

那些激发微信公众号潜能的操作技巧

我关注人民日报是从它的一篇“穷养儿、富养女”的文章开始的，当时的我就感觉这篇文章写得不错，也是时下我们这一代年轻人所要思考和面对的一个问题，文中提到“女孩富养，是从小培养她的气质，开阔视野，增加阅世能力和见识。等她到花一样的年龄时，就不易被各种浮世繁华和虚荣所诱惑。穷养男孩更重要的意义在于通过对‘穷困’和‘艰苦’的切身感受，对孩子意志、品质、性格、心态的磨砺、锻炼和培养给孩子带来的价值。穷养儿子，是对男孩一生的投资；富养女儿，是一种文化修养的投资。”

说了这么多，要表明的是，这是用户愿意去深度研读的一篇文章，也是能积起高点击量的文章，微信既然作为一个社交平台，那它的核心是服务于用户的，只有从你的微信当中获得用户想要的东西，他们才会愿意停下脚步，走近你，关注你，和你成为朋友。如果你的内容没有价值，就好比一个菜鸟厨师的手艺，空有食欲，却难以下咽，更谈不上什么好评。吸引用户的是你的内容，推荐也是因为觉得内容有价值，所以内容是关键。

腾讯旗下的企鹅智酷4月份公布的《2017微信用户&生态研究报告》显示，截止到2016年12月微信全球共计8.89亿月活用户，而新兴的公众号平台拥有1000万个。微信这一年来直接带动了信息消费1742.5亿元，相当于2016年中国信息消费总规模的4.54%。

此外，作为行业领先的微信第三方平台侯斯特发布了2017年第一季度微信公众号图文群发数据报告，数据显示，图文总发送篇数达到29万篇，总送达人数达到151亿人次，数量和业绩还是相当可观的。

在媒介融合新环境下，以报纸为代表的传统纸质媒体力图把微信公众号作为联系移动设备用户的桥梁和纽带，在信息送达与吸引订阅用户方面做了诸多努力与尝试，但互联网的兴起，使人们的阅读习惯发生了变化，“短平快、碎片化、娱乐化、快餐式”已成了主流，信息过载的时代，加上与传统媒体运营模式的不同，传统纸质媒体想要求生存、树立品牌、增强影响力，会面临很大的挑战，论语中说“工欲善其事，必先利其器”因此，微信公众号运营的好坏决定了以报纸为代表的传统纸质媒体的转型与发展。

通常的做法是行业+用途，如知晓程序，“晓”与“小”是谐音，提供小程序推荐、资讯、开发教程、活动、社区等服务；农合论坛官网，致富项目、扶持资金信息的推送、农业盈利案例等，还有中原地铁报，致力于为读者提供时尚、有趣、实用信息。只有精准地定位自己，才能吸引到精准的核心人群。

2. 形象取名法

是指利用形象化的手法，把具体的事情抽象化或者把抽象的事物具体化，可以用拟人、比喻等修辞手法来实现。当我们看到下面公众号的时候，是不是一下子就被吸引了呢，彬彬有理- 解读女性，解读情感，让女人有力、温暖；言值APP- 言值，颜值抽象到具体，一款全球热点新闻评论短视频平台，犀利点评带你探索热点背后的爆点；天爱慕义- 温文尔雅，停驻学习的港湾，探索不一样的世界。

3. 功能实用法

见名知意，我们很容易理解此类公众号是为了给大家提供实用性功能或者方向导览服务的，如某某助手，某某工具等，业务可以涉及旅游、交通、法律、医学等方面，其实此类公众号通过一些免费服务，是可以带来可观的粉丝流量的。

4. 提问式取名法

为了强调某部分内容，故意先提出问题，明知故问，自问自答。正确的运用问句，能引人注意，启发思考，如周末去哪嗨，旅游线路推荐、各类旅游活动预告、配合报导《彭城晚报》、《都市晨报》旅游周刊的活动与专题；健康去哪了，介绍养生、健康、育儿方面的信息。有针对性的提问，才能吸引有针对性的人群。

二、有必要学习一些写作技巧，怎样写标题、怎样排版、怎样用文字激发读者的兴趣

a. 字体

字体的选择，需要依据目标人群及硬件设备的规格尺寸来定，通常来说标题20号字为宜，正文14-16号字为宜，如果你的目标人群偏老龄化，那16号字应该为你的首选，如果再加上手机屏幕分辨率不高，看不清楚内容就导致了你的信息不能更好的传递给受众群体。

b. 颜色

从网页设计的角度出发，一篇文章的配色最好不要超过三种，超过了，华丽的样式有可能会喧宾夺主，压盖了内容主题的彰显，配色也应该基于内容来设定。

c. 行距

众所周知，我们文章所有的编辑器，或者所有的内容默认的行距都是1.0，但是考虑到整洁，阅读轻松，文之配图等方面的因素，行距最好是1.5-1.75，这样，受众群体看起来才会觉得舒服。

3. 关于文章的排版

a. 封面背景

封面的背景要清晰，没有乱图、杂图，让人一看就很鲜明、整洁、寓意突出，柳宗元的《江雪》，每次读，每次都能体会到景中人“孤舟蓑笠”的情感表达，政治失意的郁闷，独善其身的孤傲，动之以情大概就是这么个理儿。所以好的封面，尤为重要。

b. 图文元素

要体现主题的文章要素，尽量设在屏幕宽度的黄金分割线上，这个值是0.618，因为这是最能引起美感的比例，微信公众号大图建议尺寸900*500像素， $900 \times 0.618 = 556.2$ ，能把握好这个大致距离就行。

c. 利用好微信编辑器

在对微信文章进行排版的时候可以利用微信编辑器，里面关于文字、表格、图片等等十

三、关于公众号后台消息回复、阅读原文、缩略图等等的设置

1. 关于公众号后台消息回复

微信公众号上有限定，用户响应时间为48小时，超过48小时，是不能和用户互动的，所以，消息回复一定要及时，如果，当时确实有急事不能脱身，可以先给对方回个联系方式，或者让对方留下他的联系方式以便后续进行回访。

2. 关于微信公众号的阅读原文

针对个体公众号，阅读原文一定要用起来，因为对于未认证的公众号来说，是不能在菜单上直接加跳转链接的，想要跳转到第三方开放的页面，只能依靠阅读原文了，可以发个单图文，用户点进去，用手指标或者文字引导方式使用户点击跳转，单图文最好能做的精致一些，效果更好。

3. 关于多图文推送的缩略图

在阅读来源分析中，占第一位的是通过公众号会话进入，第二位的是朋友圈点击，排第三的是好友转发来源，怎样做出精致、具有传播性的图文，是提升朋友圈分享及好友转发率的关键，图文缩略图的设计可以是一个思路，比如多图文是七篇文章，缩略图可以设计成七个文字图片，作为广告展示或者主题展示。

4. 关于微信公众号的二维码

对于好友转发来源来说，想要让好友的朋友也能关注自己的公众号，文章内容的重要性不必多说，另外一个就是提供关注的途径，朋友点击进入一篇文章，通过顶部的公众号名称点击关注，另外一个就是文章底部二维码的设置，这是提供了一个方便，省去了看完后再返回顶部的操作。

另外，公众号的二维码也可以设置在文章底部，方便用户长按识别，提高转化率。

上面介绍了图文形式文章的编辑，其实能留住用户的还有短文本，类似于微博文字片段，一条爆炸性新闻，对旅游景点的干练介绍，能产生思想碰撞的哲文观点。另外，为了有更好的互动效果，可以以短文本形式展开一些小调查，询问读者的阅读兴趣点，对本公众号的建议等，这样通过用户回复，既了解了用户需求，也对微信公众号的改进有了指导方向，可以说是多赢的结果。

2. 推送时段

网上有人做过统计，针对阅读数TOP50做的归纳，发现打开率最高的时段是6：00-8:00、11:00-13：00、21:00-22:00而其中最好的时段是：21:00-22:00，想必这也暗合用户睡前看手机的习惯吧。还有就是，周一、周四、周五、周六用户普遍阅读欲望较高，周二、周三则适合发知识类的文章，用户能静下心来；

3. 推送频次

推送频次为一周2-3次为宜，太多太少都不好，用户的时间是有限的，加上关注的公众号不止一个，你的内容推送的太频繁，用户不一定有时间看，也突出不了重点，久了用户可能习以为常，感受不到新鲜感，如果推送的太少，给用户的感觉是不够专业，没有时间打理的公众号推送的内容也趋于应付吧。

五、转发文章到朋友圈的技巧

1. 朋友圈发文字的时候，可以故意留一些漏洞

有人做过实验，一张白纸，上面只有一个墨点，在拿出来让大家讨论的时候，大家更多关注的是那个点，而忽略了大片空白.....所以，基于人的心理，朋友圈发文字的时候，如果故意留一些漏洞，效果反而会更好，例如：喝凉水冰倒哑了.....别人会起疑问是哑了还是牙呢，不自主会点开看呢。

结束语：

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”，要想更多挖掘关于微信公众号操作的技巧，需要自己的亲身实践才行，实践出真知。

GitChat