

# 专业人士如何做自媒体

专业人士如何做自媒体

为什么你要做自媒体

你能为市场提供什么样的内容？

如何找到一个适合自己的定位

什么样的自媒体平台适合你？

什么样的人适合预付费平台？什么样的人适合后付费平台？

持续更新，保持你自己的曝光度

什么样的自媒体运营策略是合适的

多平台运营策略

单平台运营策略

借势运营

以汽车销售的自媒体规划举例

1. 定位

2. 什么样的平台比较适合我？

3. 我该如何做

4. 怎么运营

最后

## 为什么你要做自媒体

既然你预定了这个 Chat，我相信你已经有了做自媒体的想法。我不打跟你强调自媒体重要性，不过，我还是想告诉你我为什么要开这个 Chat。

## 简历节选

- 项目管理工作，对项目进度、质量的把控，熟悉九大管理体系，并根据实际情况项目工作的拆解（WBS）。
- 曾带领过5-12人的团队进行项目开发，对员工的任务分配，技能提升，以及技术的传授和人文关怀可以做到酌情合理。
- 技术难题的攻克，基于高流量项目的分布式服务架构，基于高并发的数据安全。最好的项目也做到了近千万级别的流量。
- 主职PHP开发工作，PHP框架的应用，PHP扩展的开发，目前老项目用PHP5.6，新项目用PHP7（新特性改进太大）。
- 熟悉LNMP的应用架构（Linux+Nginx+MySQL+PHP）以及在此应用上的各类技术要点。
- 缓存技术的应用（Redis，Memcached）
- 数据库的设计以及优化（MySQL主从布置，索引优化，结构设计）
- 熟悉Javascript（jQuery，Zepto，React），Webpack的打包方式，了解CSS样式，早期时候我是用纯原生的JS进行开发的，现在因为兴起了前端的职位，在管理过程中，主要工作任务由前端人员负责，我进行一些指导。
- Java的Web开发（Spring MVC框架+Mybatis持久层框架的运用）。
- Android移动应用的开发，了解并开发过应用。
- Python语言，开发过后端数据爬虫的项目（基于Python3）。
- 目前主要精力放在Golang语言和算法的研究上面。
- 新技术的研究（Docker，Elasticsearch，Swoole，RabbitMQ，Zookeeper，Etcd，gRpc，Thrift等）

从能力的角度上来说，他算不上差，也有很多项目经验，但是却无法找到一个满意的工作。一方面是多年的工作经验为他带来了过高的溢价，让他无法接受较低层次的工作，从另外一个方面来看，是他没有为自己的能力加入杠杆，扩大影响力。

相比于其他行业来说，我们这个行业的人大多是计算机的老手，对于互联网上的新兴事物有较高的接受能力。同样的，对于我们来说，也是最适合借助互联网这个杠杆来扩充自己影响力的。

自媒体的概念虽然出现的事件不长，但是自媒体的模式早已有之：在没有自媒体平台出现之前，我们使用博客来分享自己的想法，扩充自己的影响力，在博客的时代，出现了如阮一峰、廖雪峰、月光博客。在自媒体平台出现后的时代，我们可以使用微信公众号、今日头条号等平台来分享自己的想法，在自媒体的时代，出现了如 macTalk、小道消息 这样的微信公众号。

他们抓住每个潮流，在自己的技术基础上加入杠杆，让自己的影响不断扩大。而你为什么不呢？

可能有的人觉得，现在已经过去了自媒体的红利期，觉得做不大，达不到小道消息、macTalk 那样的水平，但是，只要你开始，任何时间都不晚。你没有抓住上一个红利，

定位理论告诉我们，你要确立你的内容在潜在读者心智中的位置，当你的内容在潜在读者心智中占据了最优先的位置，你就能够在接下来的竞争中去赢得主动权。

在当下这个时代，单个因素造成的定位想要超越前人变的极为困难，从多个角度，复合定位，能够帮助你更快的前进。比如：西乔的漫画在漫画界并非最好，而她对计算机领域的认识也并非最深，但是，她将两者结合，就成为了画计算机相关漫画最好的人，打造了《神秘的程序员》系列。

作为一个程序员，从地球人那听到最多的一句话是：

这个需求/修改能做吗？



位，不断的调整和修正。

## 什么样的自媒体平台适合你？

目前市面上的自媒体平台琳琅满目，但是并不是都适合你的。

我将市面上的自媒体平台分为两类：

1. 后付费平台：比如打赏机制的公众号、头条号。这类平台所提供的产品的特点是本身不设置进入的门槛，每个用户都可以进入阅读。用户根据提供的内容的价值来决定是否进行打赏。
2. 预付费平台：比如 GitChat 的付费 Chat 和达人课、得到的订阅专栏、喜马拉雅的课程等等。这类平台所提供的产品的特点是本身具有进入的门槛，用户一旦进入，就完成了付费。

这两种平台各有其优势，对于不同阶段的人来说，有不同的策略。

### 后付费平台举例

平台名称	内容类型	平台特点	平台奖励
微信公众平台	文字/视频/音乐	最适合社交传播，但前期发展困难	无
今日头条·头条号	文字/视频/趣味测试/悟空问答	机器算法推荐，对新号、垂直行业号友好	礼遇计划\千人万元
企鹅自媒体平台	文字/组图/视频	机器算法推荐，对接腾讯新闻、天天快报	无
百家号	文字/图集/视频	机器算法推荐，对接百度新闻流	百+计划/千寻奖
网易号	文字/图集/视频/问吧	机器算法推荐，对接网易新闻客户端	自媒体奖励计划

平台名称	内容类型	平台特点
分答	语音问答	支持语音答复和偷听获利，爆款问题可以拿到问题本身的费用和后续偷听的费用
喜马拉雅	语音课程	较为完善的成长机制，用户量较大
知识星球	交流圈	以社交圈的形式提供服务，较为自由
朝夕日历	语音微课	主要运营于微信端，可以很好的进行社交传播

自媒体平台有很多，这里也只是举例，你要根据你自己的情况，来选择适合的平台。比如一些理解要求较高的内容，支持文字的平台会更好一些，因为图文混合能够加速理解。

在你选择时，你可以考虑以下几个因素

1. **内容的类型**：你做的是IT的？还是汽车的？还是建筑的？装修的？不同的类型有自己的适应平台。在对应的平台你可以找到大量的目标人群，比如，如果你要做的汽车相关的内容，车家号就远胜于其他平台，因为用户更加精准。
2. **内容的介质**：你能够为用户提供什么样的内容？是音频？还是文字？还是图片集？还是视频？每种介质都有自己适合的平台。到对应的平台去运营。

什么样的人适合预付费平台？什么样的人适合后付费平台？

1. **如果你本身已经在业界较为出名，有较大影响力，预付费平台更适合你**：比如最近开设达人课的大漠穷秋老师，其本身已经在前端圈子里很有名了，他可以以自己的名气为基础，吸引读者前来阅读。
2. **如果你本身没有影响力，后付费平台比较适合你**：你可以通过后付费平台来完成影响力的积累，后续再通过预付费平台进行知识的变现。

一方面，这是由于自身的毅力不足，没有足够的毅力让自己坚持下去。

另一方面，也是平台选择的失误，如果你自己本身不是一个有影响力的人物，那么最好的选择是进入一些机器算法推荐的平台，比如今日头条。机器算法推荐能够确保你在初期也可以获得较大的流量，增强你的自信心，不至于在一开始，就失去了运营的信心，就此放弃。

当你选择了合适的目标和平台，开始运营后，你要做到以下几点

1. **主动发布意见，承担责任**：主动去为别人提供帮助，用结果去赢得别人的尊重。越是能够产生影响力的人物，其要承担的责任就越大。
2. **持续的学习，保持输入**：自媒体的运营过程就是一个不断输出的过程，但是一个人的知识总是有限的，如果你希望自己可以更长久的发展，必须要坚持学习，不断的输入，以保证有足够的内容进行输出。
3. **重复上述操作**：接下来，就是坚持不懈，持续进行输入和输出。

## 什么样的自媒体运营策略是合适的

对于专业人士来说，我们的核心竞争力是**我们对于垂直领域的投入和深度认识**，对于大多数人来说运营不是重点。所以这里介绍一些比较简单的运营方式，来帮助你做好自媒体的运营。

### 多平台运营策略

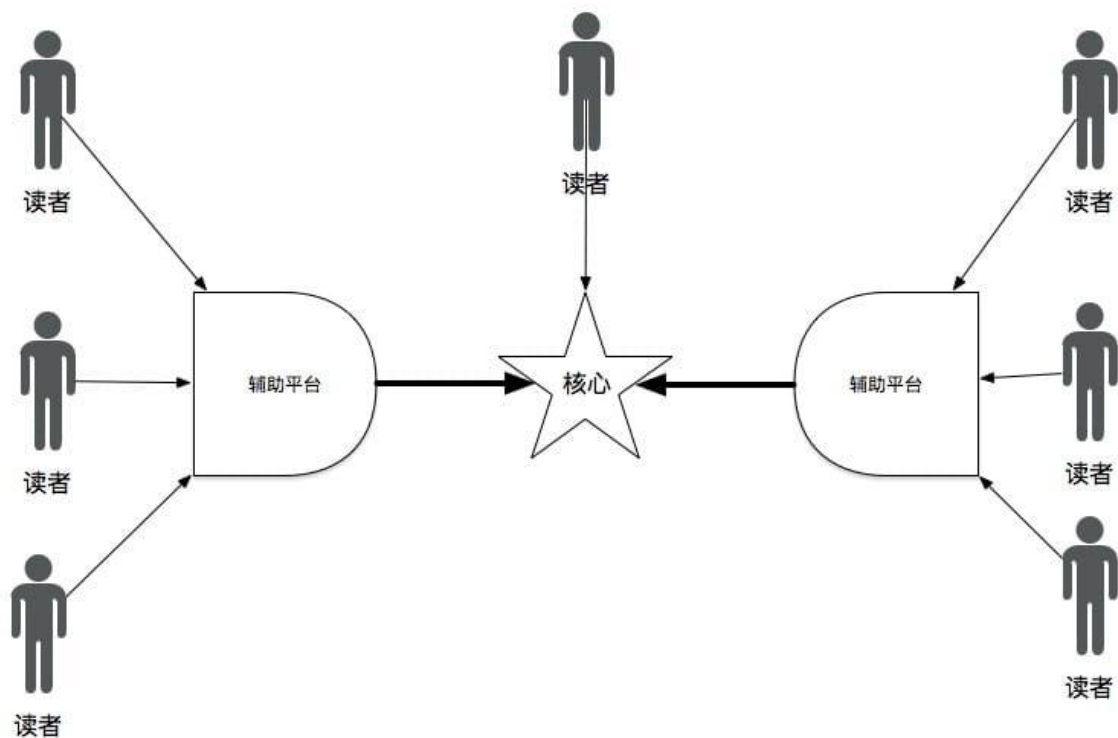
GitChat

对于很多人来说，没有足够的影响力，需要逐步建立起自己的影响力，那么多平台运营，可以帮助你更快的提升自己的影响力。

一般来说，对于新加入自媒体行列的人来说，我会推荐他们同时运营2-3个平台：

1. 核心平台：微信公众平台
2. 辅助平台：今日头条、优酷、天天快报之类自带流量的平台

核心平台是微信公众平台，辅助平台是今日头条、优酷、天天快报之类自带流量的平台



你可以根据自己情况，选择2-3个辅助平台，当然，如果你的空余时间足够多，可以做更多的辅助平台，导入更大的流量。

## 单平台运营策略

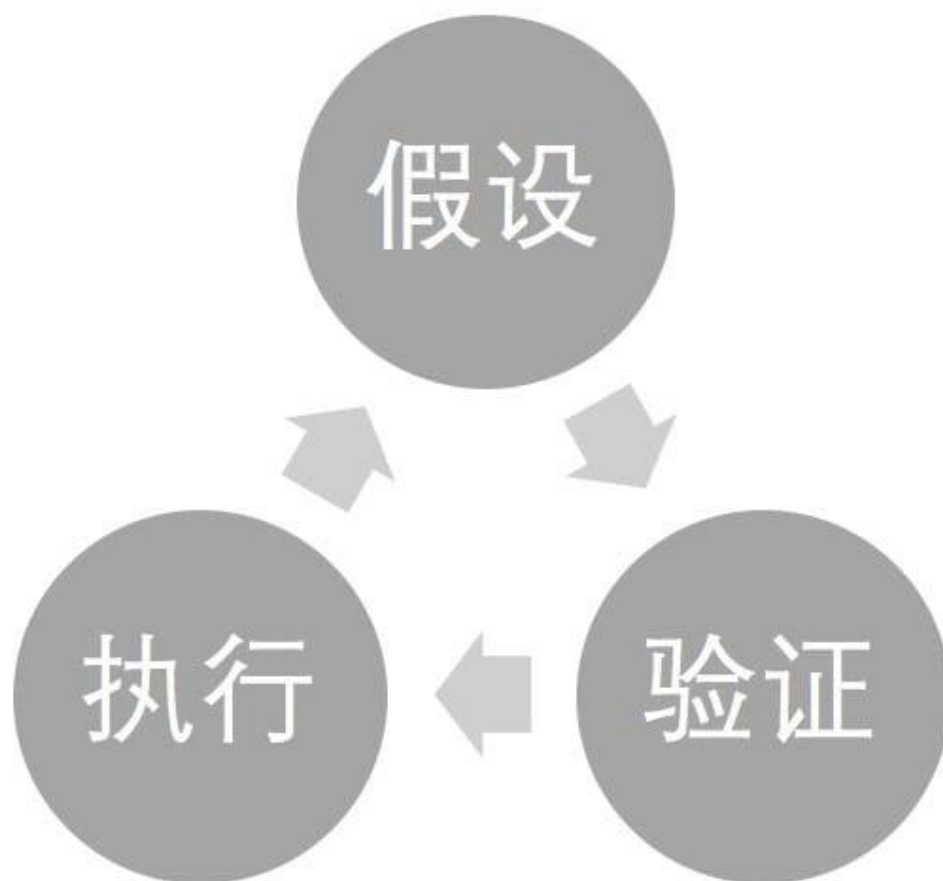
相比于抓大局的多平台运营策略，单平台运营策略则更注重单个平台的运营。二者并不冲突，只是关注的层次有所不同。

对于我们来说，我们没有那么多精力去投入到细致的运营当中去，但是纯粹的粗放式运营会使得我们的自媒体越做越差，所以我向你推荐使数据驱动运营模式。

想要用好数据驱动的运营模式，你要做到以下三点：

1. 利用现有的、公开的数据和你自己手头的数据，分析、对比出数据中的变化和异常之处，并试着分析其原因。

2. 完成了对数据的分析后，接下来要提出对应的假设，拿出其对应的解决方案



# GitChat

举个例子：

1. 通过数据分析，我发现自本月3日起，我的文章的打开率显著降低，我怀疑是因为月初开始，我开始使用了新的标题命名风格。【发现问题】
2. 我假设，如果我的标题是之前的风格，那么我的文章打开率会出现再次上升。【提出假设】
3. 在接下来的一周内，我在标题上使用之前的风格，其他都不变，然后进行推送，查看打开率是否发生了变化。【验证假设】

这就是一个简单的数据驱动模式下的运营流程。在运营当中，它还有另外一个名字，叫“**结果导向**”，如果你希望了解更多，可以通过搜索引擎来学习。



这里，我以汽车销售来做自媒体进行一个简单的设计：

## 1. 定位

职业是汽车销售，对于汽车相关的领域了解较多，平时工作也能接触到很多不同的车型，同时，我能够将一些比较复杂的参数说给一些普通人听，让他们听懂。

我的劣势是平时销售的工作比较忙，可能不是每天都有空。

对于我来说，能够为市场提供的内容就是，**帮助他们浅显易懂的理解不同的车的优劣，能够选择更好的车。**，同时，由于我的工作的原因，**周更两到三篇我能够接受。**

我希望最终，能够成为小白买车的指南针，他们一想到要买车，就会想到我，来找我的文章看、找我咨询。

## 2. 什么样的平台比较适合我？

微信公众平台是肯定要做的，因为我平时可以在给客户推荐车的时候，顺便加微信，可以把我的公众号推荐给他们，他们也是我的公众号的目标用户。

目前来说，大家看新闻比较多的是今日头条，而且今日头条和我的目标用户：买车人群比较契合，我可以在今日头条上进行推广。

除此之外，大家平时买车也会到汽车之家上去看一些测评文章，所以我还要去汽车之家注册一个车家号，也可以获得比较多的关注。

## 3. 我该怎么做

我根据以往的经验，我平时会在周三下午比较空闲，晚上也没什么事情，那么我可以在周三下午去学习一些汽车相关的知识，在晚上编辑内容，进行推送。

## 4. 怎么运营

我一直认为，我们工作做的是别人的产品，对我们来说，是有限责任产品；而我们对自身的打磨，则是无限责任产品，所以我希望你能够把自己这个无限责任产品，打磨的更加的精细。

**如果你有更多的问题，可以在评论中提出，我会在交流时尽可能给出答案。**

# GitChat