

Comment faire croître sa base d'utilisateurs

Dans la création de notre marque personnelle, de notre entreprise, de nos produits, ou dans la vente de biens, nous avons tous besoin d'utilisateurs et d'amis. Cependant, après une décennie de développement de l'internet mobile, les relations en ligne commencent à se stabiliser, et le trafic sur les différentes plateformes tend à se normaliser. Alors, comment pouvons-nous stimuler la croissance de notre base d'utilisateurs ?

Contenu

Nous avons tous probablement remarqué ce qui attire le plus de likes sur les réseaux sociaux, et c'est aussi une façon de construire une marque personnelle. Obtenir beaucoup de likes une fois n'est pas difficile, ce qui est difficile, c'est d'obtenir régulièrement de nombreux likes de la part de vos amis. Cela peut aussi devenir agaçant, car cela donne l'impression de toujours chercher à attirer l'attention. Une solution est de varier les publications : des selfies, des photos de la vie quotidienne, des photos de voyage, des anecdotes de la vie, des partages sur le travail, des réussites et même des moments difficiles. Partager tout, de manière authentique. Auparavant, je publiais souvent des choses sur la plateforme de streaming amusante que j'avais créée, et les likes étaient rares. Un jour, j'ai posté des photos de famille, des clichés de mon enfance, et j'ai partagé des histoires familiales, ce qui a suscité beaucoup plus de likes. J'ai alors compris qu'il fallait varier les publications, les alterner. Cette aventure entrepreneuriale m'a rendu un peu obsédé.

De même, créer un contenu pour un compte public WeChat (微信) suit la même logique. Lorsque nous gérons une entreprise, nous partageons tout ce qui la concerne : la présentation de l'entreprise, les histoires de l'équipe, les expériences et les leçons apprises, ainsi que les anecdotes quotidiennes. Si nous nous concentrons sur un secteur d'activité, nous partageons tout ce qui touche à ce secteur. Nous devons nous demander qui est notre public cible et quel type de contenu ils souhaitent consulter.

Cette année, je me suis progressivement mis à explorer les vidéos courtes, publiant plusieurs dizaines de créations sur Douyin et WeChat Video. J'ai réussi à accumuler quelques centaines de followers sur Douyin et atteint 150 000 vues avec 90 followers sur WeChat Video. Parallèlement, j'ai également écrit plus de 40 articles sur mon compte public WeChat. Je produis du contenu un peu au hasard, en le partageant sans trop me soucier de savoir si quelqu'un le regarde ou non. Bien sûr, nous espérons toujours avoir une plus grande influence. Un jour, j'ai réalisé mon problème. Bien que mon contenu semble acceptable dans mon cercle d'amis, il n'est pas particulièrement intéressant ou utile à l'échelle du web. Cette année, je me suis trop exprimé librement, provoquant même quelques réactions négatives dans mon cercle d'amis,

parfois en parlant trop directement et honnêtement, parfois en répétant certaines choses. J'ai trop écrit mes histoires, mes sentiments et mes expériences en me plaçant de mon point de vue, sans penser à ce dont les autres avaient besoin.

En 2017, certains des articles que j'écrivais atteignaient environ quatre à cinq mille lectures, et quelques-uns dépassaient même les dix mille lectures. Pendant l'année où j'ai travaillé sur la plateforme de diffusion de connaissances en direct "Qu Live", j'ai fait des dizaines de partages, avec généralement deux à trois mille visites par diffusion en direct et environ trois à quatre cents participants. En 2018, j'ai changé de voie pour me lancer dans le développement de logiciels en sous-traitance, et j'ai arrêté de faire du contenu média indépendant, ne cherchant plus vraiment à me faire des amis. En 2020, j'ai essayé de m'y remettre un peu, mais j'ai réalisé qu'il était très difficile d'augmenter le nombre de followers et de se faire des amis. Sur la plateforme vidéo, la plupart de mes vidéos atteignaient en moyenne mille à deux mille vues, avec quelques-unes dépassant les dix mille vues.

Ces articles qui ont atteint des dizaines de milliers de lectures, voire près de dix mille, parlent de mon histoire de croissance en tant qu'entrepreneur, de l'obtention de financement, et de la transformation d'une entreprise de sous-traitance en une entreprise rentable. Les vidéos sur la plateforme vidéo qui ont dépassé les dix mille vues concernent des histoires de croissance, des annonces de mariage, des séances de photos de mariage, et des récits avec ma fiancée. Le contenu et le nombre de lectures sont étroitement liés. La croissance sur WeChat suit une telle régularité.

Comment créer un bon contenu. Créer un contenu que vos amis aimeront et partageront est déjà un défi, mais créer un contenu que des internautes inconnus aimeront et partageront est encore plus difficile. Tout d'abord, il faut créer une vidéo que vos amis regarderont avec attention, reviendront voir plusieurs fois et aimeront. Encore plus difficile, c'est de créer une vidéo que des internautes inconnus regarderont avec attention, reviendront voir plusieurs fois et aimeront.

À quel public dois-je m'adresser ? Quel sera mon avenir après avoir travaillé longtemps dans ce domaine ? Quel type de contenu dois-je créer pour répondre à leurs désirs ? Quels sont les désirs de la société ? Quels sont les désirs de cette industrie ? Qu'est-ce qui préoccupe tout le monde ? Comment rendre le contenu plus intéressant et plus utile ?

Je fais des vidéos courtes pour m'amuser, sans aucune incitation à suivre ou à partager. J'ai publié des dizaines de vidéos sur Douyin et sur WeChat. Bien sûr, comme nous le faisons tous, nous sommes des gens ordinaires, et nous cherchons aussi à gagner un peu d'argent. Quand j'ai commencé à envisager sérieusement de m'y mettre, j'ai soudain compris pourquoi les choses se passaient ainsi. Chaque like, chaque vue, chaque émotion, tout cela est si logique,

si régulier.

Face à notre propre contenu, nous sommes souvent trop impliqués pour en juger objectivement la qualité. C'est en observant le travail des autres que nous pouvons mieux comprendre. Pourquoi cet article ne m'intéresse-t-il pas ? Pourquoi cette vidéo ne me captive-t-elle pas ? Nous avons tendance à croire que les articles et les vidéos que nous avons peiné à créer sont forcément bons, et il est difficile d'être honnête avec soi-même, car cela peut sembler cruel. Cependant, en évaluant le contenu des autres, nous comprenons rapidement pourquoi. Les utilisateurs sont exigeants, les observateurs sont critiques, et les internautes ne font pas exception.

Dans ce monde, il est vraiment difficile de faire en sorte que les autres fassent quelque chose pour nous. Il faut d'abord se demander ce que nous pouvons offrir en retour. Si nous voulons que notre public partage spontanément notre contenu, il faut que ce contenu soit vraiment exceptionnel. Si nous voulons que nos amis partagent quelque chose pour nous, il faut avoir une bonne réputation et être très attentif à leurs besoins.

Compter sur l'initiative personnelle

Lorsque nous travaillons en tant que freelances, en gagnant de l'argent grâce à une compétence spécifique, ou lorsque nous avons besoin de recruter ou de chercher un emploi, nous n'avons pas besoin d'un grand nombre d'amis utilisateurs. Avoir environ 5000 contacts sur WeChat est déjà très avantageux. Dans notre article "Comment recruter et chercher un emploi", nous avons également mentionné cette méthode : connaître de nombreux amis dans l'industrie est très utile.

Je me suis rendu compte que je n'ajouterais probablement plus de nouveaux amis, mais si quelqu'un m'ajoute, je l'accepterai volontiers. Si c'est un ami normal, qui ne me vend pas quelque chose ou ne m'envoie pas immédiatement de publicité, je serais ravi de me faire un ami. Je discuterais un peu avec l'ami, pour en savoir un peu plus sur lui. Ensuite, selon mes habitudes, je parcourrais mon fil d'actualité quand j'ai le temps, et parfois je donnerais un "j'aime" aux nouveaux amis que j'ai rencontrés.

En 2017, je fréquentais des groupes haut de gamme, où je me suis lié d'amitié avec des experts techniques, des entrepreneurs stars et des conférenciers invités. Bien sûr, plusieurs années ont passé, et j'ai parfois dérangé des amis avec des choses peu fiables, ce qui a conduit certains à me supprimer. Cependant, certains d'entre nous sont devenus des amis qui s'entraident, d'autres se saluent une fois par an, et il y en a que je suis discrètement de loin, etc.

J'ai mentionné précédemment que, concernant cet ami sur WeChat, l'essentiel ne réside pas dans le fait d'ajouter activement l'autre personne ou d'être ajouté par elle, mais plutôt dans

notre sincérité à établir une amitié. Cela s'applique également à notre vie professionnelle, où il est parfois nécessaire de prendre l'initiative de contacter certaines personnes, ce qui est tout à fait normal. Cependant, nous devons réfléchir à ce que nous attendons vraiment de cette connexion. Personne ne souhaite être considéré comme un fan, à moins que nous ne soyons une célébrité. En tant qu'ingénieur ou travailleur indépendant, il est tout à fait raisonnable et compréhensible d'ajouter de nombreux amis dans des groupes pertinents, que ce soit pour recruter, chercher un emploi ou explorer des opportunités de collaboration.

Parfois, je lis des articles de recrutement qui ont plusieurs milliers de lectures, mais seulement quelques dizaines de personnes prennent l'initiative de m'ajouter sur WeChat. Si nous savions qui sont ces lecteurs, si nous prenions l'initiative de les connaître et de rencontrer certains d'entre eux, ne serait-ce pas une meilleure façon de recruter des talents ?

Bien que nous semblions prendre l'initiative d'ajouter des gens, ce qui peut paraître peu flatteur, c'est en réalité une méthode efficace. Ajouter des amis, que ce soit vous qui m'ajoutiez ou moi qui vous ajoute, quelle importance cela a-t-il ? L'essentiel est ce que nous faisons et si nous pouvons apporter de la valeur à l'autre personne, sinon, ajouter des amis ne sert à rien, n'est-ce pas ? Cela est difficile à dire, car la vie est longue, et la valeur à vie d'un client ou d'un ami est difficile à évaluer sur le moment. Cela signifie également à quel point il est important de se faire des amis sincèrement. Nous pouvons avoir des amis sur WeChat avec qui nous ne parlons pas pendant des années, et un jour, ils nous contactent pour un projet de cinquante ou cent mille yuans. Oui, essayons de rendre le monde un peu meilleur chaque jour, et peut-être que le monde nous le rendra.

Je me suis également rendu compte que chaque ami est occupé par son travail et sa vie personnelle. À moins que cela ne me concerne directement, je ne m'en occupe pas. Je parcours simplement mon fil d'actualités de temps en temps, quand j'ai un moment de libre.

Au début, nous pensions que se faire des amis en ligne était incroyablement efficace et puissant. En un rien de temps, nous avons rencontré tant de personnes. Cependant, avec le temps, nous avons réalisé que nous ne pouvions pas vraiment tricher. Nous avons fini par devoir faire connaissance avec chaque ami de l'industrie un par un, puis rencontrer et visiter chaque ami potentiel en amont et en aval pour établir des collaborations.

Soit nous créons un contenu exceptionnel, optimisons la conversion et attendons que les autres viennent à nous. Soit nous faisons preuve d'une grande initiative et de sincérité pour nouer des relations avec les acteurs de l'industrie. C'est comme dans une relation amoureuse, il faut toujours qu'une des parties prenne l'initiative.

Par la coopération

Auparavant, lorsque je collaborais et cherchais des experts de l'industrie pour des lives, je leur envoyais timidement un message pour demander. La collaboration repose bien sûr avant tout sur notre propre force. Ce que j'ai, pourquoi mes amis collaboreraient avec moi. Cependant, la collaboration comporte également des aspects importants. Il ne suffit pas d'envoyer un simple message pour demander. Il faut expliquer à l'autre partie ce qu'il faut faire exactement, comment se déroule l'ensemble du processus, et ce que l'autre partie doit préparer. Nous devons être très sincères et professionnels. Lorsque je fais entrer les streamers dans de nombreux groupes WeChat, certains peuvent être un peu perdus, car certains ne souhaitent peut-être que partager du contenu et préfèrent une vie tranquille. Nous devons prendre en compte toutes les situations pour que tout le monde soit plus heureux, et ainsi nous pourrions collaborer avec plus de personnes.

C'est également une méthode très efficace. Parce que c'est sincère et très productif. En réalité interagir avec les gens, c'est toujours une question de collaboration. Faire croître quelque chose à travers le contenu, c'est aussi une collaboration. Ici, on parle principalement de deux personnes ou deux entreprises qui échangent des ressources dans un esprit de coopération.

Par l'argent

5

contenu. Il faut bien calculer les comptes, les coûts et les bénéfices. Les petites équipes individuelles ne peuvent généralement pas se le permettre. Les grandes entreprises y perdent souvent beaucoup d'argent. Mais pourquoi continuons-nous à utiliser de l'argent pour la promotion ? Parce qu'il semble qu'il n'y ait pas d'autres méthodes efficaces et pratiques. Utiliser de l'argent, c'est aussi une forme de collaboration avec la plateforme. En fin de compte, tout le monde est très intelligent et calcule minutieusement ses intérêts. Collaborer avec la plateforme ou avec des influenceurs, il est difficile d'en tirer un avantage. Je pense que, au mieux, on peut espérer récupérer les coûts à long terme, et c'est une méthode que seules les grandes entreprises peuvent se permettre. La promotion coûte cher, le trafic coûte cher.

Enfin

Les trois premières méthodes peuvent également être utilisées simultanément. Soyez proactif à l'extrême et faites chaque chose avec soin. Beaucoup de choses sont ainsi, n'est-ce pas ? Si nous voulons vraiment gagner de l'argent pour subvenir à nos besoins, cela devrait être possible. Avec ce PIB de près de cent mille milliards, nous devrions pouvoir en tirer une part, non ?

En effet, dans l'environnement actuel, il est relativement facile pour un individu de subvenir à ses besoins. En faisant des efforts, on peut aussi gagner un peu plus d'argent. Les petites et moyennes équipes entrepreneuriales rencontrent plus de difficultés, car elles doivent gérer une équipe, exiger de chacun un esprit entrepreneurial, un esprit semblable à celui des micro-entrepreneurs, et s'engager à fond. Les grandes entreprises, avec leurs nombreux talents, leur expérience, leurs utilisateurs, leurs ressources et leur argent, s'en sortent plutôt bien.

Voici une réflexion sur la manière de stimuler la croissance des utilisateurs dans l'environnement actuel, ainsi que sur la façon de créer de la valeur et de gagner de l'argent. Les méthodes de croissance organique ne sont jamais faciles, car ce sont aussi des méthodes utiles à long terme. Nous devons adopter un esprit de dévouement, nous immerger totalement dans la création de contenu, nous engager pleinement à aider les autres, et nous investir entièrement dans nos projets. En travaillant sans attendre de récompense, nous pourrions finalement obtenir des résultats inattendus.

Peut-être qu'un jour, le contenu que nous créons suscitera l'admiration d'internautes inconnus. Nos réalisations impressionneront des internautes que nous n'avons jamais rencontrés. Ce que nous faisons rend vraiment la société plus belle. Notre contenu, nos produits ou nos histoires commenceront à se propager naturellement parmi les gens. Lorsque nous atteindrons ce niveau, nous ne nous soucierons peut-être plus du tout de la croissance des utilisateurs, nous nous contenterons de faire et de donner.