

私たちが個人ブランドを作り、会社のブランドを作り、製品を作り、物売るなど、すべてにおいてユーザーや友人を必要としています。しかし、モバイルインターネットが発展して10年が経ち、インターネット上の関係性が固定化され、各プラットフォームのトラフィックが安定してきた今、どのようにユーザーを増やしていけば良いのでしょうか。

コンテンツに頼る

みなさんも、友達の輪で何を投稿すると多くの「いいね」がつくか、経験があると思います。これも個人ブランドを築く一環です。一度に多くの「いいね」を集めるのは難しくありませんが、長期的に多くの友達から「いいね」をもらい続けるのは難しいです。しかし、いつも注目を集めようとするのはちょっとうんざりすることもあります。一つの答えは、様々な内容を交互に投稿することです。自撮り写真、日常生活の写真、旅行の写真、生活の面白い出来事、仕事の話、成果や悲しい出来事などを共有します。すべてを共有し、とてもリアルです。以前、私は自分の起業したプラットフォーム「趣直播」のことばかり投稿していて、「いいね」が少なくなっていました。ある日、家族の写真や子供の頃の写真、家族のストーリーを共有すると、また多くの「いいね」がきました。そこで、ああ、内容を変えて、交互に投稿しなければならないんだと気づきました。この起業は、まるで魔法にかかったようです。

同様に、WeChat 公式アカウントやコンテンツ制作においても同じことが言えます。私たちが会社を運営しているなら、会社のすべてを共有します。会社の概要、チームのストーリー、経験や学び、日常の出来事などです。私たちが一つの業界を扱っているなら、その業界のすべてを共有します。私たちのターゲット層は誰で、彼らがどのようなコンテンツを見たいのかを考えます。

今年、私は断続的にショートビデオを楽しんでおり、TikTok と WeChat ビデオチャンネルに数十の作品を投稿しました。TikTok では数百のフォロワーがいて、WeChat ビデオチャンネルでは15万回の再生と90人のフォロワーを獲得しました。また、今年はWeChat 公式アカウントの記事も40本以上書きました。私は気軽にコンテンツを作成し、投稿していますが、誰かが見るかどうかは気にしていない感じです。しかし、もちろん影響力をもっと大きくしたいとは思っています。

ある日、私は自分の問題に気づきました。友人たちの間では、私のコンテンツはまあまあだと思われていますが、インターネット全体で見ると、私のコンテンツは特に面白くも有用でもありませんでした。今年、私は自分の気持ちを自由に表現しすぎて、友人たちの間でも反感を買うことがありました。時には話が直接的すぎたり、同じことを繰り返し話したりしました。自分の立場から自分のストーリーや感想を書くことに集中しすぎて、みんなが何を必要としているかを考える視点が欠けていました。

2017年、私が書きたいいくつかの記事は4,000から5,000回ほど閲覧され、中には1万回を超えるものもありました。趣直播という知識共有プラットフォームで1年間活動し、数十回のライブ配

信を行い、毎回 2,000 から 3,000 回のアクセスと 300 から 400 人の参加者を安定して集めました。2018 年にソフトウェアアウトソーシングに転向し、それ以降はメディア活動をやめ、友人を作ることあまりしませんでした。2020 年に軽く再開してみましたが、フォロワーを増やしたり友人を作ったりするのは非常に難しいと感じました。ビデオチャンネルでは、ほとんどの動画が 1,000 から 2,000 回再生され、いくつかの動画は 1 万回を超える再生回数を記録しました。

これらの記事は、それぞれ 1 万回近くまたはそれ以上の閲覧数を獲得しています。内容は、起業に関する私の成長ストーリー、資金調達の成功談、そしてアウトソーシング会社としての転換と黒字化の物語です。ビデオチャンネルで 1 万回以上再生された動画は、成長ストーリー、結婚式の告知、ウェディングフォトの撮影、そして婚約者とのエピソードなどに関するものです。このように、内容と閲覧数は密接に関連しています。WeChat 上での成長は、このように規則的で予測可能なものです。

如何制作优质内容。制作一个让周围朋友点赞转发的内容已经不易，而制作一个让陌生网友也愿意点赞转发的内容则更具挑战性。首先，要制作一个能让周围朋友耐心观看并反复欣赏、最终点赞的视频，这本身就不简单；更进一步，要制作一个能让陌生网友也愿意耐心观看，甚至反复欣赏并点赞的视频，难度更是倍增。

私はどのような人々を対象にしているのか？長い間続けた後、私はどうなっているのか？彼らの欲望を満たすために、どのようなコンテンツを作るべきか？社会の欲望は何か？この業界の欲望は何か？みんなが何を気にしているのか？どうやってコンテンツをより面白く、より有用にするか？

私は短い動画を作って気軽に楽しんでいます、フォローを誘導したり、リツイートやフォローを求めたりは一切していません。TikTok と WeChat のビデオアカウントに数十作品を投稿しています。もちろん、私たちがこれをするのは、私たちも俗人で、現実的にお金を稼ぎたいからです。本格的に始めようと思った時、なぜそうなるのかが突然理解できました。一つ一つの「いいね」、一つ一つの視聴、そして感動の瞬間が、すべて論理的で、規則的であることに気づいたのです。

私たちは自分のコンテンツに向き合い、その中に身を置いていると、自分のコンテンツの良し悪しがわからなくなることがあります。他人のものを見ればわかります。なぜあの記事を読みたくないのか。なぜあの動画を見たくないのか。私たちは自分が苦労して書いた記事や作った動画に対して、正直になりたくない、それは残酷すぎると感じます。しかし、他人の記事や動画を評価してみると、その理由がわかります。ユーザーは確かにうるさいし、傍観者も確かにうるさいし、ネットユーザーも確かにうるさいのです。

この世界では、他人に何かをしてもらうのは確かに簡単ではありません。まず、私たちが相手に何を提供できるかを考えなければなりません。もし観客に自発的に広めてもらいたいなら、内容が非常に優れている必要があります。もし友達にシェアしてもらいたいなら、良い評判を築き、友達を大切にする必要があります。

個人の自主性に頼る

フリーランスとして、特定のスキルで収益を上げる場合や、人を採用したり仕事を探したりする際には、多くのユーザーフレンドは必要ありません。むしろ、WeChat の友達が 5000 人いれば十分に有利です。『人を採用する方法と仕事を探す方法』でも触れたように、業界の多くの人々と知り合いになることは非常に役立ちます。

私は、これから新しい友達を追加することはないかもしれないと気づきました。しかし、もし誰かが私を追加してくれたら、喜んで承認するでしょう。普通の友達で、私に物を売りつけたり、すぐに広告を送ってこない人なら、楽しく友達になれると思います。友達と少し話して、基本的に相手のことを知ります。それから、私の習慣に従って、時間があれば友達の投稿をチェックし、時には新しく知り合った友達に「いいね」を押すこともあります。

2017 年当時、私はいくつかのハイエンドなコミュニティに参加し、技術のエキスパートや有名な起業家、カンファレンスのゲストスピーカーなどと友人関係を築いていました。もちろん、何年も経った今、信頼できない行動で友人を煩わせ、何人かには削除されてしまいました。しかし、その中には互いに助け合う友人となった人もいれば、年に一度挨拶を交わす程度の関係になった人、また、私は彼らを静かに見守る存在となった人もいます。

私は以前、この WeChat の友達、この友人は、相手を積極的に追加するか、それとも相手が私たちを積極的に追加するかが重要なのではなく、私たちが誠意を持って友達になるかどうかが重要だと述べました。私たちの生活や仕事も同様で、やむを得ず積極的に人々とつながる必要があるのは普通のことです。しかし、私たちは実際に相手を追加して何をしたいのかを考える必要があります。私たちはそれをはっきりと理解する必要があります。特に有名人でない限り、誰もファンとして扱われたいではないでしょう。そして、エンジニアとして、フリーランサーとして、私たちは人を採用したり、仕事を探したり、協力を求めたりするために、関連するグループで多くの友達を追加するのは非常に合理的で、理解できることです。

時々、求人記事を見ることがありますが、数千回読まれても、実際に自ら連絡を取って WeChat を追加してくるのは数十人程度です。もし記事を読んだ人が誰なのかを私たちが知ることができ、自ら積極的に彼らを理解し、知り合いになり、何人かの友達と会って話すことができれば、もっと良い人材を採用できるのではないのでしょうか。

私たちが積極的に人を追加する行為は、一見すると低レベルに見えるかもしれませんが、これは実際に効果的な方法です。友達を追加する際、あなたが私を追加するか、私があなたを追加するか、それは関係ありません。重要なのは、私たちが何をしようとしているのか、相手に価値を提供できるかどうかです。そうでなければ、友達を追加しても意味がありません。しかし、人生は長いもので、顧客や友人の生涯にわたる価値は、すぐには見えてこないものです。これは、誠実に友達を作ることの重要性を示しています。WeChat の友達がいても、何年も話さないことがあります、一度連絡を取ると 5 万や 10 万のプロジェクトが舞い込むこともあります。

そうです、毎日少しずつ世界を良くしていけば、世界が私たちに報いてくれるかもしれません。また、友人たちが仕事や生活に忙しいことも理解しています。私と直接関係のあることでなければ、基本的には手を出しません。友達の SNS（WeChat の Moments など）も、暇なときに軽くチェックする程度です。

最初、私たちはオンラインで友達を作ることが非常に効率的で力強いと感じていました。一瞬にして、多くの人と知り合うことができました。しかし、時間が経つにつれ、私たちはやはり手を抜くことができないことに気づきました。業界の友人を一人ひとり知り、協力できる上流・下流の友人を一人ひとり訪ねて会う必要があるとわかってきたのです。

私たちは、非常に優れたコンテンツを作成し、変換を最適化し、他の人が私たちを認識するのを待つか、あるいは非常に積極的で誠意を持って、業界の友人と知り合うかのどちらかを選ぶべきです。これは恋愛に似ていて、常にどちらかが積極的でなければなりません。

協力によって

趣直播では、数十人のホストと協力し、数十回の知識ライブシェアを行い、ほぼ百万のアクセスがありました。これらは主に協力関係によるものです。業界で影響力のある技術の達人を見つけ、共同でライブシェアを行います。ライブルームに QR コードを掲示し、WeChat を追加し、ユーザーグループに招待し、ホストと話をします。WeChat 公式アカウントのウェブページでライブ配信を行い、WeChat グループや友達の輪で運営します。今年、彼らはプライベートトラフィックについて話しています。私は 16 年にこれをうまくやっていました。何も持たずに起業した私にとって、これは自然な方法でした。私が主に知り合った友達は WeChat にいるからです。また、起業は難しいとも思っています。趣直播をやった後、他の製品も作るかもしれません。それをやり終えた後、何も残らないわけにはいきません。14 年に大学で学校のための成績検索アプリを作り、スクレイピングの方法で Android 携帯から学校の教務成績システムにアクセスできるようにしました。その時、アプリ内に QQ 番号を掲示して友達を作りました。

以前、私が協力を求める際、どの業界の大物をライブ配信に招くかを考え、恥ずかしげに一言だけ尋ねていました。協力は、もちろん私たち自身の実力が最も重要です。私には何があり、なぜ友人が私と協力するのか。しかし、協力には重要なこともあります。ただ一言尋ねるだけではいけません。相手に、具体的に何をするのか、全体のプロセスはどうなっているのか、相手が何を準備すべきかを伝える必要があります。私たちは誠意を持ち、プロフェッショナルでなければなりません。私が配信者を多くの WeChat グループに招待するとき、おそらく一部の配信者は困惑するでしょう。なぜなら、彼らの中にはただ何かを共有したいだけの人もいれば、静かな生活を望んでいる人もいるからです。私たちはすべての状況を考慮し、すべての人を少しでも楽しませることができれば、より多くの人と協力できるでしょう。

多くの場合、人々は協力したくないのではなく、ただ単に私たちが尋ねていないだけです。私たちは各個人の欲望を見抜き、それぞれが何を考え、何を必要とし、最近何に忙しいのかを把握す

る必要があります。私たちはPPTやドキュメントを使って会社の背景や協力事項を明確に説明します。音声チャットや直接会って話すことで、お互いをよりよく理解します。

これも非常に有効な方法です。なぜなら、誠意が感じられ、効率的でもあるからです。実際、人との関わりはすべて協力関係です。コンテンツを通じた成長も協力の一環です。ここで言及されているのは、主に2人または2社間でのリソース交換による協力関係のことです。

協力して共に勝利を目指し、お互いの利益を考慮し、物事を公平に行い、心地よく率直にコミュニケーションを取り、互いに協力し合い、自分の役割を全力で果たし、友人を助けるために努力する。

お金に頼る

お金を使って広告を出し、トラフィックを購入する。これは企業がよく使う方法で、特に現在の環境ではそう。私はDou+を使って99円でホットプロモーションを試したことがあり、1万回の露出を提供してもらった。彼らは、TikTokではお金を使っても全く意味がなく、コンテンツに頼るべきだと言っている。これは、コストと利益をしっかりと計算する必要がある。個人や小規模なチームでは、基本的に手が出せない。大企業もここでよく無駄遣いをする。それでもなぜ私たちはお金を使ってプロモーションをするのかというと、他に効率的で使いやすい方法がないからだ。お金を使うことで、プラットフォームと相互に協力しているとも言える。とにかく、みんな賢くて、利益を計算し尽くしている。プラットフォームやインフルエンサーと協力しても、私たちが得をするのは難しい。長期的に見てコストを回収するのが精一杯で、これも大企業でしかできない方法だ。プロモーションはお金がかかるし、トラフィックもお金がかかる。

最後に

前の三つの方法も同時に使うことができます。積極的でこれ以上ないほどに、何事にも心を込めて取り組むことです。多くのことはそうだと思います、私たちが本当にお金を稼いで自分を養いたいと思うなら、それは可能なはず。この100兆近いGDPの中から、少しはお金を分け前として得ることができるでしょう。

確かに、現在の環境では、個人が自分自身を養うのは比較的容易です。努力すれば、もう少しお金を稼ぐこともできます。中小規模のスタートアップチームは難しい状況にあります。チームを管理し、各メンバーが起業家精神を持ち、マイクロビジネスの精神を持って全力を尽くす必要があります。大企業は、人材が豊富で経験も多く、ユーザーも多く、リソースも資金も豊富なので、まだ何とかできるでしょう。

これは現在の環境において、ユーザー成長をどのように実現するかについての体験談であり、価値を創造して収益を得る方法についての心得でもあります。自然な成長の方法はどれも容易ではないでしょう。なぜなら、これもまた長期的に有効な方法だからです。私たちは自己を忘れる精神を持つ必要があります。自己を忘れてコンテンツ制作に没頭し、人々を助けることに没頭

し、物事に没頭し、見返りを求めずに努力することで、逆に最後には予想外の報酬を得ることができるかもしれません。

いつか、私たちが作ったコンテンツを見た見知らぬネットユーザーが感嘆し、私たちの功績に感服する日が来るかもしれません。私たちが行っていることは、確かに社会をより美しくしています。私たちのコンテンツ、製品、またはストーリーが人々の間で自然に広まり始めます。その境地に達した時、私たちはもはやユーザー数の増加を気にすることなく、ただ行動し、貢献することに集中しているかもしれません。