

分享我的直播间 可以参加抽奖哦！哒哒~

Round 1

抽奖规则：

主播倒数开始后，通过右下角的分享按钮将直播间分享至微信群，Hi群、朋友圈等同事或客户可以看到的地方~~

- ✓ 主播会在分享成功的提示中随机抽取一名同学，关注并公布
- ✓ 此互动环节在整节直播课中将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“**交换的寂寞**” “**Andyhu0102**” “**嗨1234599**” 三位同学查看私信信息，领取奖品~



百家号·企业运营通解

与中国企业同舟共度—百度共度计划

主播人：百度营销中心产品运营 刘佳

直播时间：下半场 2020年3月2日 20:00-21:00

在百家号，你能做的比想象的更多

流量获取

公域、商域流量引入

公域流量

百度搜索
百度APP信息流
百度贴吧信息流
好看&全民APP

商域流量

直播投放推广
托管页百家号挂载
(功能实现中)
原生图文/视频合作

精细化运营

品牌信息展示
彰显权威&影响力

多种形式的优质内容
认知建立，决策影响

持续的用户运营/互动
粘性&好感度提升

企业信息展示

头像&简介
官方认证&V标识

账号信息展示

关注量、粉丝量
文章量、获赞量
(功能实现中)

品牌活动宣传

(功能实现中)

内容形式

文章
动态/图集
视频/小视频
直播

生产方式

BGC内容生产
KOL内容定制
百家号主题征文

更多玩法

话题创建/参与
合辑内容创建
品牌专栏开通
知道问答回复
百科词条引用

评论互动

私信管理

群发消息

圈子运营

抽奖活动

订单获取

多样化的入口/组件，转化引导

号主页转化入口

官网/电话/咨询
小程序关联
度小店关联
营销托管落地页关联
(功能实现中)

内容转化组件

文章小程序挂载
文章淘宝/京东商品挂载
动态小程序挂载
视频短带链接

店铺商品列表

橱窗tab度小店商品展示



浏览/观看

关注

持续消费内容

多次深入互动

转化

/01

阵地建设

内容选题

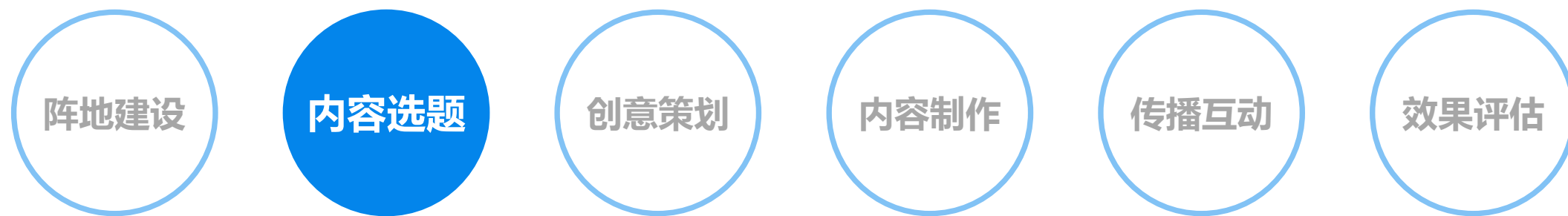
创意策划

内容制作

传播互动

效果评估

- 百度内容生态下的私域阵地运营
- 简单几步快速开通百家号
- 账号定位与矩阵规划
- 账号成长路径与权益影响
- 读懂平台规则



- 充分了解目标人群
- 建立企业内容题材库
- 选题工具分享
- 重点行业选题方法示例与选题建议



目录

CONCENTS

阵地建设

内容选题

创意策划

内容制作

传播互动

效果评估

分享我的直播间 可以参加抽奖哦！哒哒~

Round 2

抽奖规则：

主播倒数开始后，通过右下角的分享按钮将直播间分享至微信群，Hi群、朋友圈等同事或客户可以看到的地方~~

- ✓ 主播会在分享成功的提示中随机抽取一名同学，关注并公布
- ✓ 此互动环节在整节直播课中将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” “嗨1234599” 三位同学查看私信信息，领取奖品~



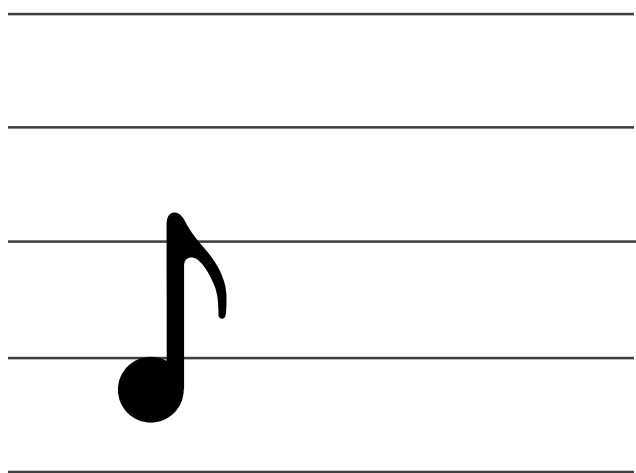
/03



- 内脑创意-内容创意五线谱
- 外脑创意-KOL内容定制
- 众包创意-百家号作者内容征文
- 转化引导-商业化植入挂载

内脑创意 - 内容创意五线谱

内容创意五线谱



制造愉悦【共情】

场景原生【信任】

建立期待【贪婪】

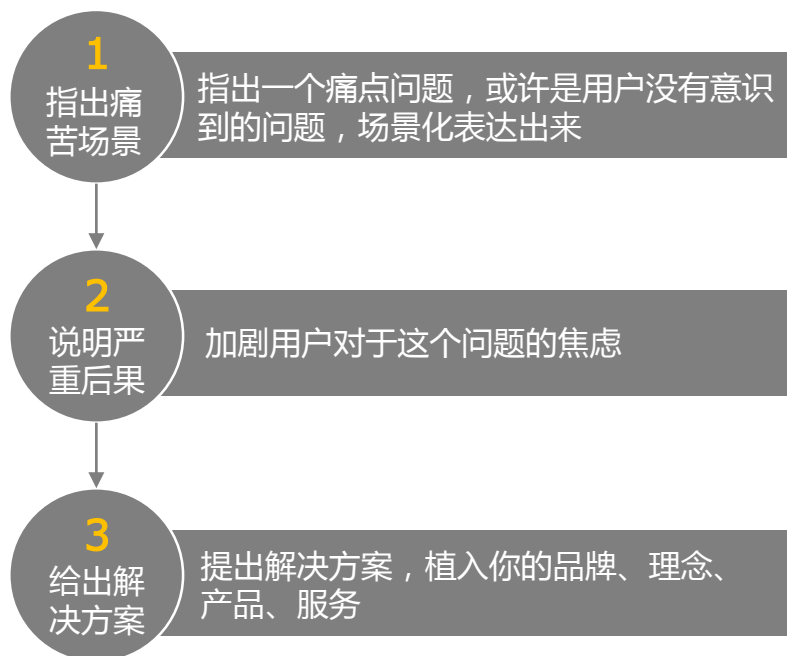
知识势能【求知】

规避损失【恐惧】



内脑创意 - 内容创意五线谱

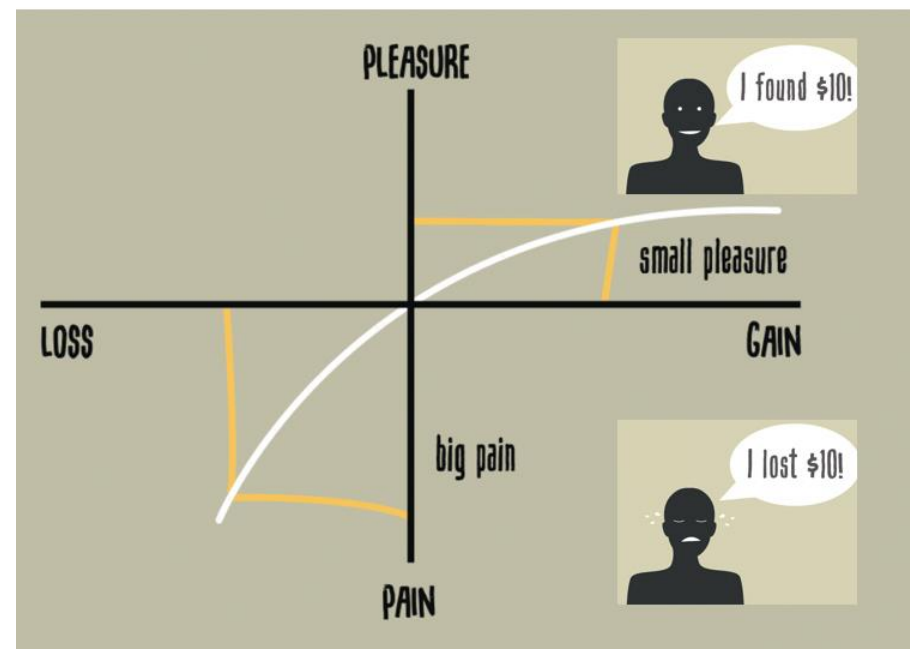
一线：损失规避——用户都有恐惧心理



怕自己不够美
怕孩子输在起跑线
怕损害身体健康
怕职业发展不如意
怕技能考试分不够
怕别人知道我不知道

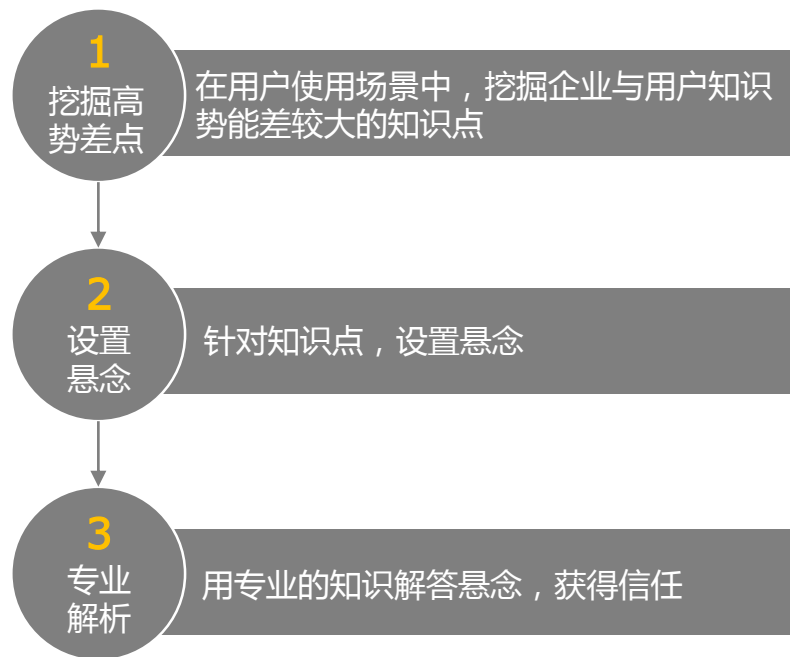
.....

我好害怕



内脑创意 - 内容创意五线谱

二线：知识势能——专业的知识更容易获取信任



企业在自身业务领域的深耕，都筹备了很多专业的知识，相对用户而言处于知识势能高点，势能差越高，创意张力越强



全部 视频 小视频 合辑



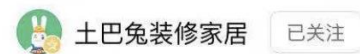
热播 车子消耗机油，把发动机全部分解开找原因，发...

58万次播放 2019年07月30日



热播 车上的这个部位生锈后，会导致动力下降油耗...

51万次播放 2019年11月23日



动态 文章 视频 小视频 互动

塑料脸盆和拖把放哪儿？没想到还能这样？！



7.5万阅读 5评论 6天前

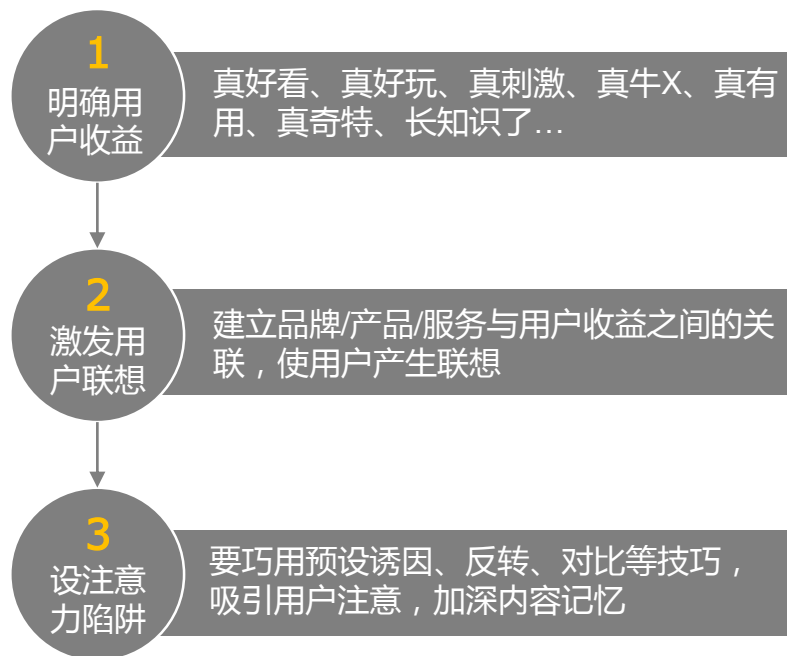
33平方全能小公寓，仅3.5米做二层



1.3万阅读 8评论 22天前

内脑创意 - 内容创意五线谱

三线：建立期待——期待会暗示用户走下去



小望爱旅行 关注 18 347



微观学社 关注 196 857



装修大路 关注 101 257



钻头功 4.1万粉丝 关注 5 321

内脑创意 - 内容创意五线谱

四线：场景原生——真实的场景更可信，更亲和

内容元素原生化提升阅读体验

- 真实场景：生活场景、使用场景、生产制作场景
- 真人出镜 > 无真人
- 真人配音 > 无配音



内脑创意 - 内容创意五线谱

五线：制造愉悦——愉悦感是购买行为的重要动机

当我们看那些美丽的事物时，我们大脑中的愉悦反射中心的活动就会增加。在这个区域中，会产生大量的多巴胺。事实上，大脑中的愉悦感受中心是需要被刺激的，这种感觉和爱以及欲望的感觉很接近。观赏画时这种反应是很直接的。

——伦敦大学 神经生物学教授 森马·塞奎

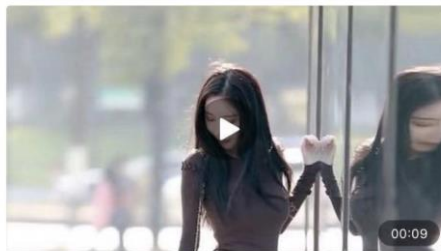
能制造愉悦的元素

- 恋爱
- 音乐
- 美术
- 美食
- 金钱
- 美人
- 美景
- 萌娃
- 萌宠
- 美好生活



捧腹大... 关注 292 2490

小姐姐连穿鞋都这么好看!



好物优选达人 22万播放

能让女人性感到极致的阴瑜伽，练过的才知道魅力在哪里



15.2万播放 2018-07-03 21:26

分享

21

258

建了这个别墅，天天有人上门参观



光夏建筑 11万播放

外脑创意 - KOL内容定制合作

200+家 TOP MCN自媒体联盟，与企业共同构建积极、热血、向上的品牌营销场景



外脑创意 - KOL内容定制合作

KOL内容定制合作流程

客户下单

KOL确认

输出大纲

输出内容

验收发布

结项报告



产品优势

- 稿件1V1独家定制
- 商品优势重点突出
- 结合KOL品牌造势



效果预估

- 预计篇均曝光80万+
- 同步百度FEED&搜索



可结合资源

- 智能小程序挂接
- 定制化配图插入

外脑创意 - KOL内容定制合作

长安汽车合作案例：
围绕品牌推广车型，邀约KOL定制传播精品内容



大天窗、ACC、全液晶仪表.....想要的配置这辆SUV全有了



作者页



主FEED推荐



汽车频道



只花10万能买20万的内饰，30万的造型？这款中国品牌轿车厉害了！



作者页



主FEED推荐



汽车频道

众包创意 - 百万作者征文合作

240万+优质作者，云集众人智慧，与企业共生大量品牌优质内容



240万+
百万级优质作者



150亿
超高推荐曝光



1.9亿+
超强活跃用户

百家号后台banner (商家品牌名、logo露出)

覆盖百家号平台所有作者，日均曝光约100W+



百家号作者通知

通知 收藏 分享

冠名品牌活动

万象创作大赛 | 恭喜您获得一份创作秘籍，更有高额奖金在等你！

百家号热门任务

公告 * [02-03] 【公告】百家号平台系统升级维护(2月4... * [02-02] 【公告】打击视频违规内容的公告 全部>

百家号
春节发文集财获奖公布
活动 热门TOP100小店、邀请达人尽在此！

发文集财
HOMELAND OFFER LETTER

百万年薪 成就每一帧付出
百+计划 重新定义原创

热门任务

<p>演员的品格 [有奖] 8天12小时后任务结束 413人次参与</p>	<p>国宝奇旅 [有奖] 2天12小时后任务结束 529人次参与</p>	
怒晴湘西 [有奖] 3天12小时后任务结束 316人次参与	于正要求艺人前女友还钱 3天12小时后任务结束 26人次参与	金钟国叫智孝老婆 3天12小时后任务结束 26人次参与
周杰伦晒儿子正面照 12小时19分后任务结束 92人次参与	徐璐张铭恩恋情 12小时19分后任务结束 83人次参与	奥斯卡金像奖 3天12小时后任务结束 265人次参与
印象历史 20天12小时后任务结束 1502人次参与	春天古诗 13天12小时后任务结束 356人次参与	

众包创意 - 百万作者征文合作

百家号内容征集合作流程

任务系统
下发任务

作者内容
征集输出

百度APP
投放展现

项目结案
报告报告



产品优势

- 精准触达目标作者
- 单价低，产量大
- 投放流程简易



效果预估

- 每话题平均征集超过100篇
- 文章优质率大于98%
- 产品信息触达领域内全部作者



可结合资源

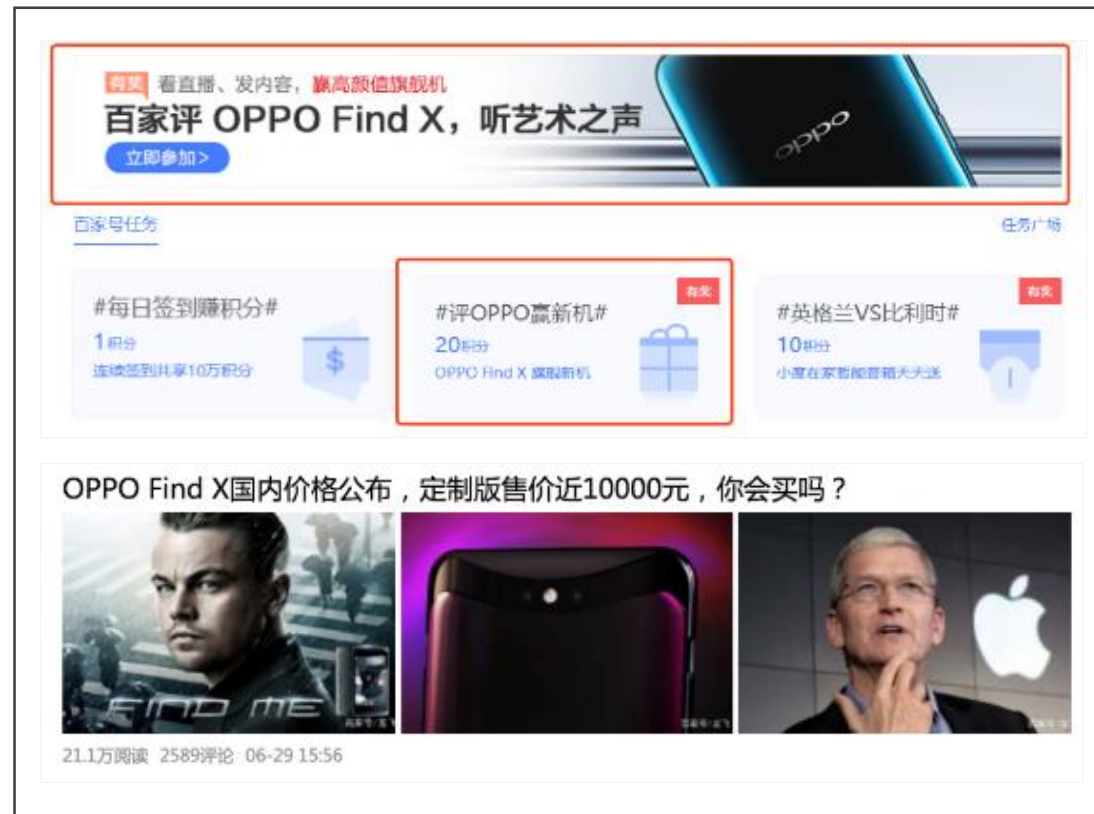
- 配合作者后台banner使用
- 任务详情内多样化设置
- 智能小程序挂接

众包创意 - 百万作者征文合作

OPPO合作案例： 结合OPPO新品发布，下发口碑内容征集

合作内容：

结合OPPO新品手机Find X发布，百家号上线 #百家评 OPPO Find X，听艺术之声# 口碑内容营销征集，组织用户产出相关内容。



内容中除品牌植入，还可以各种姿势引导转化



文章小程序挂载



文章淘宝客商品挂载



文章京东商品挂载



动态小程序挂载



视频短链挂载



号主页小程序挂载



号主页橱窗小店挂载

分享我的直播间 可以参加抽奖哦！哒哒~

Round 3

抽奖规则：

主播倒数开始后，通过右下角的分享按键将直播间分享至微信群，Hi群、朋友圈等同事或客户可以看到的地方~~

- ✓ 主播会在分享成功的提示中随机抽取一名同学，关注并公布
- ✓ 此互动环节在整节直播课中将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” “嗨1234599” 三位同学查看私信信息，领取奖品~



阵地建设

内容选题

创意策划

内容制作

传播互动

效果评估

- 素材收集和内容编辑工具
- 内容制作前须知
- 标题、封面配图、文案、排版优化、行文撰写

欲善其事，先利其器 - 素材收集及内容编辑工具

★ 2..编辑器

- ★ 1.易点编辑器 <http://wxedit.yead.net/>
- ★ 2.96微信编辑器 <http://bj.96weixin.com/> 96
- ★ 3.新榜编辑器 <http://edit.newrank.cn/>
- ★ 4.91微信编辑器 <http://bj.91join.com/>
- ★ 5.i排版 <http://www.ipaiban.com/>
- ★ 6.135微信编辑器 <http://www.135editor.com/> 135
- ★ 7.壹伴助手 <https://yiban.io/>
- ★ 8.秀米编辑器 <http://xiumi.us/>
- ★ 9.易企微微信编辑器 <http://www.e7wei.cn/>
- ★ 10.懒人模板 <http://bj.lanrenmb.com/>
- ★ 11.新媒体管家 <http://xmt.cn/>

★ 6.图片素材来源

- ▶ 1.千图网 <http://www.58pic.com/> 千
- ▶ 2.Pexels <https://www.pexels.com/>
- ▶ 3.花瓣 <http://huaban.com/>
- ▶ 4.图虫 <https://tuchong.com/>
- ▶ 5.图片114 <http://www.tupian114.com/> 114
- ▶ 6.素材公社 <http://www.tooopen.com/>
- ▶ 7.插画家园 <http://www.13cg.com/> 13
- ▶ 8.Picjumbo <https://picjumbo.com/>
- ▶ 9.Gifs Categories <http://giphy.com/categories>
- ▶ 10.素材中国 <http://www.sccnn.com/> 素
- ▶ 11.我图网 <http://www.oopic.com/>
- ▶ 12.视觉中国 <http://www.shijue.me>

内容制作前须知

如何生产出爆款文章

坚持发布固定垂直领域内容

坚持发布原创、首发内容

保证更新频率，每天至少发布1篇内容

关注时事热点、流行话题，结合百度指数“蹭热度”，优化内容选题

配图精致，结构清晰，排版整齐

文题相符，标题中包含的核心信息关键词

及时回评，持续互动

积极参与百家号首页相关热门任务活动

哪些内容不能发：

不得利用百家号帐号或百家号平台服务制作、复制、发布、传播干扰百家号平台正常运营秩序，违法法律法规的规定以及侵犯其他用户或第三方合法权益的内容

具体可参考「[百家号平台服务协议-用户行为规范](#)」

哪些内容不要发：

- 1.内容质量差：选题营养价值含量低，观点不明，内容空洞，可读性差，标题党
- 2.格式排版乱：语义表达存在歧义，错别字，特殊符号及繁体字，内容不完整或重复，未分段或无标点等
- 3.抄袭及搬运：明显搬运其他作者、其他平台内容，文章内出现其他作者、其他平台水印等
- 4.广告推广类：含有联系方式、第三方网址、扫描二维码等推广信息，商业产品销售、活动推广、公司招聘等广告信息

标题 - 从用户群体与推荐机制2个方面入手

从用户群体入手：由人群特征和关注点，确定标题调性

以英语培训机构举例，面向大学生、年轻的英语学习人群，可侧重趣味性、话题性、情境结合，带有悬念的标题可吸引目标群体；面向家长，可选择实用性攻略，切中家长在教育问题中的痛点，吸引点击

如何快速提高你的英语口语

19阅读 0评论 27天前



Bad Case

话题较大，未明确目标人群，缺乏吸引力

Good Case

职场新人可能遇见的实用性问题，贴近实际场景

老板买咖啡让我“On the double”，我当成了咖啡加倍，好...

2.1万阅读 8评论 2018-04-28 18:19



国庆节孩子不想写作业，家长很苦恼，怎样才能让懒孩子主动写作业



5.2万阅读 63评论 14天前

Good Case

针对家长在教育孩子过程中遇到的实际问题，切中要害，同时保留悬念，提高点击率

从推荐机制入手：由易被机器识别的标题，获取精准推荐

机器会对标题的类别属性进行分析，从而确定推荐人群，识别越准确，推送给用户也越精准，因此标题中包含的关键词要定位清晰不模糊，以精准、直接的方式表达

Bad Case

关键词定位模糊，不易于机器精确圈定人群

按我说的做吧，英语真的太简单

6阅读 0评论 18天前



HR小姐姐口中的“BP”到底是什么意思？

37.1万阅读 2评论 2018-07-10 11:39



Good Case

针对职场人士通常会困惑却又忽略的小问题进行知识科普，关键词命中相关人群

Good Case

聚焦具体应用场景，英文邮件及英文缩写等关键词加速人群定位

CC, TBD, EOD都是什么鬼？拯救一写英文邮件就发慌



1.9万阅读 0评论 2018-08-21 13:55

标题 – 解锁高吸引力标题秘籍

如何体	方法	如何和既得利益相结合
	效果	一目了然全文阐述了什么问题，读者从标题就会阅读判断
	例子	《新媒体内容运营技巧：如何取一个吸引眼球的标题？（经典珍藏版）》
合集型	方法	6种方法、5个建议、4个趋势
	效果	它的归纳总结性抢，1篇抵单独看5篇，也给人冲击感和饱腹感
负面词汇	例子	《扎心！2018年高考录取再爆冷门，4所211高校投档线出现断崖式下降》
	方法	4个常见错误、如件你应该避免的事
	效果	让人警醒，想一探究竟，见不行而自省，通过一些错误的案例来获得启示
	例子	《“老赖”子女一律不录取！法院给高收费学校发的这封信火了！》

福利贴	方法	打上福利的标签，使用“指南”、“面面观”“入门读物”这些词
	效果	让人兴奋，想一探究竟，通过一些正面的案例来获得提示
	例子	《新媒体运营品牌定位、用户需求及运营策略全方位分析（精华版）》
本地化	方法	知名地标或者有特色的地点
	效果	让人产生一种共鸣，和一探究竟的冲动
	例子	《中国“最好考”的4所985大学，实力很雄厚，能考上就是赚到》
急迫感	方法	你还没尝试过的、最新推出的
	效果	人人都有探索精神，让标题充满急迫感，也是召唤行动的一种表示
	例子	《急转！看见他们立即报警！每抓一人奖励举报者20万！》
珍贵性	方法	内部指南、秘笈
	效果	让读者觉得你的信息他能得到，别人得不到
	例子	《此棺材在水上漂了600年，考古专家看后激动：和朱元璋有关》
解释性	方法	专访、独家等关键词赋予文章独特性
	效果	专访、独家等关键词赋予文章独特性 向读者传递价值和探秘再加上数字和如何体来补充事实和知识性说明
	例子	《清华学长告诉你：985/211和普通本科的真正区别！太戳心了》
借热点	方法	借热点的东风来造势，但原本的内容才是本质
	效果	获得用户关注
	例子	《「生活」“除湿”还是“制冷”？空调模式用错了，伤身体又伤机器！》

文章标题要简洁有吸引力，切合内容，具备话题性但不低俗，避免使用故弄玄虚、震惊耸动、挑衅威胁、低俗挑逗等方式的标题

封面图 - 3个基本项与2个加分项

基本项：清晰+干净+与标题呼应

高清无水印，无广告语，图片内容能反映标题中关键词属性

Bad Case

广告图与文章标题关键词关联性低

考神是如何准备英语六级听力考试的？

1阅读 0评论 04-22 04:06



入门级别的英文原版书籍推荐

7754阅读 0评论 05-18 18:34



Good Case

图片质量高，与文章标题高相关

加分项：三图+视觉统一

三张图片风格色调一致，图片主要元素完整展现

Bad Case

三图调性不一，未突显标题

26个英语字母应该如何学习？少儿英语



5阅读 0评论 08-17 16:21

《唐顿庄园》经典台词赏析：顺便教你怼怼“道德小婊砸”！



4596阅读 1评论 2018-04-04 10:42

Good Case

三张配图调性一致，与文章内容及标题高相关

排版、图片、篇幅 - 提升用户阅读体验的小细节



排版

帮助读者获取阅读点，扫清阅读障碍

小标题梳理内容结构，标黑加粗

段落字数不易过长，**间隔**清晰

主次分明，开篇对内容简略介绍，小标题、关键词
段语句适当加粗标黑



图片

提升文章专业度、美观度

相关性-配图与文章主题及上下相呼应

数量-段落间或每间隔400字左右插入配图

专业度-与内容相关的重要配图文字注释辅助理解



篇幅

从信息流用户体验出发，满足碎片化阅读需求

一般图文内容以**800-1000字**为宜，配图不超6张

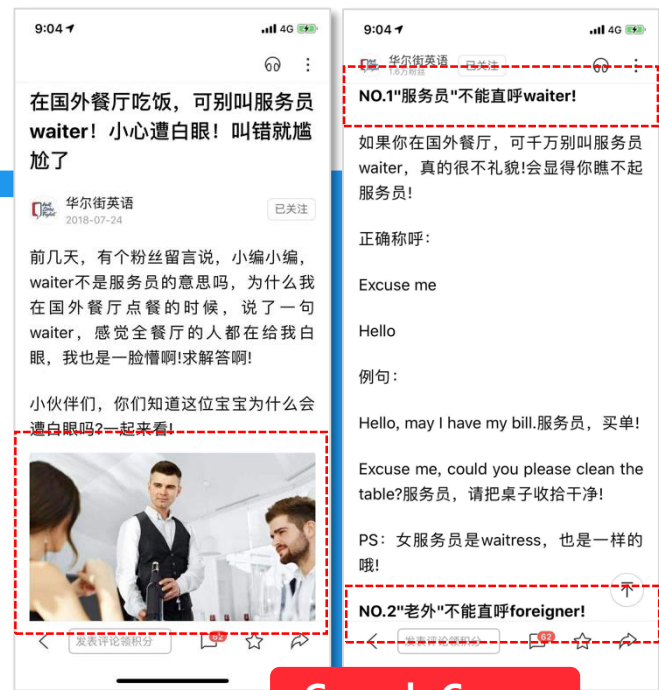
重要技巧

在标题、首段、分段、结尾总结等部分，对应出现不同级别的关键词，也可被机器更好地识别，获得更多分发

Bad Case



Good Case



由主题引导的相关内容，
层次递进，配图相关性
强，图片质量高

文章结构不清晰，核
心观点不明确，图片
质量度低，清晰度低，
带不相关的网址标识

行文撰写-让文章更易读的几个小建议

风格接地气

移动互联网资讯抢占的是用户的碎片时间，用户选择多，也就越来越挑剔，“接地气”的文风成为各大自媒体平台的主流

1.少用专有名词

很多科普类文章觉得不带点专有名词就显得不专业，但是对用户来说，太专业会看不懂，自然就觉得无趣，影响阅读完成率

2.少用修辞手法

修辞手法、名人名言在运营文章里没有太多必要，当我们需要诠释某一个抽象概念时，可多用类比法，帮助用户理解

3.贴近用户生活

内容要贴近用户生活，文章表达过程中，多从生活场景出发，才可产生共鸣，提升用户好感

结构有重点

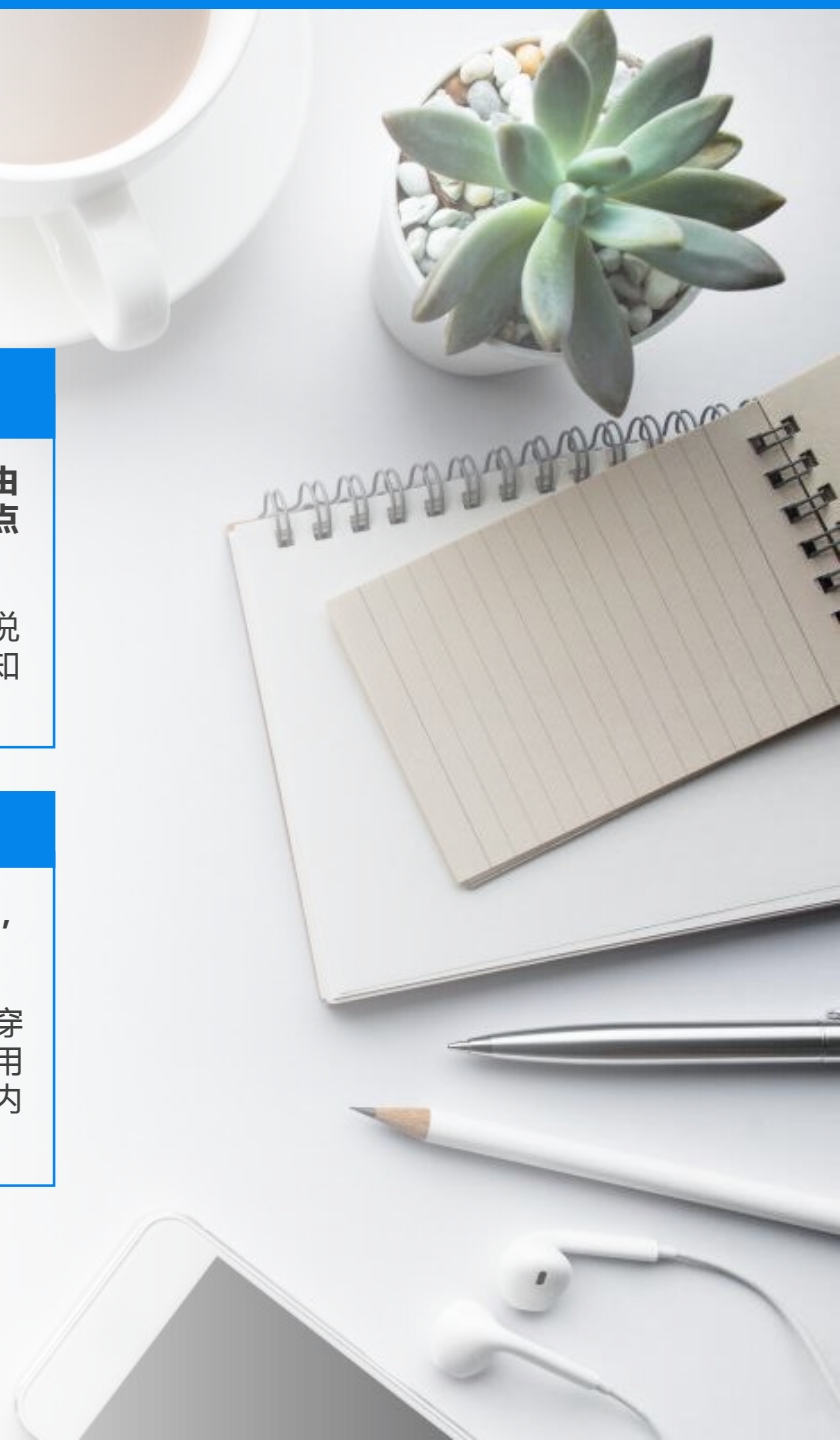
深度、完整只适用于教辅型文章，在这个充满自由的网络世界里，用户阅读目的是获得信息，有重点的内容结构才能是用户快速清晰获取信息

文章结构一定要突出重点，一句话能概括的事不说两句话，不要让用户去归纳段意，不需要理解就知道的，才是最简单的

适当讲故事

总结受欢迎的内容的共同点，除了有价值的观点，还有通过故事而实现的可读性

在介绍产品、表达观点、传达知识的同时，适当穿插几个小故事，可提升文章的趣味性，从而提升用户阅读愉悦感，通过潜意识影响，也提升用户对内容的接受度



丰富的指导教程，助你获取运营妙招

官方教程聚集地-百家学堂

百家号官方教程聚集地，不管你是新手还是原创作者，你需要的培训教程这里都有。

学习方式：在Appstore或各大应用商店搜索“百家号”完成APP下载。找到下方【发现】模块，打开【百家学堂】即可开始学习。



原创专题课程-七秒秒变原创作者

《七节课秒变原创作者》，分析超20W名百家号作者，潜心研发的自媒体教程。学完课程即可快速掌握成为百家号原创作者的秘诀。

学习方式：用最新版本百度APP扫描下方二维码即可开始学习。



进阶课程-自媒体商学院

邀请秋叶大叔、龙共火火等20多位自媒体头部大V联手为百家号作者开设的多门直播分享课程。

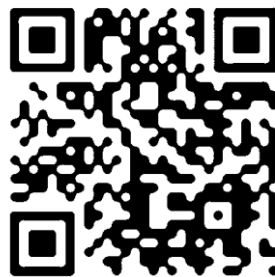
学习方式：微信关注【百家号自媒体联盟】公众号，关注后点击下方【点我学习】即可在直播间自主学习多门自媒体商学院大V课程。



视频内容运营官方指导-好看视频创作学院



好看视频媒体价值白皮书



/05

阵地建设

内容选题

创意策划

内容制作

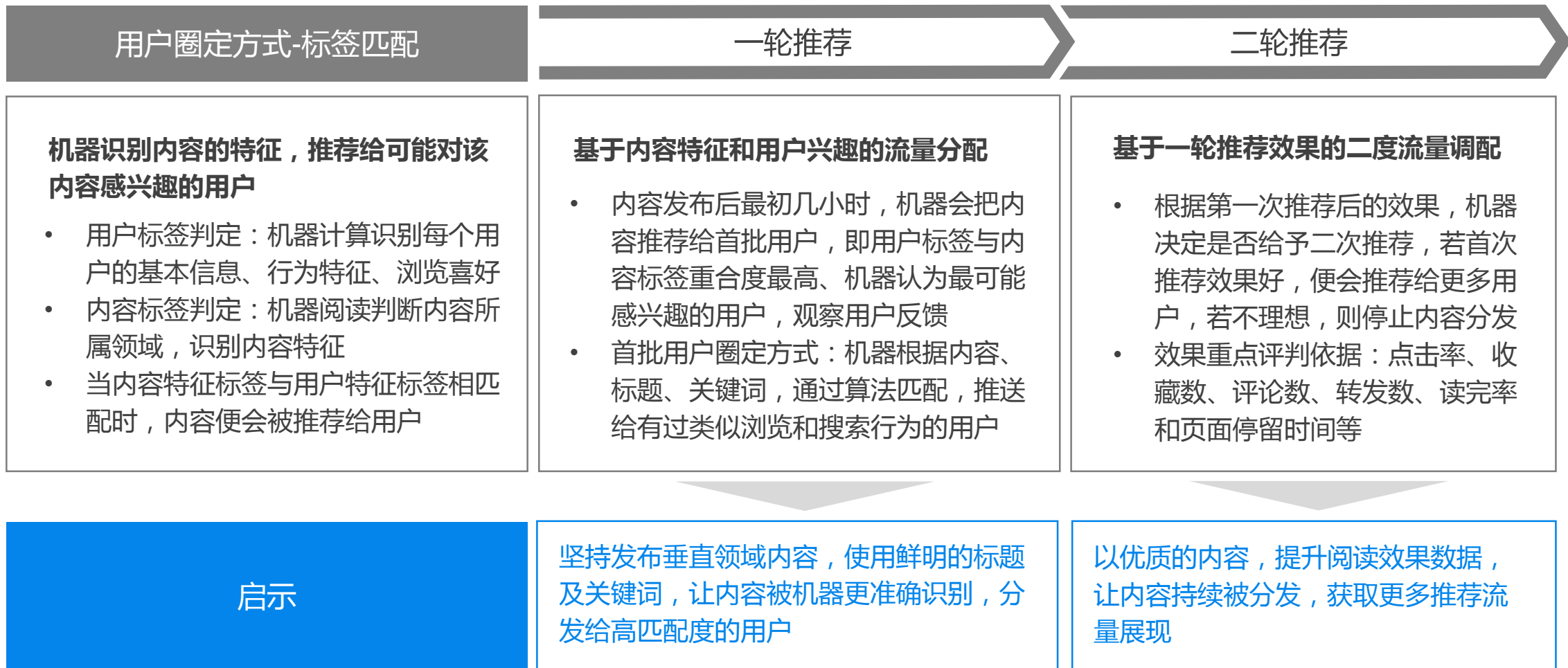
传播互动

效果评估

- 分发机制
- 评论互动
- 粉丝增长
- 持续运营

了解内容分发逻辑，掌握与机器的“沟通技巧”

扩大传播范围，提升内容阅读量，是百家号运营走向成功的第一步。而了解内容分发逻辑，让内容获取更多的推荐展现，是提升阅读量的前提。



为什么你的内容推荐效果不好？

文章推荐效果不好的一个常见原因，是第一批次的推荐内容分发量低、点击率低，从而导致内容阅读量低，也就直接失去了第二轮推荐机会。

内容垂直度低导致分发量低

- 账号长期无固定垂直领域，内容选题跨度大，机器对内容识别困难
- 垂直类帐号发布非垂直领域内容，机器需重新识别分类再推荐，导致延长推荐时间，无法及时推荐给匹配用户

内容吸引力低导致点击率低

- 标题平淡、观点不明，无法引起读者的阅读欲望
- 配图平淡、清晰度低、与内容主题不符，内容给读者的第一印象差，质量不高
- 或内容低质低俗，引起读者的反感甚至投诉

其他各项影响因素

- 潜在用户群量少，比如内容涉及的话题过于冷门、生僻、晦涩难懂
- 内容供过于求，比如同一领域的相似内容过多
- 内容非原创或未在百家号首发，导致受查重机制影响
- 内容时效性较短

让内容获得更多推荐的5大关键指标及其影响因素



从创意策划、内容制作到账号的日常运营维护，在每一个环节中，优化影响关键指标的各项因素。

小评论有大收益

✓ 多用评论有好处，六项增益全拿住

展现量提升 吸引力加倍

评论数量会在文章推荐入口展现，评论量多的文章还会有额外的“热评”标识，对用户起到吸引效果

增加用户停留时间 提高阅读完成率

如果评论数量足够多、足够精彩，用户会花费大量时间浏览评论区，提升停留时间提高阅读完成率

从评论区里 获取创作灵感

当不知道该写什么的时候，可尝试多关注评论区内容，从中发现读者讨论激烈的话题是什么进行创作

快速涨粉 提高用户粘性

作者在评论区与读者互动，会增加读者好感，有助于与读者建立密切关系，快速涨粉，粉丝粘性

作者评论特殊标识 显示对粉丝重视

作者在评论区的点赞、回复都会有单独显示，能够让其他用户看到作者对评论区的重视程度，增加用户好感

有效提高百家号指数

作者与读者通过评论产生互动，能有效提高指数中“用户喜爱”分数，从而提升账号的整体指数分数

✓ 简单五步，让评论互动价值最大化



抓住首条评论

文章发布后率先发表首条评论，引导用户参与讨论，增加评论区热度



内容补充说明

在评论区对文章进行更多补充，帮助读者更好地理解文章内容



积极答疑解惑

积极解答读者问题，让读者感受到作者关怀，增强粉丝粘性



鼓励优质评论

对优质评论点赞、置顶鼓励，也可进一步交流引发深度讨论



维护评论秩序

与不同观点的评论发散探讨，对待不良恶意评论及时删除

小评论有大收益

使用评论功能，对内容创作和账号成长带来哪些影响？

毒草科技

导师计划数码领域优秀导师



评论的互动会让我与读者直接进行对话，不仅能够促活我的账号，让读者知道我也在关注他们，同时也是一个吸粉的很好途径。很多时候一条评论互动，能让我收获几十个赞，上百位粉丝。读者对于文章的评价，也是我调整写作方向的一个风向标

毒草科技

导师计划数码领域优秀导师



每一条评论都会认真回复，这会给我带来二次曝光。尤其是在我与粉丝互动的时候，如果表达出了新的观点，并且观点得到了粉丝认同时，粉丝就会与我二次互动，这样会形成一个良性循环，既得到了曝光，又提高了粉丝的粘性。

阿圆就是我

导师计划优秀毕业生



文章的评论量越多，分发自然越好，特别是比较有争议性的话题，很多读者更愿意自发的加入进来讨论。这样的话，作者的文章会获得更大转发量，阅读量也会增加，收益相对也会增加。

大
作
者
如
是
说

如何在评论区与读者互动？有什么妙招分享？



羁绊的小鸣人

导师计划优秀毕业生

手机就可以回复评论很方便，挑选一些有趣、或者能够引起讨论的评论回复。回复内容一般是补充文章未提到的内容、或者继续抛出争议点吸引读者。

电竞一条龙

游戏作者 百家号阅读1.6亿



可以自己在评论区里面放一些搞笑的段子，表情包等等，也可以在评论区展示自己的IP，加深读者对作者的印象。



华殇君

百+计划上榜优质作者

我经常通过设置一些有趣的置顶评论来让文章获得更多的展示，一句话就是制造热评。

优质的内容是吸引粉丝关注的不变基础

优质的内容是粉丝自然增长的关键所在，最精准最优质的流量获取都要靠内容。

通过有用的内容，吸引高质量粉丝

有用的内容是指能够为用户带来帮助和实际价值的硬核干货输出，如知识分享、教程攻略、清单明细、操作指导等

满足用户需求



有用

有情



制造价值认同感

有趣

巧妙设置钩子，将兴趣转化为关注

通过内容运营小技巧，吸引读者持续关注，如文章结尾罗列过往沉淀的优质内容或预告接下来的内容输出计划；连续几篇强相关性内容，结尾巧妙设置悬念；围绕文章内容进行有奖问答后篇内容揭晓答案等



激发用户兴趣

通过价值观传递，吸引高粘性粉丝

锁定用户群体，充分了解该类人群的圈层特征，利用该类人群的情感和情绪诉求，为其提供高价值认同感的内容，内容在有温度的同时，也要符合群体价值观，强调同类归属感，引发共鸣，让读者认为品牌企业充分理解他们，与他们在一起，以此来拉近与读者的距离，快速获取好感

在信息爆炸的时代，用户大多养成碎片化阅读习惯，仅靠为用户提供即时快感的内容，或许可以获得点击、阅读，却难以吸引越来越挑剔的用户点下关注按钮。

成功的内容运营懂得给读者一个关注的理由。

加速粉丝增长的3个诀窍

创建/参与「热门话题」，获取大流量曝光

发布内容时可创建或搜索参与话题，内容可进入话题内容流获得更多曝光，优质且匹配话题的图文和视频可以在feed多场景分发，带来更多的流量和关注

成功影响因素：话题吸引力、热度时效性、内容质量、内容间相关度

长宁地震七日：安居新房挺过6.0级地震

上游新闻
06-24 15:56 | 重庆晨报传媒有限公司

今天是#四川长宁6.0级地震#第七日。6月17日晚10点55分，四川省宜宾市长宁县发生6.0级地震，震中双河镇葡萄村8组因震4人遇难。

上游新闻记者近日走访长宁县地震灾区发现，此次地震中出现垮塌的房屋多为修建20年左右的砖混结构房屋；近年来新修的房屋，无论是村镇还是农村，都只出现了部分裂纹等轻微损伤，经维修加固后便可使用。新房与老房抗震性能的差别直观的体现在葡萄村：砖混结构的李秀明家3人遇难，但50米开外，全框架结构的王家完好无损。



参与「知道问答」，以专业知识吸引精准用户

领取问答任务进行回答，选择与品牌高相关的问题，以专业的视角提供知识与建议，优质回答将被推荐到手机百度信息流，获取更大量级的曝光和关注

成功影响因素：回答专业度及相关度



巧用「抽奖功能」，圈粉可以很简单

抽奖功能目前以百度APP小程序为载体，参与抽奖用户需关注、转发，作者可快速实现粉丝增长，同时回馈长期关注的忠实粉丝

成功影响因素：奖品吸引力、头部资源位



提升粉丝粘性、引导转化的3项建议

重视「私信管理」，一对一沟通建立信任

选择与粉丝人群年龄段、性格特征及品牌账号人设契合的语气和沟通方式，也可用粉丝昵称称呼，增强亲切感拉近距离

- 1. 建立亲密联系：**新粉丝关注后可主动发送问候消息，介绍品牌账号可为粉丝提供的内容服务，在第一时间与建立联系，可利用后台「关注自动回复」功能避免漏发
- 2. 解决各类问题：**及时回复，实时反馈，可利用后台关注自动回复「关键词自动回复」功能提升效率
- 3. 制造VIP体验：**使用私信的方式向粉丝推送福利，如免费资料包、限量优惠券等，为粉丝制造VIP用户体验的同时，促进转化

玩转「百家号圈子」，从用户关注到持续运营

圈子是百家号近期开通的新功能，在圈子内分享更干货、更有价值、更贴近粉丝诉求的内容，可帮助企业从百度公域流量向私域流量池引流，彰显品牌价值，建立影响力，使粉丝产生归属感与认同感，提升粉丝粘性

百度APP主信息流



百家号个人主页



圈子页面



用对「群发消息」，高效实现营销目标

群发消息对于品牌账号运营是把双刃剑，用对了粉丝好感度与粘性显著提升，用错了却容易适得其反，引起粉丝反感甚至掉粉

群发消息不只需要考虑我要发什么内容、达到什么目的，更需要在意粉丝感受，要想清楚消息可为粉丝带来什么，利己之前先利人，才是群发的正确姿势
以下建议供参考：

- 1. 群发消息送问候：**走心的年节祝福、日常关怀，可加入生动幽默的梗，或推送制作精美的图片，彰显诚意
- 2. 群发消息送福利：**收集粉丝关注的实用信息，以干货资料打包等形式推送，让粉丝感受到关注品牌账号的价值
- 3. 群发消息引导转化：**适当推送优惠活动、限时促销等消息推动，不可太频繁
- 4. 群发消息做调研：**收集粉丝对品牌、产品、服务的意见反馈和创新想法，配合适当奖品，达到调研目的的同时，也可作为内容创作选题的素材指导

/06

阵地建设

内容选题

创意策划

内容制作

传播互动

效果评估

循环不息 - 监控和评估是为了更好的生产

监控方案设计【自下而上】

1. 识别内容运营成功的关键用户行为：
被吸引→决定看下去→看完→看很多遍→点赞→
分享→评论→关注→再创作→商业转化（看/点/询/
买/留咨/下载...）
2. 将每个关键动作量化、指标化
3. 建立监控模型：指标之间的关联模型，识别核心指标
4. 报表可视化

评估方案设计【自上而下】

1. 根据监控模型量化运营目标
2. 根据运营目标拆解内容运营动作，及其对核心指标的影响方式
3. 预估运营动作影响程度，并量化定义成败
4. 明确评估范围、评估颗粒度、评估周期
5. 评估执行及持续校正

教育培训



私信 关注

京领新国际

教育让人生更美好

百度认证：教育达人,优质原创作者

23 关注 | 22万 粉丝

动态 文章 视频 互动

麻省理工学院：除了王牌计算机科学，这个专业领域也位居世界第二



1693阅读 7评论 6天前

这个暑假，论文被引全球第4的牛津大学终身讲席教...



415阅读 0评论 6天前

控疫情VS保经济，疫情下中国经济的7大判断



5695阅读 8评论 2天前

房产家居



私信 关注

土巴兔装修家居

土巴兔，省钱省心更省时间的一站式装修平台

百度认证：优质原创作者

12 关注 | 24.2万 粉丝

关联的小程序

 土巴兔装修
土巴兔，装修大平台。装修... 打开

动态 文章 视频 小视频 互动

新房入住一年，说说我的开放式厨房使用感受！



5695阅读 8评论 2天前

装修水电最揪心？这里有22条水电验收标准，看完再装不后悔！



5695阅读 8评论 2天前

旅游行业



私信 关注

途牛旅游网

要旅游，找途牛！带你旅行，带你飞！

百度认证：南京途牛科技有限公司

15 关注 | 10.3万 粉丝

关联的小程序

 途牛旅游网
途牛旅游小程序 国内出境度... 打开

动态 文章 视频 互动

你想要的烟火气，就藏于这个城市的市井慢生活里！



450阅读 0评论 01-22 09:46

喝茶、聊天、晒太阳，90%的人去了这里都不想回来！



5695阅读 8评论 2天前

汽车行业



让理想飞翔

私信 关注

一汽红旗

中国一汽红旗品牌官方百家号

百度认证：一汽红旗官方帐号

7 关注 | 8.9万 粉丝

每日惊喜，限量豪礼！[限时抽奖](#)

粉丝福利大放送

奖品：红旗生活专属香氛 [限时抽奖](#)

02月29日 10:30 开奖

动态 文章 视频 小视频 互动

疫情到了这个时期，中国一汽做了这件事，凸显了国企担当！



442阅读 0评论 9天前

防病毒车内空气消毒液应用



游戏行业



私信 关注

17173游戏网

17173，满足玩家探索游戏世界的好奇心

百度认证：17173游戏网官方帐号

1 关注 | 19万 粉丝

[品牌频道](#) 不是每个百家号作者，都有品牌频道

我是百家榜上榜作者 [百家榜](#)

动态 文章 视频 小视频 矩阵

猛男都说好的游戏，Steam好评率98%，扭头就免费送玩家26万份



107阅读 3评论 2小时前

史上画面最好的游戏？微软烧了整整40年的钱模拟了整个地球



2630阅读 14评论 3小时前

农林行业



私信 关注

烟台市福山瑞丰大樱桃

主营大樱桃苗，车厘子苗等

百度认证：烟台市福山区瑞丰大樱桃专业合作社

197 关注 | 9.5万 粉丝

关联的小程序



瑞丰樱桃苗

主要经营樱桃树苗，种植大...

打开

动态 文章 视频 小视频 互动

大樱桃秋季九月份实时管理打药施肥详情



0阅读 0评论 2019-09-26 13:56

大樱桃苗种植不成活的原因是什么



0阅读 0评论 2019-08-19 10:26

百度营销系列直播课程回顾与第二阶段预告

第一阶段20节课程回顾

营销策略篇

《疫情期间百度用户需求趋势与营销探讨》-朱蕾
《百度营销如何帮助企业做好获客和蓄客》-王晶晶
《消费者在线化趋势与在线需求满足探讨》-高玉兰
《好看视频企业直播服务方案》-王颖
《百家号·企业运营通解》-温海超 刘佳

商业产品篇

《百度信息流不是秘密的“秘密”》-贾春雨
《风云计划+基木鱼深度解析》-朱莉莉
《百度品牌营销做好『四好』助力企业品牌升级》-李慧
《百度营销观星盘教你足不出户玩转场景营销》-曲海佳
《百青藤-新流量价值洼地》-朱曼
《百度统计 帮你将“访客”转化成“顾客”》-孔维卓
《浅谈百度视频行业营销机会》-李霖

行业|垂类玩法篇

《如何玩转商品广告》-王蒙洁
《电商选品指导》-段勇涛
《教育行业营销进阶课》-董楠
《网服行业全链AI解决方案和案例解析》-袁京
《增量提效，节后游戏行业可以怎么玩？》-严新力
《金融行业品牌营销策略及案例分析》-黄婕
《APP下载场景全链路解决方案》-杜鑫

第二阶段预告

从本周二（3月3日）开始

每【周二、周四】晚8点开播

课程涵盖
产品解析、营销策略、百度认证公开课...

本周预告课程	时间
《百度装馨家》-家装行业全链路线上化解决方案（王欣）	周二（3/3）
《百度初级认证公开课—你不可不知的效果营销》（王萌）	周四（3/5）

**欢迎同学们互相转达！
每周二四晚，不见不散！**



1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取(yingxiao.baidu.com)
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com

感谢观看

与中国企业同舟共度—百度共度计划

