

如何做自媒体啊?详细教学



第一件事，搞清楚有哪些平台可以入驻？

目前做自媒体的平台非常多，如果仔细列出来，数量远超一般人想象。

音频平台：喜马拉雅FM、荔枝FM、蜻蜓FM

视频平台：抖音、快手、B站等（这个等就吓人了，因为爱奇艺，优酷，腾讯视频这些老巨头依然允许个人原创者开通个人号分发视频，还有大量新的短视频项目，比如微视）

写作平台：微信公众号、新浪博客、今日头条、百度百家号、阿里大鱼号，腾讯企鹅号，网易号，搜狐号，一点号，豆瓣，简书，知识星球，饭团等等

微分享平台：新浪微博、微信个人号（朋友圈）

问答平台：知乎、头条问答、百度知道、在行一点（内置分答）

直播平台：斗鱼、YY、京东直播、淘宝直播、抖音直播，这里又要加等了。

电商平台：几乎每一个有流量的电商平台，都需要内容写手带货，目前最火的是小红书，但淘宝系一直都是鼓励大家写作分享带货的。

归结起来，目前主要是七个类型。音频、视频、写作、碎碎念、问答、直播、电商文案，不同的内容创作者，有不同的基因，适合不同的平台入手。

一个声音好听的主播，其实能量不比一个写作者低。其实好主播更稀缺，因为声线好不好，你得承认这是老天爷赏饭吃。而写作，几乎是个人都能写几句。

恰恰是谁都觉得自己能写，赛道就变得狭窄崎岖。

友情提示：

如果你不是一个成功的小流量IP，我们是不推荐做多平台分发的。

分发的前提是能获得流量，如果你的内容带流量，尽快去分发，但如果你的内容还没有在任何一个平台上证明能脱颖而出的时候，多平台分发只能浪费你的时间。



第二件事，客观评估自己的能力

说实话，很多想写自媒体的人，压根就不应该做那些自媒体，应该做微信个人号。因为他们在朋友圈里写的内容，

那真是写得好，我都写不过。

朋友圈写作的特点是对着朋友唠嗑家常话，体己话，甚至是私房话。追求的就是带个人性格的接地气。爱写作的人，很多容易把自己端起来，结果就写不好朋友圈，但是会写朋友圈的人，其实是擅长写**闺蜜文案**（当然也有其它风格的好朋友圈，比如我的卖萌文案），而不是写文章。换个角度来说，一个微信号养3000个人很不错了，养5个号就是15000人，如果这些人都喜欢看你的朋友圈文案，放哪里也可以轻松养活一个人了。

不用刻意追求去某个自媒体平台写作，所有的自媒体平台第一个作用是帮你留粉的。

如果你发现最终转化率最高的渠道是你的个人微信号朋友圈，那还不如一次到位，有机会就让别人加你的微信个人号，看你的朋友圈。

即便是能写，我们也得搞清楚，不同平台写作要求是不一样的，有的平台追求质量，比如微信公众号写作，最近容易出爆文的号，基本上都是原来专业媒体人的底子在。又比如知乎，还是拼专业积累的。

有的平台目前还是追求接地气和数量，比如今日头条，腾讯企鹅号，百度百家号。每天打开QQ，弹窗腾讯新闻推荐，里面充斥腾讯自媒体标题党文章，阅读含金量低得不行，但是就是这种没有技术含量的文章，构成了智能推送的主力，迎合了主流人群的阅读能力。

我觉得大部分人做到头条号，企鹅号，百家号这种写作水平，几乎不需要什么写作才华，这就是一个流水线，你愿意按套路写，多写，勤奋的写，当做一个每天工作8小时的工作写，[养家糊口](#)问题不大。

当写作工人就当好工人，别心里又想着做什么IP。所谓IP都是平台需要捧你时，你抓紧红利赶紧蹭上去，争取圈够粉，换取影响力。等过了这个红利，平台不扶持你，或者你没有组建起能写的团队，你会发现，你其实还是原来的你。

写作这个能力，要看老天爷赏不赏饭。但能不能蹭到流量红一段时间，有时候真的是看你的命好不好。

美国艺术家[安迪·沃霍尔](#)不是说过：这是一个人人都能当15分钟明星的时代。



知乎 @凌晨两点的today

第三件事，搞清楚哪些平台内容创作机会大？

先不说制作成本，要说制作成本，目前是高质量的短视频难度最大。目前的意思是随着工具进化，掌握拍摄技巧的人越来越多，曾经我们以为是很难的能力，会变得稀松平常。看不懂的人，想想微信排版，一开始当一个技能，现在一个小编不会排版，就好像一个大学生毕业后居然不会做PPT一样奇怪。

不同的平台都追求10万+阅读量，但不同平台难度完全不同，请看下图。

微信生态是最难出十万+的，而且微信生态中优质账户的原创十万+是很增加阅读粘性的，粘性意味着今后带货会更方便。

抖音说实话，一旦被系统推荐，10万赞都不夸张，但是转化为订阅越来越困难，粉丝忠诚度很低，和头条接近。一个新手，往往会考虑开微信公号，为什么？——主要是潮流影响，看到身边的人都开公号，觉得自己也应该开。这个决策出发点是很有问题的。如果是2013年，2014年，甚至是2016年，微信还有红利，这个红利是两个原因带来的。第一是微信用户数量还在持续稳定增加，新的微信用户对各种订阅号还有好奇心关注；第二是各个赛道真正的高手还没有写出来，你有机会一边赛跑一边加速争取后来居上脱颖而出。

等到了2017年，2018年，其实做微信公号已经非常难了，个人写出一篇爆文有可能，但指望系统做出一个稳定带货的新号，基本上只能靠团队作战了。

但是在头条、抖音上还有红利，和当年的微信一样，头条抖音还有用户增长的空间，虽然趋势越来越慢，特别是抖音内容的新鲜期还没有过，真正的头部玩家，还没有真正重视头条和抖音，还留下了很多后来在逆袭进化的机会。举个简单的例子，如果是在微信生态里面做PPT这个垂直领域的号，第一名是[秋叶PPT](#)，第二名可能是锐普或者旁门左道，后面的号要真正跑出来，难度非常非常大。

但是在抖音上，做PPT的号一堆，除了我们秋叶PPT，[回天歌](#)的号，有很多粉丝百万的号，你根本不知道是谁做

的，这些号如果能坚持下来，说不定在抖音上能够实现逆袭。

毕竟在抖音这个舞台上，是全新的游戏规则，而且规则还在不断动态进化中，先来的人，会随着不断适应规则调整，慢慢适应这个生态，后来的人越是习惯别的生态规则，越容易水土不服。

千万不要以为别人在抖音上已经卡位了，你就没有机会。抖音的潜力的确非常大，我们秋叶Excel微信公众号，去年8月份开始运营，到现在不过是6万粉丝不到，如果不投放100~200万元广点通广告的话，我看今年只靠内容加粉加到30万，是没有可能的。但是在抖音上，秋叶Excel抖音号给人惊喜，春节期间还在涨粉，还在带货，我们的[秋叶Excel](#)带货能力很强，千万别低估抖音，你们自己去翻一下秋叶Excel抖音橱窗小店就知道了。

当然，抖音也让我们真正理解了什么叫做——**颜值就是生产力**。

如果大家在2019年不抓紧入局抖音，红利期是越来越短了。我们说实话，2018年已经在抖音上构建了两大矩阵，一个是秋叶职场抖音号矩阵，一个是妈妈点赞亲子号矩阵，都是千万级的盘子。

抖音的赛道是短视频，我们要思考的是如何在短视频时代，打磨出新的新媒体运营能力。在短视频这个平台上，其实擅长写的人根本没有用武之地，你要擅长策划，擅长拍摄，擅长表演，这对会写的人而言，完全是不同的能力。

这就好比过去的奥运舞台是田径，中国人人种是有先天不足的，但是来到乒乓球，羽毛球，体操这种强调个人技巧

性和力量性结合的运动，我们的优势就非常大。
短视频是今天做自媒体一个弯道超车的机会，特别是现在
有两大流量生态，都在全力支持短视频，一个是头条生态，另一个是微博生态。

第四件事，做短视频到底是去抖音还是微博？

谈短视频，很多人第一反应就是抖音，第二反应是快手，然后是腾讯的各种短视频平台，但是很多人忽略了微博。
[抖音平台](#)，目前是纯短视频平台，也就意味着，你要持续产出高质量的短视频，才能赢得做大的空间，这个没有专门团队配合，还是很难的。

但是微博不一样，微博支持随手拍短视频，支持发头条文章，支持发短微博，支持发长微博，支持发九宫图，支持转发、评论和点赞内容显示在你页面信息流，如果你决心开始圈粉，微博其实是一个更全面的内容平台，只不过微信把运营扶持重心放在短视频内容上。

我的意思是，你可以在微博上：

- 【1】 保持多元化内容更新，减轻拍摄视频的压力；
- 【2】 微博有定时发送功能，更适合忙人做好选题，系统运营；
- 【3】 微博和粉丝互动非常方便，在早期可以强互动，一个个圈粉。

微博其实还有一个独家大招，就是搞活动。搞活动策划好了，能量极大！

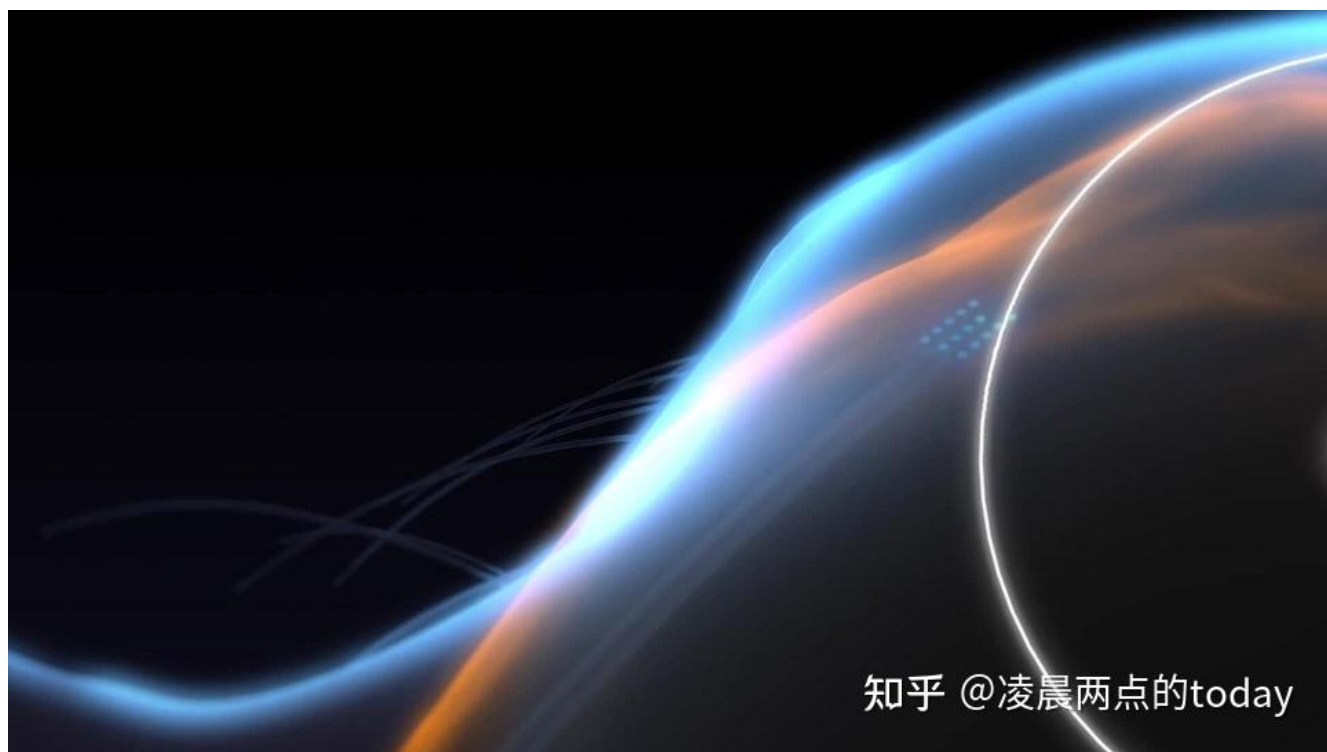
今天的微博运营的核心就是平时做内容涨粉，关键时刻做活动激活粉丝，然后通过评论留言发现有价值的粉丝，导入电商店或者微信个人号建立深度链接，建立长期合作关系。

游戏玩法早就不是大家想象中的写篇好文章等爆流量，然后就可以转化成消费等着收钱，现在叫“精细化运营”。不过很多人还没有做好精细化运营的心理准备，就好像很多人新年许愿是：一夜暴富。

但我们都知道“一夜暴富”不现实，还得老老实实上班，但是如果你把“一夜暴富”换成“一夜涨粉衣食无忧”，很多人就信了。

明明是我们这些所谓的IP，过年还在努力写日更，还在微博，抖音上努力发内容做活动，一天也不能停止工作，所谓放假就是把生活节奏调整为正常人的工作档而已。

只不过牛人上春晚，不牛的写日更，这才是人生的真相啊。



知乎 @凌晨两点的today

最后缺少视频素材或想出售视频素材的话有一个叫凌点视频素材网_正版视频素材下载的网站

<https://www.2amok.com/?r=62506>

这个网站是一个原创视频素材交易的第三方平台，模式类似于淘宝，卖家上传视频到网站上，买家在网站上浏览，

选中视频，就进行交易，视频是可以重复交易的。然后卖家和平
台，以分成的方式获利，卖家可以得到八成的分成，这个分成是很
高的，而且支付宝提现速度超快。有需要可以去看看