

Cómo hacer crecimiento de usuarios

Al construir una marca personal, una marca corporativa, desarrollar productos o vender cosas, todos necesitamos usuarios y amigos. Sin embargo, ahora que el internet móvil ha evolucionado durante una década, las relaciones en línea comienzan a estabilizarse y el tráfico en las plataformas tiende a mantenerse constante. Entonces, ¿cómo podemos lograr el crecimiento de usuarios?

Depender del contenido

Todos probablemente tenemos experiencia sobre qué tipo de publicaciones en los momentos de WeChat obtienen más “me gusta”, y esto también es parte de construir una marca personal. No es difícil obtener muchos “me gusta” en una sola publicación, lo difícil es mantener un alto número de “me gustas” a largo plazo. Sin embargo, esto también puede ser molesto, ya que parece que siempre estás buscando atención. Una solución es variar el contenido: publicar selfies, fotos de la vida cotidiana, fotos de viajes, compartir anécdotas divertidas de la vida, hablar sobre el trabajo, compartir logros y también momentos difíciles. Compartir todo, de manera auténtica. Antes, siempre publicaba sobre mi plataforma de emprendimiento, Quzhibo, y los “me gusta” se volvieron escasos. Un día, cuando publiqué fotos familiares, fotos de mi infancia y compartí historias de mi familia, volví a obtener muchos “me gusta”. Entonces me di cuenta: ah, hay que variar el contenido, alternar las publicaciones. Este emprendimiento me ha vuelto un poco obsesivo.

Del mismo modo, crear contenido para una cuenta pública también sigue este principio. Si estamos gestionando una empresa, compartimos todo sobre la empresa: la introducción de la empresa, las historias del equipo, las experiencias y aprendizajes, y las historias cotidianas. Si nos enfocamos en una industria, compartimos todo sobre esa industria. Nuestro público objetivo es quién, y qué tipo de contenido les gustaría ver.

Este año he estado jugando con los videos cortos, he publicado varias docenas de obras en Douyin y WeChat Video, con cientos de seguidores en Douyin y 150,000 reproducciones y 90 seguidores en WeChat Video. También he estado escribiendo artículos en mi cuenta pública de WeChat, he escrito más de 40. Hago contenido de manera casual, lo publico y no me importa mucho si alguien lo ve o no. Sin embargo, por supuesto, esperamos que la influencia sea mayor. Un día, me di cuenta de mi problema. Aunque en todo mi círculo de amigos, mi contenido se considera bastante bueno, en toda la red, mi contenido no es particularmente interesante o útil. Este año, he expresado demasiado libremente, incluso he causado algo de rechazo en mi círculo de amigos, a veces hablo demasiado directa y honestamente, a veces repito algunas cosas. He escrito demasiado desde mi posición, contando mis historias, sentimientos

y experiencias, sin pensar en lo que la gente necesita desde su perspectiva.

En 2017, algunos de los artículos que escribía alcanzaban entre cuatro y cinco mil lecturas, y unos pocos superaban las diez mil. Durante el año que trabajé en la plataforma de transmisiones en vivo de conocimiento “Quzhibo”, hice decenas de presentaciones, con un promedio de dos a tres mil visitas por transmisión y alrededor de tres a cuatrocientos participantes. En 2018, cambié de rumbo y me dediqué al desarrollo de software por contrato, dejando de lado el trabajo en medios independientes y sin esforzarme mucho por hacer amigos. En 2020, cuando intenté hacer algo casualmente, me di cuenta de que ganar seguidores y hacer amigos era extremadamente difícil. En cuanto a los videos, la mayoría promediaban entre mil y dos mil reproducciones, con algunos que superaban las diez mil.

Estos artículos con decenas de miles o casi diez mil lecturas tratan sobre mi historia de crecimiento al comenzar un negocio, la historia de cómo obtuve financiamiento, y cómo transformé una empresa de outsourcing de pérdidas a ganancias. Los videos con decenas de miles de reproducciones en el canal de video tratan sobre historias de crecimiento, anuncios de boda, sesiones de fotos de boda y la historia con mi prometida. El contenido y el número de lecturas están estrechamente relacionados. El crecimiento en WeChat sigue un patrón tan consistente.

Cómo crear contenido de calidad. Crear contenido que tus amigos cercanos den “me gusta” y comparten es difícil, pero aún más difícil es crear contenido que incluso desconocidos en línea den “me gusta” y comparten. Primero, haz un video que tus amigos cercanos vean con atención, que vuelvan a ver varias veces y que den “me gusta”. Aún más difícil es hacer un video que los desconocidos en línea vean con atención, que vuelvan a ver varias veces y que den “me gusta”.

¿A qué tipo de audiencia me dirijo? ¿Cómo seré después de hacer esto durante mucho tiempo? ¿Qué tipo de contenido debo crear para satisfacer sus deseos? ¿Cuáles son los deseos de la sociedad? ¿Cuáles son los deseos de esta industria? ¿Qué es lo que a todos les importa? ¿Cómo hacer que el contenido sea más interesante y útil?

Estoy haciendo videos cortos por diversión, sin ninguna intención de inducir a seguirme, ni de pedir que los comparten o me sigan. He publicado docenas de obras tanto en Douyin como en WeChat Video. Por supuesto, lo hacemos porque somos personas comunes y corrientes, y también por la realidad de poder ganar algo de dinero. Cuando comencé a tomármelo en serio y a planear cómo hacerlo crecer, de repente me di cuenta de por qué es así. Cada like, cada vista, cada momento de emoción, todo tiene una lógica, todo sigue un patrón.

Al enfrentarnos a nuestro propio contenido, estamos tan inmersos en él que quizás no podamos discernir si es bueno o malo. Sin embargo, al observar el contenido de otros, lo entendemos

claramente. ¿Por qué no quiero leer ese artículo? ¿Por qué no quiero ver ese video? Nos sentimos orgullosos del esfuerzo que hemos puesto en escribir un artículo o en crear un video, y no queremos ser tan honestos con nosotros mismos, porque sería demasiado cruel. Sin embargo, si evaluamos el contenido de otros, entendemos por qué sucede esto. Los usuarios son realmente exigentes, los espectadores son realmente exigentes, y los internautas también lo son.

En este mundo, no es fácil conseguir que otros hagan algo por nosotros. Primero debemos preguntarnos qué estamos dispuestos a ofrecer a cambio. Si queremos que nuestra audiencia comparta nuestro contenido de manera espontánea, debemos asegurarnos de que sea excepcional. Si queremos que un amigo nos ayude a difundir algo, debemos haber cultivado una buena reputación y demostrar un interés genuino por ellos.

Depender de la iniciativa personal

Cuando trabajamos como freelancers y ganamos dinero a través de una habilidad específica, o cuando necesitamos contratar a alguien o buscar trabajo, no necesitamos una gran cantidad de amigos en nuestras redes sociales. Con tener alrededor de 5000 contactos en WeChat ya es bastante ventajoso. En el artículo “Cómo contratar y buscar trabajo” también mencionamos este método, ya que conocer a muchas personas en la industria puede ser de gran ayuda.

Me di cuenta de que probablemente no agregaré nuevos amigos, pero si alguien me agrega, lo aceptaré con gusto. Si es un amigo normal, que no me venda cosas o no me envíe publicidad de inmediato, estaré feliz de hacer amistad. Charlaré un rato con el amigo, para conocerlo un poco. Luego, siguiendo mi costumbre, cuando tenga tiempo revisaré el muro de noticias y a veces le daré un “me gusta” a los nuevos amigos que conozca.

En 2017, solía frecuentar algunos grupos de élite, donde conocí a grandes expertos en tecnología, emprendedores destacados y ponentes de conferencias, entre otros. Claro, han pasado varios años, y debido a algunas situaciones poco confiables, molesté a algunos amigos, lo que llevó a que algunos me eliminaran. Sin embargo, con otros nos hemos convertido en amigos que nos ayudamos mutuamente, algunos nos saludamos de vez en cuando durante el año, y otros simplemente los sigo en silencio, entre otras dinámicas.

He mencionado que, en cuanto a este amigo de WeChat, la clave no radica en si nosotros agregamos a la otra persona o si es ella quien nos agrega a nosotros, sino en si tenemos la intención sincera de entablar una amistad. Lo mismo ocurre en nuestra vida y trabajo, a veces nos vemos obligados a tomar la iniciativa para conectar con algunas personas, lo cual es completamente normal. Sin embargo, debemos tener claro para qué necesitamos agregar a esa persona. Nadie quiere ser tratado como un fan, a menos que seamos alguien muy

influente. Y a menudo, como ingenieros o como profesionales independientes, es razonable y comprensible que agreguemos a muchos amigos en grupos relacionados, ya sea para reclutar, buscar trabajo o buscar oportunidades de colaboración.

A veces veo algunos artículos de reclutamiento que tienen miles de lecturas, pero tal vez solo unas pocas docenas de personas se acercan activamente para agregarme en WeChat. Si supiéramos quiénes son las personas que leen, y nos acercáramos activamente para conocerlas, incluso organizar encuentros con algunos amigos, ¿no sería esta una forma más efectiva de reclutar personas?

Aunque parezca que estamos tomando la iniciativa al agregar personas, lo cual puede parecer poco profesional, en realidad es un método efectivo. Agregar amigos, ya sea que tú me agregues o yo te agregue a ti, no tiene mayor importancia. Lo crucial es lo que hacemos y si podemos aportar valor a la otra persona, de lo contrario, agregar a alguien como amigo no sirve de nada, ¿verdad? Aunque es difícil de decir, porque la vida es larga, el valor de por vida de un cliente o de un amigo no es algo que se pueda ver de inmediato. Esto también significa lo importante que es hacer amigos con sinceridad. A veces, tenemos amigos en WeChat con los que no hablamos durante años, y de repente nos contactan para un proyecto de cincuenta o cien mil. Sí, intentemos hacer del mundo un lugar mejor cada día, y tal vez el mundo nos lo devuelva.

También me he dado cuenta de que, con cada amigo ocupado en su trabajo y vida, a menos que sea algo muy relacionado conmigo, no me involucraré en ello. El círculo de amigos, solo lo reviso cuando tengo tiempo libre.

Al principio, pensamos que hacer amigos en línea era demasiado eficiente y poderoso. De repente, conocíamos a tantas personas. Sin embargo, el tiempo nos demostrará que no podemos ser perezosos. Terminamos necesitando conocer a amigos de la industria uno por uno, y luego visitar a aquellos amigos de la cadena de suministro con los que podríamos colaborar.

O bien creamos contenido excepcional, optimizamos la conversión y esperamos a que otros nos descubran. O bien somos extremadamente proactivos y sinceros, y nos acercamos a los amigos de la industria. Es como en una relación amorosa, siempre hay una parte que tiene que tomar la iniciativa.

Colaboración

2016 2014

如果您有其他问题或需要进一步的帮助，请随时联系我。QQ: 123456789

Antes, cuando colaboraba y quería encontrar a expertos de la industria para hacer transmisiones en vivo, simplemente enviaba un mensaje tímido preguntando. La colaboración, por supuesto, depende principalmente de nuestra propia capacidad. ¿Qué tengo yo, y por qué mis amigos colaborarían conmigo? Sin embargo, la colaboración también tiene aspectos importantes. No se trata solo de enviar un mensaje preguntando. Hay que decirle a la otra parte exactamente qué se va a hacer, cómo será todo el proceso y qué debe preparar. Debemos ser muy sinceros y profesionales. Cuando llevo a los anfitriones a muchos grupos de WeChat, algunos pueden sentirse un poco confundidos, porque algunos solo quieren compartir contenido y disfrutar de una vida tranquila. Consideraremos todas las situaciones para que todos estén contentos, y así podemos colaborar con más personas.

Muchas veces, la gente no es reacia a colaborar, sino que simplemente no hemos preguntado. Necesitamos comprender los deseos de cada persona, entender qué piensa cada uno, qué necesita y en qué ha estado ocupado últimamente. Utilizamos presentaciones en PowerPoint o documentos para describir claramente el contexto de la empresa y los temas de colaboración. A través de chats de voz o reuniones en persona, podemos conocernos mejor mutuamente.

Este también es un método muy efectivo. Porque demuestra sinceridad y es muy eficiente. En realidad, tratar con personas siempre implica colaboración. Hacer crecer algo a través del contenido también es una forma de colaboración. Aquí se habla principalmente de la colaboración entre dos personas o dos empresas, donde se intercambian recursos.

Colaborar para ganar juntos, considerar los intereses mutuos, hacer las cosas de manera justa, comunicarse de manera cómoda y sincera, cooperar entre sí, hacer lo propio con dedicación y esforzarse por ayudar a los amigos.

Depender del dinero

Pagar por tráfico y publicidad es un método comúnmente utilizado por las empresas, especialmente en el entorno actual. He probado a usar Dou+ para comprar una promoción en tendencia por 99 yuanes, obteniendo una exposición de diez mil, solo para probar. Dicen que en Douyin (TikTok) el dinero no sirve de nada, que hay que depender del contenido. Esto requiere calcular bien las cuentas, los costos y los beneficios. Los pequeños equipos individuales básicamente no pueden permitírselo. Las grandes empresas también suelen perder dinero aquí. Entonces, ¿por qué seguimos usando dinero para promocionar? Porque parece que no hay otro método eficiente y útil. Depender del dinero también puede verse como una colaboración mutua con la plataforma. En resumen, todos somos muy inteligentes y calculamos los beneficios al máximo. Colaborar con la plataforma o con influencers, es difícil que salgamos ganando.

Creo que, como máximo, a largo plazo podemos recuperar los costos, pero este es un método que solo las grandes empresas pueden permitirse. La promoción consume mucho dinero, el tráfico consume mucho dinero.

Finalmente

Los primeros tres métodos también se pueden utilizar simultáneamente. Ser proactivo al máximo y hacer cada cosa con dedicación. Muchas cosas son así, ¿verdad? Si realmente queremos ganar dinero para mantenernos, deberíamos ser capaces de hacerlo. Con un PIB de casi cien billones, siempre podremos obtener una parte de ese dinero.

En el entorno actual, es relativamente fácil para una persona mantenerse a sí misma. Con esfuerzo, también se puede ganar un poco más de dinero. Para los equipos de emprendimiento pequeños y medianos, es más difícil, ya que se necesita gestionar el equipo, y cada miembro debe mostrar un espíritu emprendedor, el mismo espíritu que se necesita para ser un microempresario, y dar todo de sí. Las grandes empresas, con su abundancia de talento, experiencia, usuarios, recursos y dinero, también pueden seguir adelante.

En el entorno actual, estas son mis reflexiones sobre cómo lograr el crecimiento de usuarios y cómo crear valor para ganar dinero. Los métodos de crecimiento orgánico no son fáciles, precisamente porque son métodos útiles a largo plazo. Necesitamos adoptar un espíritu de abnegación, sumergirnos por completo en la creación de contenido, en ayudar a las personas y en dedicarnos a las tareas, esforzándonos sin esperar nada a cambio. Curiosamente, al final, es posible que obtengamos recompensas inesperadas.

Tal vez algún día, el contenido que creamos haga que un desconocido en internet se maraville. Nuestras hazañas harán que un extraño en la red nos admire. Lo que hacemos realmente hace que la sociedad sea un lugar mejor. Nuestro contenido, productos o historias comienzan a difundirse naturalmente entre la gente. Cuando lleguemos a ese nivel, es posible que ya no nos preocupemos en absoluto por el crecimiento de usuarios, simplemente lo hacemos, lo entregamos.