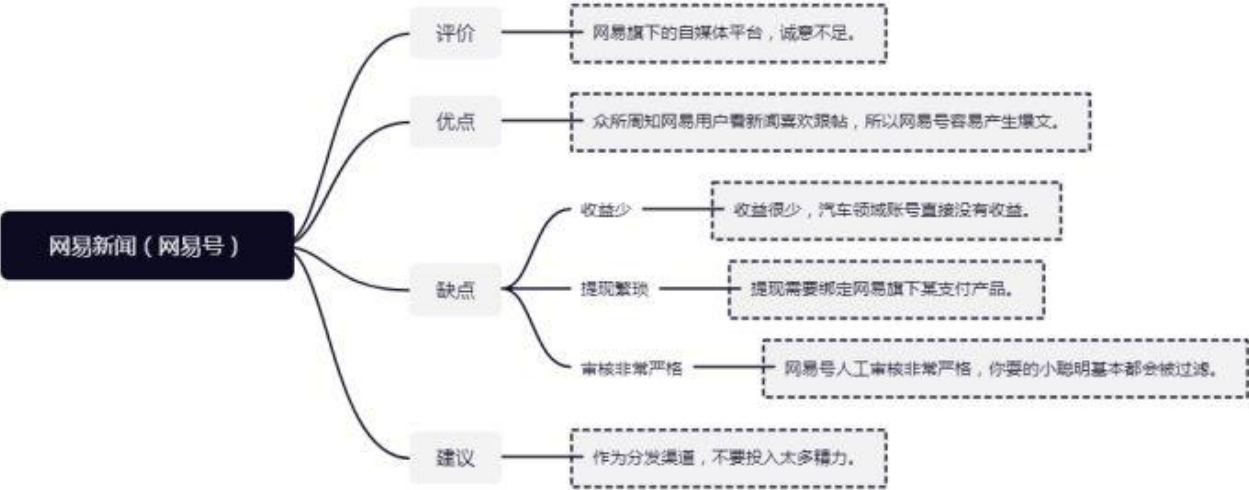
企鹅号平台分析 | 需要自存

搜狐号（百度权重高、流量大、限制少、可引流；）



搜狐号平台分析 | 需要自存

网易号（用户反馈好，易出爆文；）



网易号平台分析 | 需要自存

新浪号（百度权重高、涨粉轻松、限制少、可引流；）



新浪号平台分析 | 需要自存

一点号 (问题反馈机制优异, 反馈效率高;)



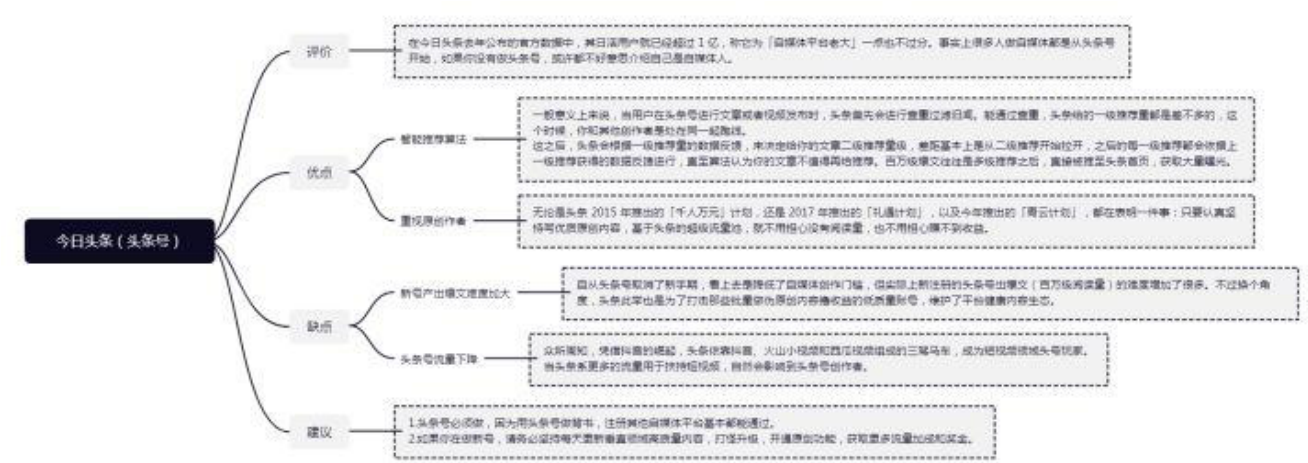
一点号平台分析 | 需要自存

大鱼号 (过新手期快、收益高、多平台分发轻松;)



大鱼号平台分析 | 需要自存

头条号（智能推荐算法、重视原创作者、单价高、流量大；）



头条号平台分析 | 需要自存

2.2 夯实基础

基础是你做自媒体必须要具备的技能之一，会写作，写作就是你的基础技能；会拍摄，拍摄就是你的基础技能。

你需要依据基础在自媒体平台创造价值，这样才能吸引来用户点击和关注，然后进一步达成变现等目的。

给大家提供一个夯实基础的方法，不管你本身有没有：

2.2.1 学习对标账号

全网搜集你所在领域内做的比较好的账号，学习他们的内容创作方式、方向、操作、细节。

当你还处于小白阶段时，每一位同行都是最好的老师。你能从这些账号身上学到70%，就足够你出师了。

2.2.2 从身边人学起

在你的生活中总会有比你强大的人，这些人就是你的学习目标。学习他们身上的优点融会贯通，这个过程会在潜移默化当中让你养成基础技能。前提是你真的在学习，真的想要做出改变。

2.2.3 丰富自己

每个人都有自己的特点和个性，你身上的特质自然会吸引志趣相投的人。一个懂得投资自己，丰富自己的人，往往能够获得意想不到的收获。自己丰富了，你的价值就体现了。种下梧桐树，引得凤凰来。

2.3 个人定位

虽说自媒体门槛低人人皆可做，但可不是谁都能做起来的。前期没有明确的定位，只会是无头苍蝇四处乱飞。

个人定位简单的来说，其实就是搞清楚四个问题：

我是谁？）我能创作什么内容？）我的目标用户是谁？）我能为他们提供什么价值？）

我是谁？ | 穿搭能手？全职妈妈？大学生？音乐爱好者？还是留学生？

我能创作什么内容？ | 穿衣搭配、育儿经验、留学趣事、生活妙招、歌唱舞蹈、情感励志，还是个人理财？

我的目标用户是谁？ | 确立了内容方向，目标用户自然一清二楚。**我能为他们提供什么价值？** | 帮助成长、获得最新讯息、科普知识、或是技巧妙招？

03

账号运营

3.1 涨粉技巧

3.1.1 学会基础的数据分析，了解粉丝画像

如果你都不知道哪些人在关注你 那肯定也写不准对粉丝胃口的内容。

每个账号都拥有特别且唯一的粉丝画像，通过查看画像数据就可以做到快速涨粉。

- 性别

性别比例可以看到关注你账号的粉丝是男性多还是女性多。从而有针对性的调整发文方向，生产某一性别爱看的内容。

比如说男性粉丝占比高的账号，如果天天发情感美文的内容，可能阅读情况不好 或者呢 一个女性粉丝占比高的账号 如果天天发国际军事内容也是同理，要根据男女对内容口味的不同灵活的作出调整。

- 粉丝活跃

粉丝活跃时间也是要重点关注的一个信息点。一般来说，在粉丝最活跃的时间发布内容，被粉丝刷到的概率就越高，如果粉丝晚上八点最活跃，你早上八点发文就太早啦。

- 定时发布

保持一个相对稳定的发文频率和发文时间，有利于培养粉丝的阅读习惯，更有利于快速涨粉。

- 年龄

知道粉丝的年龄阶段，可以帮助你决定用什么样的口吻给粉丝对话，文中该使用什么样风格的词汇。如果粉丝的年龄层偏大，那文中使用一些英文词句缩写的新潮词汇，他们很可能看不懂，那有阅读障碍时就会关闭文章，取关也是情理之中了。

3.1.2 及时回复粉丝的评论和私信

让粉丝知道你一直在用心看他们的留言，做好良性互动。以接地气的方式把自己的知识、见解、观点分享给其他的网友，读者和作者是平等的，这样喜欢你的人也会越来越多。而不是高高在上教条古板，长此以往读者都会敬而远之。

小提示：对于读者的评论，无论是鼓励还是良性的批评，都要虚心接受，切勿跟读者打嘴仗。

3.1.3 发起意见征集

意见征集也可以帮助你更准确的掌握粉丝的喜好，了解读

者对账号的意见建议。征集的问题很重要，不要问一些很宽泛的问题，比如说大家爱看我的文章吗，而是要问一些指向性强的问题。

比如你是一名影视解说作者，可以发布几个电影片名让粉丝在下面留言想看哪部电影的解说。或者每篇内容后都留一个开放性强的问题，让读者产生互动的欲望，聊聊天可能他就成为你的粉丝了。

3.2 账号定位

3.2.1 为什么要做定位

从现实层面来讲，做垂直内容已经是所有自媒体平台的基本要求。没有确定领域和方向，就没办法加V认证。或者前期通过了认证，但后期内容写的太宽泛不聚焦，也会被取消黄V。

其次，从粉丝积累的角度来说，定位越精准、越细分，账号的竞争力和生命力就越强。选择一个你擅长又喜欢，并且具有独特优势的细分领域，是做好自媒体的第一步。

从个人成长和个人品牌积累角度来讲，做定位其实就是贴标签，专注这个标签持续输出内容。粉丝慢慢也就记住了你的标签和特色，这样你的个人品牌和影响力就建立起来了，一旦有了个人品牌，你可以变现的方式就很多元化了。

而如果一直在换方向和赛道，就会像一个不断换地方挖井的人，会很浪费。所以越早选择一个赛道和标签，持续的创作内容，对你的成长发展和个人品牌的打造就越有好

处。

3.2.2 具体怎么做

给大家分享一个我总结的《三圈定位法》：



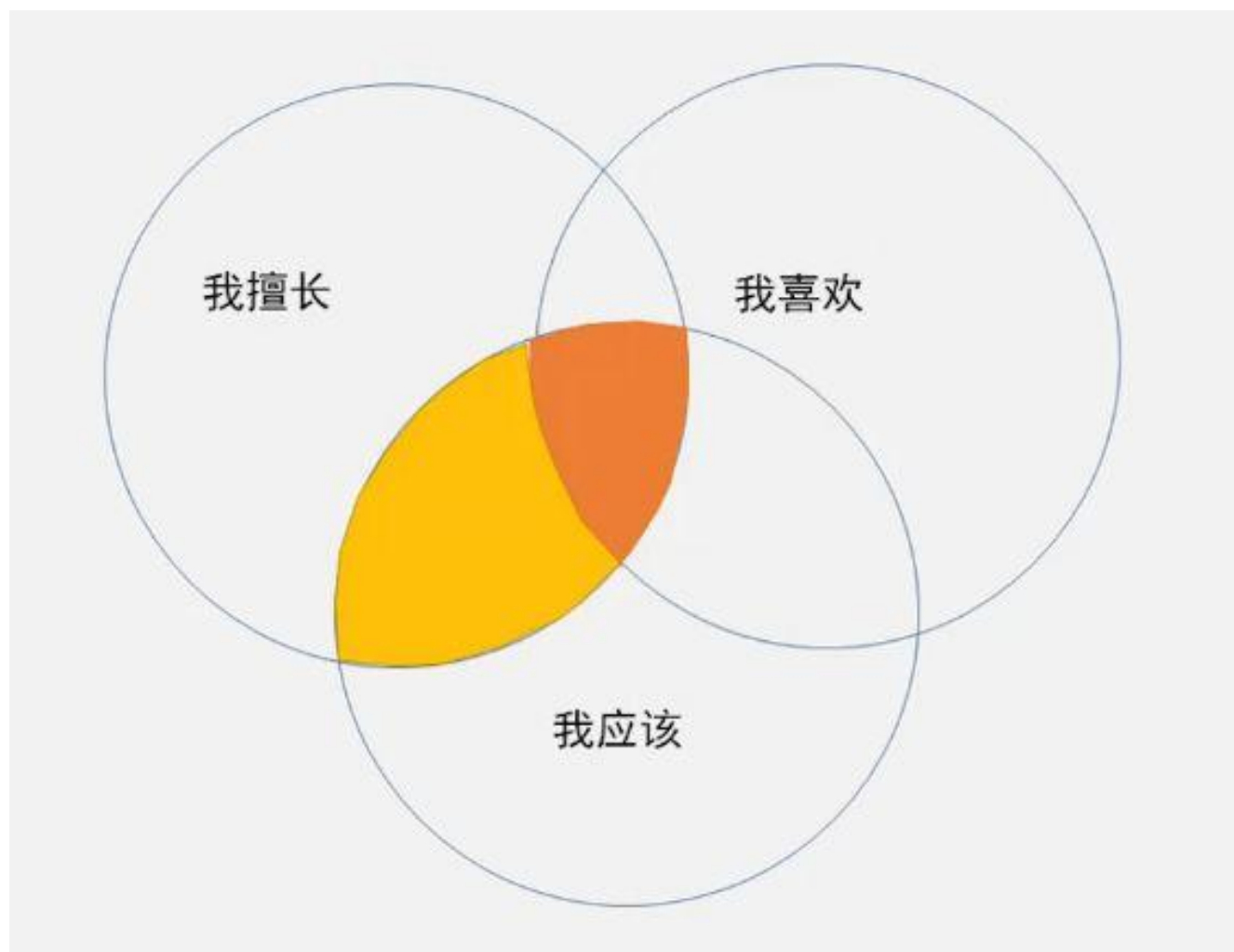
- 我喜欢代表我喜欢做什么；
- 我擅长代表我擅长做什么；
- 我应该代表我应该做什么；

第一个圈里是你想做的喜欢的事情，比如你的兴趣爱好，你对什么事情有热情，平时会经常关注哪些方面的信息。总之，凡是你想做的事都算进去。比如喜欢看电影、喜欢读书、喜欢美食、喜欢做手账、画画、做PPT等等。

第二个圈里是你的专长，指的是某方面的知识技能、才能或者是有天分的事情。比如演讲、管理、销售、某某医生、文案等等，也就是到目前为止你的专业积累或工作、职业。

第三个圈里是你应该做什么，想想目前市场上人们对哪方面的需求比较大，大家现在都关心什么，凭借你的专长爱好，以你目前的积累，你能为别人创造什么价值，把你觉得自己应该做的事记下来。

记完上述这些之后呢，进入下一步 - 找交集：



如果这三个圈里有任何1~2件事是有交集的，这就是你账号定位的雏形或者说原型。最完美最理想的雏形就是我擅长、我喜欢、我应该三个的交集，但这样的情况很少出现，只有极少数幸运的人。

我在这里推荐的是我擅长加上我应该，也就是有需求这样的一个组合。如果你喜欢的事刚好你也很擅长，那你是最完美的情况。

举个例子：

我擅长的是写作和逻辑思维，我喜欢的也是内容创作，而写作本身也是市场上很有需求的一件事，而逻辑思维帮助我更好地教别人写作，所以三者的交集就是写作讲师。

作为定位，本质上就是你能给什么样的人，提供什么样的帮助、解决什么样的问题，别人经常问你的问题里面往往就藏着你的定位。比如我是个幼师，我能给家长提供很多育儿经验；比如我很擅长沟通，我能为那些不善交际沟通的人提供很多可行的建议。

一旦定位清楚了，就不愁没有内容写，也不怕内容不垂直。下面再跟大家分享一个独家方法，既能让你持续有内容可写，也不会写的超出领域范围，这个方法叫做主题式写作。

3.2.3 主题式写作

刚刚讲到账号定位，建议最好的组合是你擅长且有市场需求的领域，而不是你喜欢但不擅长，尽管有市场需求的领域。如果是你的专长、你的专业，你一定可以有很多内容可以讲，所以你选择的创作方向一定要是你有把握且熟悉的。哪怕现在积累还不太够，也可以边学习边输出。

例如时间管理这个方向，这个大主题下涉及的方方面面都是你可以写的系列选题。比如各种时间管理的方法，以及一些好用的工具，任何一个领域你都可以从以下三个维度去写：

1. 某个领域的知识、技能、经验或者是行业信息；
2. 从基础知识到入门再到一些专门的概念，以及专业知识、实践方法和经验结论；
3. 聚焦专业方向的深度、广度、高度等多个角度去发散；

比如说职场，你可以写时间管理、沟通、向上管理、高效

工作等等。可以列出一个很长很长的清单，每一个主题还能拆分成好几个小的选题。在建立清单之前，先去主动建立一个简单的认知，可以通过阅读书籍快速建立认知，然后建立清单，建立对这个主题的框架，最后基于框架去寻找答案。

3.3 内容分发

相信大多数朋友在分发作品时，都是一个一个平台登录，一个一个平台上传，一个一个平台发布。

现在



这种老掉牙的方式已经淘汰了，低效不说，还费时费力。在互联网这个成熟的圈子中，有需求当然就会有解决方法。现在市面上有很多分发平台可以选用，就是一键发文的那种。

给大家推荐几个我在用的：

1.快优助手 官网：<http://www.keyoumi.cn/>

支持平台：



微信公众号、头条号、百家号、一点号、企鹅号、大鱼号、搜狐号、网易号、新浪微博、知乎、趣头条、QQ公众平台、东方头条号、新浪看点、简书号、号外号、秒拍号、快传号、时间号。

2.蚁小二 官网：<https://www.yixiaoer.cn/>

支持平台：



支持的平台太多了，这里就不一一写下来了，自己看吧。

这两个分发平台的步骤差不多，这里统一说下：

- 1. 登录账号
- 2. 编写好内容
- 3. 同步内容
- 4. 勾选同步的平台
- 5. 一键发布

04

如何变现

4.1 平台分成

平台分成也就是广告费。

平台会在你的作品上投放广告，有人观看你的作品，就说明广告会被用户看到，当看到你的作品的人越多，意味着看到广告的人就越多，你得到的广告费分成就越多，所以自媒体平台有播放量就有收益，说的就是广告费。

4.2 广告收入

广告收入分为两种：硬广和软广。

硬广是赤裸裸的带有广告性质的内容，容易引起用户的反感；软广则是委婉的带有广告性质的内容，写的好的软文，你甚至都感觉不到它是篇软文。

知乎中的回答有些就是软文的形式，像一双眼毁了整张脸这样的回答，回答区里总有些答主会以故事为开头，慢慢引导用户观看下去，之后在适合的位置放置商品广告，达成软广目的。

4.3 公关宣传

公关宣传其实也是属于软文的一种。

目前有很多自媒体人会以写专访的形式于软文区别开来，于是专访较于软文来说变得高端不少。而对于那些找不到媒体能专访的小公司，这类自媒体人就是他们的救命稻草。

另外，在自媒体人帮助传播的过程中，除了可以拿到文笔费外还能拿到一些额外的推广费用。

4.4 品牌植入

严格来说，品牌植入也是广告方式的一种，但它类比其他方式来说更加润物无声。

为什么这么说呢，举个简单的例子来说明：

09年中粮首个果蔬汁品牌悦活与开心网联手，尝试通过植入营销打开市场。开心网为悦活设计了3个环节的植入：

1. 用悦活种子种出饱满而新鲜的悦活果实，体现了悦活新鲜自然零添加的产品核心价值；
2. 利用收获的悦活果实进行榨汁、在这个过程中去加强对于产品零添加的认知；
3. 在品牌主张层面展开一个线下的配送试饮活动，让玩家在玩了一场游戏后记住产品的品牌主张。

配合线下的活动，悦活没有任何电视广告的情况下，全面打开市场，实现产品热卖。

注意：知名品牌的品牌植入一般只有自媒体的大咖们才有资格参与，大多数自媒体人只能望而兴叹。

4.5 电商

自媒体不一定就是专门写文章的一群人，也可能是某一领域的专家。

电商就是从自媒体延伸出的一个分支，自媒体人通过介绍某些产品的体验，吸引来感兴趣的人关注。然后持续更新推荐产品，有这类产品需求的人就会因此买单。

4.6 咨询服务

这点不多说，类似于知乎个人主页中的付费咨询。



获赞 2.2 万 被关注 8524 关注 17

泽丘

互相关注



承认平庸，代表新生

更多资料 >

他的徽章



获得 22077 次赞同 · 11073 次喜欢 · 34758 次收藏

你们是自媒体同事

你们是互联网行业同行



向他付费咨询

3 次咨询 ★★★★★ 5.0



回答 131

动态

视频 36

131 个回答

按时间排序



4.7 出书

一些写作能力较强的，觉得只有自媒体平台广告分成太少，还可以自己出书，但这要求写作能力要很高。

目前有以低价出售电子书的模式，也有很多微博和微信公众号销售电子书籍。

4.8 被"包养"或跳槽

这是目前不少企业与自媒体之间的关系，很多自媒体在做出一定品牌价值后，会被一些大的机构注资或收购。这种现象在自媒体行业内已经屡见不鲜了，自媒体做的好，被“包养”跳槽很常见。

4.9 卖号

顾名思义，很多人会把做起规模来的微信公众号或微博号转卖掉。

据说，前段时间有位自媒体人用一个20W粉的公众号换了一辆价值四十万元的越野车，而且这类赚钱方式在业内层出不穷。

4.10 线下活动

自媒体常用活动方式：组织线上用户参加线下活动。

比如，对于美食类自媒体可以举办美食分享大会，对于旅游类自媒体可以组织旅行的集会。

这种线下活动都可以向商家申请赞助费或者场地支持，如果不想商家加入，也可以用AA制的形式向参加活动的人收

取合理的费用。

4.11其他

在未来，自媒体平台肯定会越来越多。要想自己不被淘汰，关键就在于你有没有自我开发匹配自身模式玩法的能力。

举个例子：

A最擅长的是写作，但A了解的玩法只有拍摄短视频这一种。A的专业不对口，当然就无从下手，更别提后期应该如何变现。这就是知道匹配你自身属性玩法的重要性。

给大家讲一个思维框架，是用于开发模式玩法的，至于能否找到匹配自身属性的那个答案，只能看你们自己了，我只负责引导。

自媒体内容类型：文章、视频、音频、问答、直播、vlog等；**自媒体变现方式：**流量分成、广告分成、付费专栏、咨询服务、知识付费、平台活动、做IP产品、打造个人品牌、带货、赞赏等；**自媒体主流平台：**今日头条、微信公众号、抖音、快手、哔哩哔哩、小红书、喜马拉雅、大鱼号、百家号、知乎、爱奇艺等；

你如果了解过一些玩法就可以发现，目前市面上的那些个玩法，基本都是依据上述框架相结合开发出来的。

再举个例子：

依旧是A擅长写作，但这次他没有局限于短视频这一玩

法，A从框架中了解到了微信公众号这一平台，公众号那就是写作家的天堂啊。A通过写作能力在公众号中疯狂涨粉，从而打出了自己的名声，那之后的变现手段自然接踵而来，接广告、流量主、图文带货等... ..。

拥有自我开发新模式玩法的能力，不管今后平台出多少，你都能够从容应对。

05

避坑指南

5.1 明确目的

明确目的听起来很简单，是吧，但很少有人能做到明确目的。

目的，是你一开始想做自媒体时，促使你迈出那一步的那一个念头。

为了赚钱？为了打名声？亦或是其他？

那一个念头就是你做自媒体的始原动力。夯实那个念头坚持执行下去，把它进阶为一缕意志，才是做自媒体前必须要完成的。

5.2 平台规则

平台规则其实不用多说，因为每个平台上都有自己规则的说明。

只是很多人，尤其是新人，容易忽视规则的存在。

在这里，给大家说几个各平台共通的建议吧：

1. 千万别搬运
2. 不文明用语
3. 诱导低俗
4. 违反法律法规和相关政策
5. 发布谣言或不实内容

以上这些大家记着千万别犯，轻则限制重者封号，且行且珍惜呐。

5.2.1 侵权问题

<http://1.cc>协议

标有cc协议的素材是可以正常使用的，但不能作为商用且要注明素材来源。

2.cc0协议

cc0协议指的是“放弃版权”的意思，可以正常使用、商用，但不能说这段素材是你自己原创制作的。

3.VIP、独播素材

标有VIP、独播标签的素材均不可用，这类素材属于所在平台的私有财产，只可观看不能用作己用，注明出处也不行。

4.国外素材

大部分国外素材不会有侵权问题，但仍需依据上述3点选用素材。

5.3 影响推荐的因素

5.3.1 站内消重策略

简单的字面意思就是消除重复内容，为了保护站内的原创内容，提升用户的阅读体验，多篇相似内容中平台会优先推送其中的原创内容。

如何避免消重：

1. 坚持优质原创，不要发表低质搬运内容；
2. 谨慎追逐热点，要有独特观点；
3. 创作的内容要有鲜明的个人特色；

5.3.2 同类内容的挤压

针对同一个热点内容，平台系统会从中选取一篇最适合的推送给用户。

比如下面这三个例子讲的都是电影《诛仙》的内容，系统就会从中挑选一篇更适合用户的推送给他。因此，针对同一个热点，如果那个时候其他的内容表现得特别好，那你的内容可能就不会得到很好的推荐。

《孟美岐出演<诛仙>引争议，=

网友：还我碧瑶》

《<诛仙>孟美岐演碧瑶被吐槽，为什么
流量明星总想来演戏？》

《电影<诛仙>新花絮，孟美岐犄角发型被吐槽，
不像魔女像外星人》

也就是说，每一篇内容的推荐量，既取决于当时的具体环境，也取决于当时整个内容池里的其他内容的表现。

5.3.3 内容本身的情况

如果自身创作的内容质量不稳定，系统会对自身的创作能力进行评估。如果文章的内容质量不稳定，就会导致无法评估，进而影响最终的推荐效果。其次，创作内容不够垂直也会影响推荐。系统会判断作者的内容专业度，并优先推送专业度高的作者的内容。如果经常更换创作领域，会导致你账号的专业度难以评估，影响推荐。

另外，如果你的内容是某个小众领域，目标人群有限，内容受众较少，也很难成为爆款。

最后就是内容时效短，例如报道体育赛事的进展，可能一小时后比分就有很大的变化。这种情况下，平台就不会再继续再推送这个内容了。

5.3.4 内容进入复审

经常会有人问我，一篇内容推荐了一半，推荐数据都很

好，为什么忽然就不推荐了呢？

这很可能是因为你的内容出现了一些指标上的问题，例如它的点击率虽然高的吓人，但同时负面评论也多的吓人。在这种情况下，你的内容就会进入复审环节。系统会重新对你的内容进行严格的审核，主要审核以下三类问题：

1. 标题党（标题过度夸张，故意营造悬念、无中生有、歪曲事实、题文不符、低俗引导等内容会无法通过审核。）
2. 封面党或低俗（封面图不清晰涉及低俗引导等行为，都会被复审拦截。）
3. 内容涉及虚假（创作内容违背科学常理，描述未被证实或者与已经发生的事实相悖也无法过审。）
4. 包含推广信息（平台为了保护用户的体验和权益，避免用户受到错误指引遭受损失。平台对内容的推广信息非常严格，内容中如果包含二维码、微信号、手机号等各种联系方式或一些恶意推广内容都会被审核拦截。）
5. 其他综合因素（冷启动推荐效果差、粉丝情况、热点过时等。）

5.4 提升推荐量的小技巧

5.4.1 注重内容价值

要面向用户需求创作高质量的内容，其次坚持原创，平台会对坚持原创的作者给予资源倾斜。

5.4.2 内容的展现形式

既内容的视觉体验，优化内容的展现形式，从视觉上吸引用户目光。确保标题和封面图对用户有吸引力和代表性，可以表达清楚内容的主题。

例如：

晚年凄惨的张爱玲:我不需要任何人来同情我



1967年赖雅去世,在他们婚姻的这11年里,张爱玲有一半时间是在伺候他的病,另外一半时间,是在四处奔...

 李砍柴  254评论 2019年8月31日

上图中的这篇内容，标题明了、配图清晰、图文一致。

再看另外两个张爱玲的案例：

张爱玲十句霸道的爱情短句，句句精辟！



< 张爱玲 > 我爱你,为了你的幸福,我愿意放弃一切--包括你。 < 张爱玲 > 牵手是一个很伤感的过程,因为牵...

 叁品姐姐的小幸福 17评论 2018年6月8日

一个是纯文字图片，作为封面图，文字过小。

张爱玲经典名言20句:人生很短，一转身就是一辈子



1.于千万人之中遇见你所要遇见的人,于千万年之中,时间的无涯的荒野里,没有早一步,也没有晚一步,刚...

 杯无盖 7评论 2019年11月8日

另一个则是图文不符，不能引导用户更快了解文章的内容。

5.4.3 内容排版

善于运用排版工具去优化文章的排版结构，挑选清晰度高的有意义的图片作为文内配图。对图片进行适当的标注，说明使用排版工具突出重点内容，使文章层次更加清晰，提高用户的阅读体验。

--- 干货分割线 ---

以上就是本文的所有内容，希望能够帮助到你。