

阿呆和他的新媒体朋友: 技术支撑传播武器库 数据打造理性运营手

WCplus作者阿呆 微信: [wonderfulcorporation](#) 公众号(点击打开二维码):数据部落 网站:[askingfordata.com](#)

加入WC社群获得工具更新推送(好友验证请备注 WCplus用户+昵称 否则通过率低)

数据来自微信公众号平台,WCplus仅作转化工具,版权或使用问题请联系原公众号。请勿将数据用于任何商业用途,WCplus对此不承担任何法律责任

如何成为下一个咪蒙?

原创: 咪蒙 咪蒙 2017-03-14



(猪坚强 作品)

“好疼的金圣叹，好特么疼的咪蒙。”

01



我又双叒成为热点了。

昨天，GQ采访我的长篇报道据说刷爆了很多人的朋友圈，后台蛮多粉丝留言，都说看到了我的照片，蛮美的。

我妈说，这次的照片P得连亲妈都不认识了。

同时，这篇报道也引发了蛮多争议：

咪蒙是不是新媒体的方向？

自媒体是不是靠迎合大众就能红？

其实，以前每次引发争议，我从来都不会回复。

我一直相信李敖的话：

朋友无需你的解释，敌人不信你的解释。

但是，最近面试一个新媒体运营者，她说，看别人研究我，分析我的技术，就是读者喜欢什么，我就写什么，所以她也这样做。

她是一个35岁的职场精英，在写18岁小女生看的时尚号，她对内容不感兴趣，读者也不喜欢。

事实上，我之前强调过无数次，一定要做自己喜欢的事，才能成功。

我从来没有写过自己不认可的事。

如果我写的哪篇文章，观点有偏差，表达不妥当——那只能说明，当时的我就是那么想的。

很多人问我为什么红？

我觉得，首先，我把粉丝当朋友；其次，我是他们的朋友当中，很有趣、很有观点、还能提供一些干货的那一个。

试问，这样的朋友，谁不喜欢呢（何况她还这么不要脸）？

所以，今天想通过这篇文章，告诉我的自媒体同行们：

不要被外界对我的误读，所误导了。

自媒体不是很多人所想象的那样。

02



自媒体成功的秘诀就是迎合大众？

很多人问我，咪蒙，你以前写的是《好疼的金圣叹》，跟现在的文章完全不一样，你觉得是为什么？

我觉得是因为，你既没有认真看过我以前的文章，也没有认真看过我现在的文章。

他们的潜台词就是，我是为了迎合读者才这么写的。

什么叫迎合读者？

如果我觉得出轨挺正常的，但我为了争取大众共鸣，在文章中假装反对出轨，这叫迎合。

然而我写的每个字，都是我的情绪和价值观最真实的反应。

千万不要假装喜欢或者反对一件事。

不要把读者当傻子，你的拧巴读者感受得到。

自媒体到底该怎么处理作者和读者之间的关系？

在选题上，寻找你和读者之间的交集。

互动感和对话感，是新媒体写作的两大特质。

如果你只想自说自话，或者居高临下的说教，还希望读者跪舔你，那你太傻了。

如果你希望你的文章产生影响力，那么就要写你和读者都关心的问题，不要写你的肚脐眼肿了这种破事。

在内容上，提供超出读者期待的价值。

我们要提供全新的观点。比如，我写佟丽娅和陈思诚事件，关注的是原生家庭对女性婚姻的影响，《[直男癌父母的体面，佟丽娅的悲哀](#)》，这个切入点是相对新颖的，所以才能引发很大的共鸣。

我们要提供全新的趣味。比如我写《[我是如何成功地把一家公司开垮的](#)》，你见过开垮公司还那么逗逼的老板吗。

我们要提供全新的方法论。比如，最近我写的《[我犯过无数次傻逼，才学会这6条管理经验](#)》，老板们都迅速掏出小本本做笔记好吗，为了避免成为我这种傻逼，他们也是很拼。

很多人认为，我就靠写几篇吐槽文，就火了。

他们真的看过我的公号文章目录吗？

我一共写了500多篇文章，吐槽文只有十几篇，还有很多干货、鸡汤以及小黄文，你们都没看见吗。

比如这篇分享我的学习方法的，《[你以为毕业了就不用学习了吗？屁咧](#)》，你们真的看不见吗。

03



自媒体是不是靠编点故事就行了？

经常有人说，咪蒙，你每天都在写“我有一个朋友”，你为什么有那么多朋友，都是编的吧？

先要搞清一个逻辑问题。

一个朋友不只有一个故事，她身上可能有10个故事。

比如她高考失败，她创业成功，她的闺蜜抢了她老公，后来她遇到一个小鲜肉，两人一睡如故.....

其实只要你用心去发现，你身边的每个朋友都是行走的素材库。

首先，你发现故事的开关要24小时打开。你要足够敏感，你要善于提炼。有一天，我跟黄小污吃个外卖，10分钟时间，她讲她闺蜜的事，我就发现了三个选题。

其次，你发现故事，要随时搜集，整理进你的素材库。我随时都会掏出手机记录素材，而且标记清楚，可以用在什么选题里。

再次，你发现一个选题，要随时去补充采访。

我在商学院上课，课间一个女生随口说了句，“正室要像小三一样活着”，我当时就惊了，说，“这是好标题啊”。

然后我就约了她做详细采访，那天采访到半夜12点。

我每篇文章写之前，都会采访周围的人，比如在顾问群里采访：

< 微信(3)



采访一下大家，在北京，什么时候觉得北漂很辛苦？



北京地铁有多挤

上次是不是你说包里的牛奶都挤爆了@杨鑫

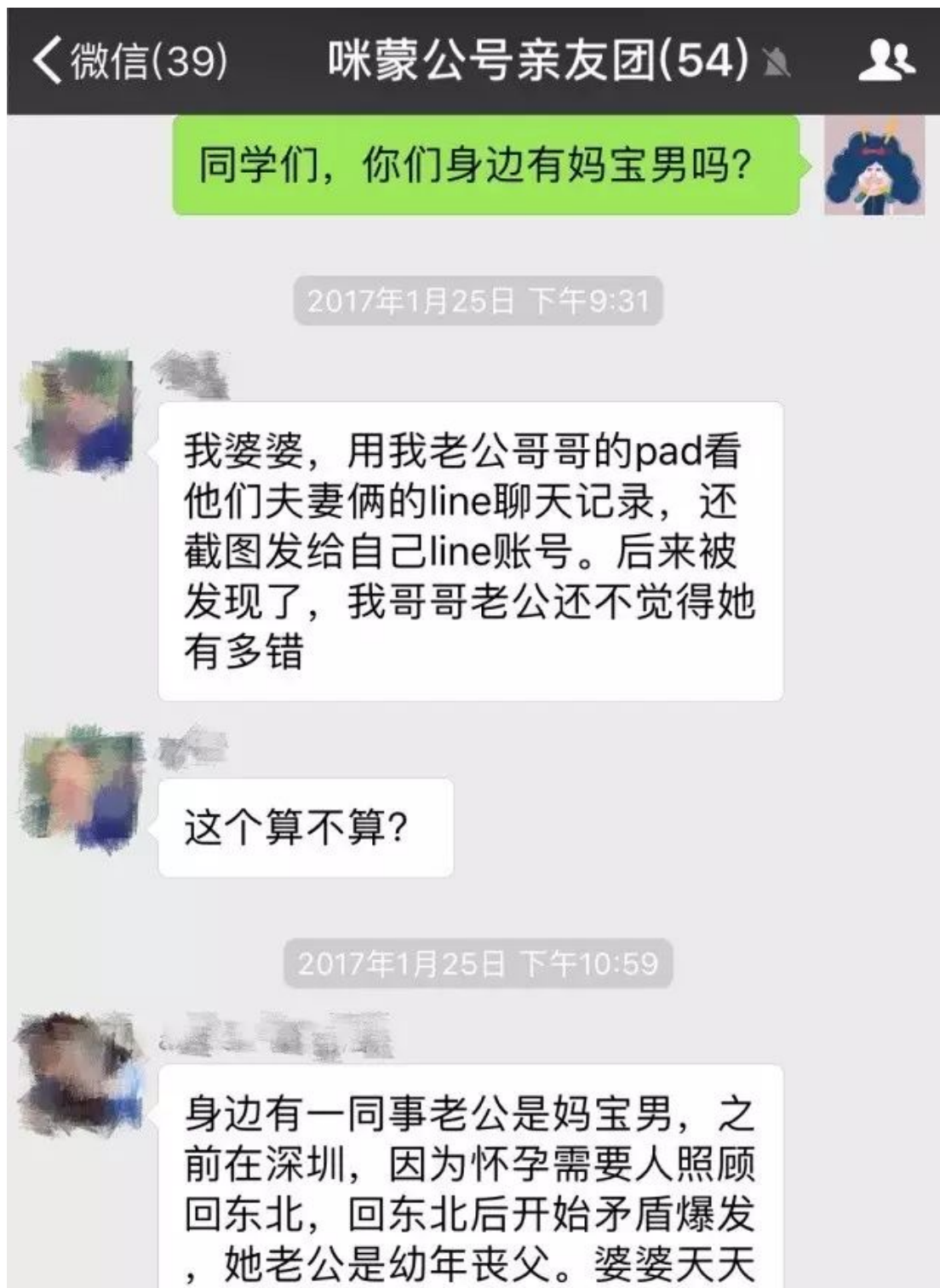
没有那么✖回龙观

白石洲是，一到晚上会有一大群中年男子，搂起衣服，拍打肚皮，在商店门口看电视

挫

地铁换乘的时候，大家都是跑着的，那一刻你觉得和北京格格不





只是，为什么这些采访最后在公号上呈现，常常简称为“我的朋友”呢？

因为要简化信息啊，不然我介绍一个人，就说“她是我以前的粉丝，后来见了几次面，成了我的好朋友，但这几年没怎么联系了，上一周她来了北京，我们见了个面，她讲了个故事……”。

你确定你要看这一坨复杂的信息吗？

每次写周围的人的故事，我都征得他们的同意；如果对当事人来说，这不算好事，我会保护他们的信息，姓名、身份和职业做一些修饰。我周围的朋友都争着被我写好吗，有的非要用真名，拦都拦不住。



是的，我说过，标题上有以下几个元素，点击量相对会高。

热点、金钱、性、暴力。

但是，这只是最最最初级的取标题的方法。

在我们公司的内部培训里，这样的方法只能算入门级的。

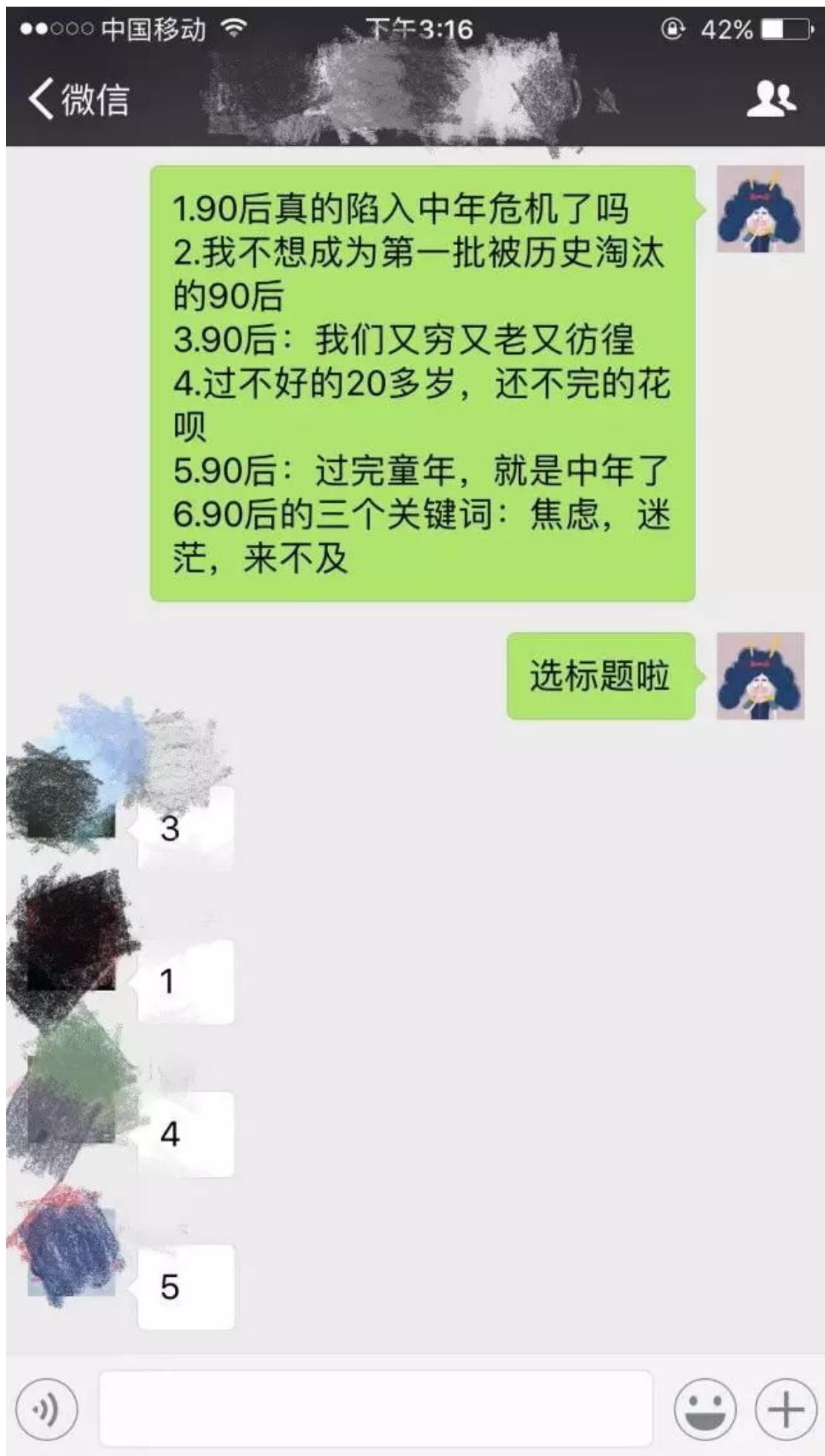
我们把新媒体写作划分为12个主题，包括标题、选题、观点、采访.....等等，每个月培训一个主题，里面有分层次、进阶式的培训教材（都是我和黄小污一起开发的）。

关于标题，我们就有这些教程：



我公号上的每个标题，都是从100个备选标题中选出来的——这100个标题，是我和实习生一起取的。

取完了，精选5-6个，放到三个顾问群去投票，再根据投票结果分析要选哪个。



有时候会用投票第一的那个，有时候我会说，“既然大家都选标题3，那我就用标题5吧”。
伤感的是，我自己取的标题，经常都没人投票。

偶尔有一个人投票给我，我都想招他来当副总裁啊啊啊。

近期我们在研究的是，怎么发明新的标题句式，颠覆自我。

我们每个月都会请行业大牛来给新媒体团队上课，包括请北大教授来讲社会学，请《新周刊》前副主编来讲选题方法，请特稿记者来分享采访经验。

说这些，是因为老子真的看不下去外界随便轻视自媒体了。

我们在内容上所付出的努力，比外界所想象的，要多得多，得多，得多。

确实，蛮多人觉得自媒体会速生速朽。

恕我直言，这些人真的老了。

自媒体才是真的面向未来的。

当手机已经成为我们的器官，当微信已经成为我们的生活方式，自媒体的生命力，会比外界所认为的要长很多。

还有人认为，自媒体很low，不高级。

什么叫高级呢？

你写些别人看不懂、也不爱看的东西，小圈子自娱自乐，互相吹捧，并且把不看你文章的所有人都称作傻逼，这就很高级吗？

把文章写得让人看不懂，并不难。

深入浅出，才真的难。

我是从传统媒体出来的，说实话，跟自媒体同行聊天，我发现，大家的敬业度真的绝对绝对不亚于传统媒体。

我们喝个茶，都在聊怎么提炼观点；

我们吃个饭，都在分析最新的阅读趋势。

什么叫职业尊严？

尊重自己的职业，不断地学习新技术，这就是尊严。

哪怕在自媒体领域，我已经算挺专业的了，但几乎每天我都在犯错，几乎每天都在思考，怎么自我创新，怎么内容迭代。

如果要问我，做到现在是什么感受？

那就是心怀敬畏，如履薄冰吧。

PS：今天邮箱有粉丝给我留言，他真诚地说，咪蒙，你真的很瘦很瘦很瘦。
结果他后面弱弱地补了一句，我这么说，315打假的时候，不会把我带走吧。
看来我有一批假粉丝.....

长按指纹
一键关注



微信号：咪蒙



微信 ID：mimeng7

