



致力于"从引导到成交"数字化经营方法论的推广与普及

基于LTD方法论的后疫情时代营销增长策略系列之

写给市场部小白的新媒体运营指南

学会新媒体运营，抓住新的流量红利

该系列课程由杭州电子商务研究院联合乐通达团队研发制作

Part 1	序	P1
Part 2	什么是新媒体	P2 - P4
Part 3	什么是新媒体运营	P5 - P9
Part 4	新媒体运营策略	P10 - P13
Part 5	基于营销SaaS新媒体运营实操	P14 - P19
Part 6	提高新媒体运营人能力	P20 - P22
Part 7	名词解释	P23 - P24

序

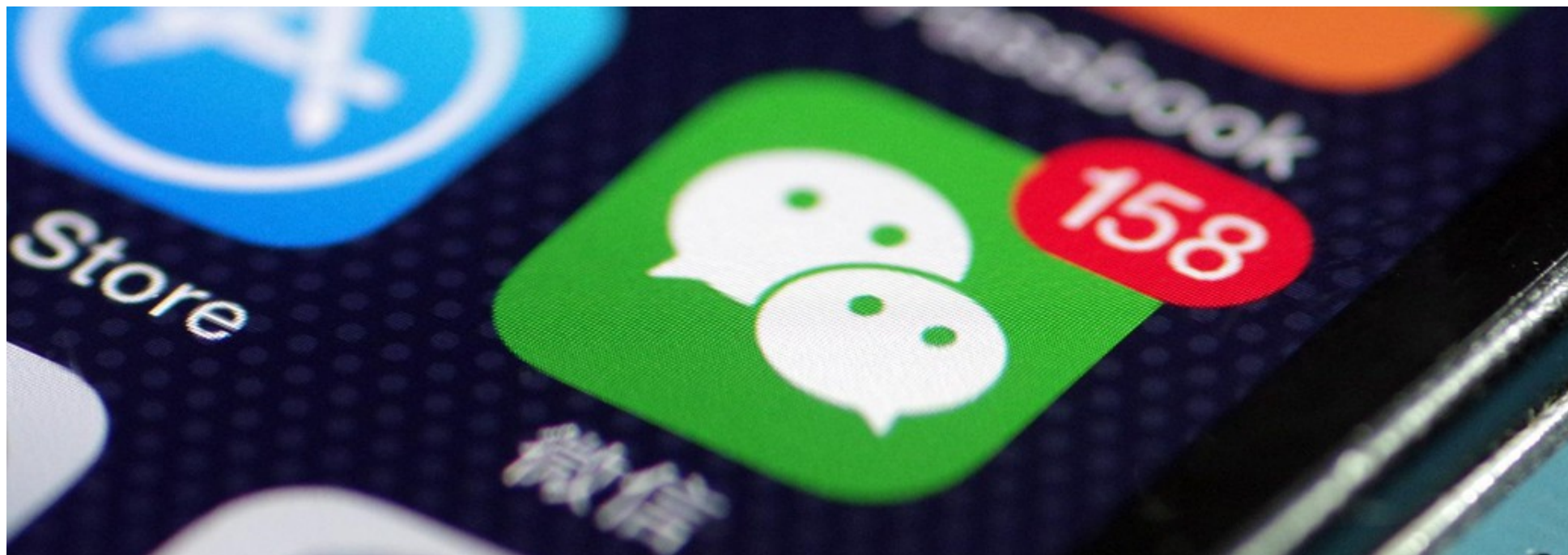
大家好，这是一篇详细介绍 **新媒体**，以及如何 **基于LTD营销SaaS新媒体运营实操** 详细操作指南。除了对新媒体进行讲解外，也列举了实例说明。



什么是新媒体

“

新媒体 是基于数字技术、网络技术及其他现代信息技术或通信技术的，具有 **互动性、融合性的媒介形态和平台**。在现阶段新媒体主要包括 **网络媒体、手机媒体** 及其两者融合形成的移动互联网，以及其他具有互动性的数字媒体形式。



常见的可以用于运营推广的新媒体平台：

• 微信公众号

[订阅号](#) ① 和 [服务号](#) ②，针对已关注的用户进行 1对多 的推送，推送形式包括文字、语言、图片、视频等，并基于微信用户本身的庞大基础，遥遥领先于其他渠道。

• 新浪微博

互动直接，推送不受数量和时间的限制，形式也是多样化的，开放性也很容易造成 **爆炸式传播** 的效果。

• 社交网站

社交网站包括 [天涯](#)、[豆瓣](#)、[虎扑](#) 等社区、论坛。



- **问答网站**

[知乎](#)、[头条问答](#) 等。

- **视频网站**

[哔哩哔哩](#)、[Acfun](#)、[西瓜视频](#) 都是视频网站的代表，用户通过 [弹幕](#) ③、[评论](#) 的方式来进行互动。

- **短视频网站**

[快手](#)、[抖音](#) 等等，[短视频](#) ④ 更符合大众移动手机端的使用习惯，在用户碎片化的生活节奏中非常受用。

- **音频网站**

[荔枝FM](#)、[网易云音乐](#) 等都是可以进行推广的新媒体平台。



什么是新媒体运营

新媒体运营的目的

新媒体运营，是利用微信、微博等媒体平台进行品牌推广、产品营销的运营方式。

通过策划品牌相关的优质、高度传播性的内容和线上活动，向客户广泛或者精准推送消息，提高参与度，提高知名度，从而充分利用 粉丝经济 ⑤，达到相应营销目的。





新媒体部的职责主要为

A. 矩阵建设

如官网搭建、微博 / 微信 / 抖音 等媒体号、管理 [KOL](#) ⑥

B. 品牌传播与内容策划

如输出品牌传播内容、有创意的新媒体文案、小视频、热点策划等

C. 互动营销

如粉丝运营、论坛互动、线上线下活动等

D. 媒介投放

可能包含广告投放、微信朋友圈分发等

额外的，新媒体运营岗位可能还需要兼顾一些其他的推广职能，诸如知识问答营销、**SEO搜索引擎优化**、**SEM搜索引擎营销**等。

新媒体运营岗位需要的能力

新媒体运营的最终目的是能够为企业产生实际效益

从目前市场上广大企业的招聘需求中可以总结出，现阶段在新媒体运营岗位的各项能力需求中，超过50%的企业都需要的都会包含下述能力。

1. 学习能力

新媒体运营人员每天的工作就是要 **跟最新东西打交道**，因此根据实际的业务，需要快速学习 [Photoshop](#) ⑦ 等作图工具、[易企秀](#) 等H5页面工具、网页编辑器、数据表单等。



2. 文案能力

基本的文案功底 是新媒体运营人员必备的能力，比如写文章时要懂得抓住眼球，好的内容能够使营销过程事半功倍。

3. 沟通能力

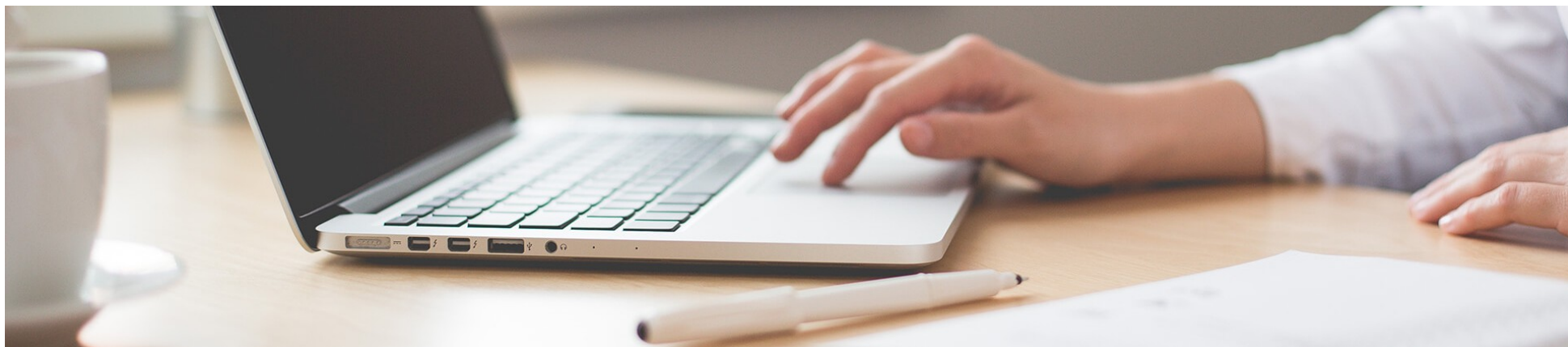
运营要接触的人非常多，优秀的沟通能力 需要较高的情商，这也可以通过后天的锻炼来实现。

4. 推广能力

通常推广工作是将产品属性、目标人群、整体运营搭配起来，制定出相应的 **推广** ⑧ 计划。推广要求新媒体运营人员的结合 **资源整合能力**、**联想能力** 以及 **洞察力**，呈现一个比较好的结果。

5. 工具的使用能力

诸多的新媒体平台，也存在 种类丰富的各类新媒体运营工具，需要 **熟练使用工具** 来提高效率。



新媒体运营典型的岗位描述

我们来看一份某知名企业的新媒体运营岗位的描述和要求

岗位职责：

1. 负责本品牌产品微博、微信的新媒体运营（内容撰写、KOL的管理、粉丝增长）；
2. 负责新媒体热点的策划、订阅号投放内容的策划；
3. 参与品牌建设，新媒体传播项目的策划、内容制作和执行；
4. 根据品牌与产品传播策略，制造有影响力的新媒体传播战役；

岗位要求：

1. 至少从事过 3 年以上新媒体工作，拥有互联网公司甲方经验的人才优先；
2. 文案功底扎实，能独立策划选题、并且进行文案创作；
3. 极强的用户洞察能力、文字创作能力或美术设计能力，热爱新鲜事物，热爱互联网新技术；
4. 有出色的沟通协调能力、团队管理能力及项目推动力；



新媒体运营策略







企业新媒体运营策略与布局

新媒体营销策略与布局之前，首先需要明确：**新媒体运营只是众多营销手段的一种**。在当下流量大、较为火热，但也不能神话它。

我们需要认清新媒体运营的本质，围绕整体的营销目标，并结合自身特点和发展战略，针对不同新媒体平台平台特性作出合理布局。

“

例如 社交平台、在线视频平台、短视频平台、电商平台 等不同类型的自媒体平台在 **话题传播广泛度、消费者讨论参与度、内容信息呈现深度、种草拔草转化效率等方面各具优势**，因而根据所制定的营销策略特征，来挑选出对应的各类型平台融合各平台优势以强化营销实现效果，将成为新媒体营销的发展方向。

logo	平台名称	平台类别	平台特点	内容传播特征	主营销形式
	新浪微博	微博	内容扩散性强，媒体属性强，泛娱乐吃瓜群众多	用户参与互动率高，易形成二次传播、实现话题打造话题讨论	话题讨论
	微信	即时通讯	熟人关系链社交属性强，以接收日常社交信息与通过公众号深度了解信息为主	对于平台的文章和长图，用户易通过转发、朋友圈分享等形式内容向熟人间的传播	文章长图
	抖音	短视频	泛娱乐内容属性强，信息表达层次丰富，传播力度强，用户以日常休闲为主需求	平台拍摄感泛娱乐，容易在用户间形成传播和记忆点	短视频推荐与测评
	快手	短视频	内容以生活化与泛娱乐化为主，日常休闲需求用户多	平台KOL与粉丝间信任感强，易引导用户喜好与行为	短视频推荐与测评
	B站	聚合视频	视频弹幕沟通氛围强，泛娱乐年轻用户多	视频涵盖内容信息丰富，借助UP主粉丝效应，向用户深层传递内容	视频推荐与测评
	小红书	内容电商	消费属性突出，用户具有较强的购物需求	平台在具有花式种草内容分享属性的基础上，布局消费属性，使种草到拔草间的转化更为高效	商品种草、拔草与消费引导

以几个常见的新媒体平台举例：

★ 微信公众号

微信作为国内最大的社交媒体，也是企业新媒体营销布局的**重中之重**，平台影响力巨大。通常微信公众号有下面几种价值：

① 信息传播价值

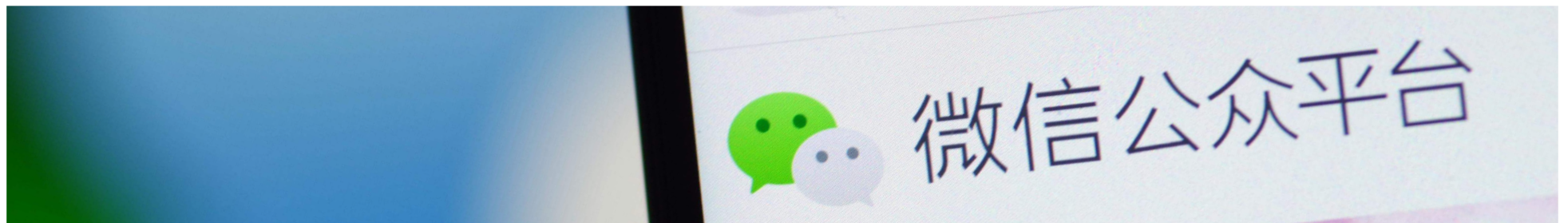
在当前的环境下，企业公众号一定程度上在社交环境下上**替代了PC时代的企业官网**。消费者需要某种官方消息时，**关注官方公众号**是最有效方便的途径。

② 功能服务价值

公众号可以利用**微信自带的功能**、以及**微信小程序**，实现更多层次上的服务模块，提供更多服务价值。

③ 粉丝归属价值

传统的网站与用户之间没有**链接桥梁**。而公众号与粉丝之间，则可以通过**推文**、**互动消息**等进行链接。



★ 微博

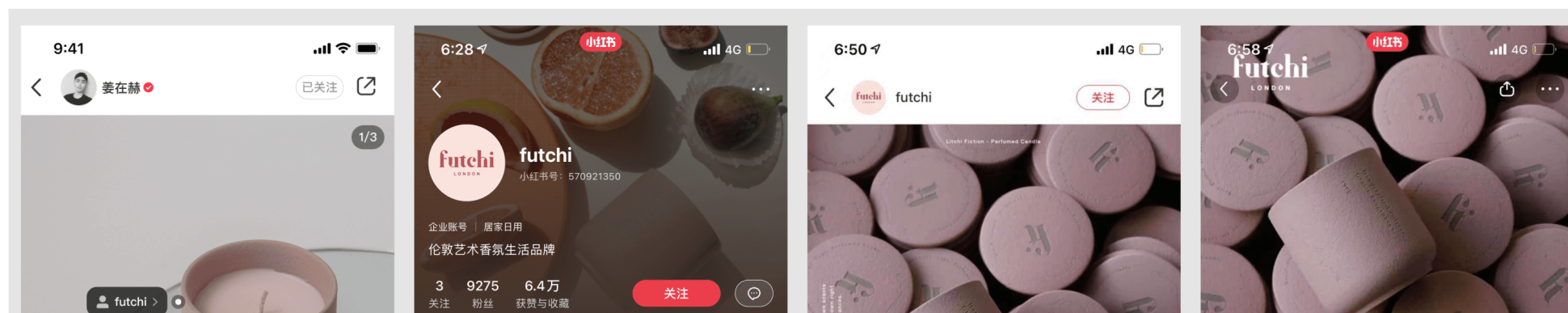
经过调查发现，很多企业的微博后台经常收到各种用户的反馈或投诉。其实用户把企业微博当成一个公开的客服了。因此，维护好微博账号也是一种很好的和用户链接的手段。

★ 抖音

抖音作为短视频平台，采用的是算法分发的逻辑。所以如果生产视频内容的标签符合用户兴趣，就可以获得大量曝光。因此要产品中找到大众用户的兴趣点，并基于此进行内容创作。

★ 小红书

互联网时代信息爆炸，用户难免产生选择困难，这就是小红书这类“种草⑨”平台的价值所在。当用户在品牌A和B中纠结的时候，如果众多KOL推荐某一家，这将在很大程度上影响到用户决策。



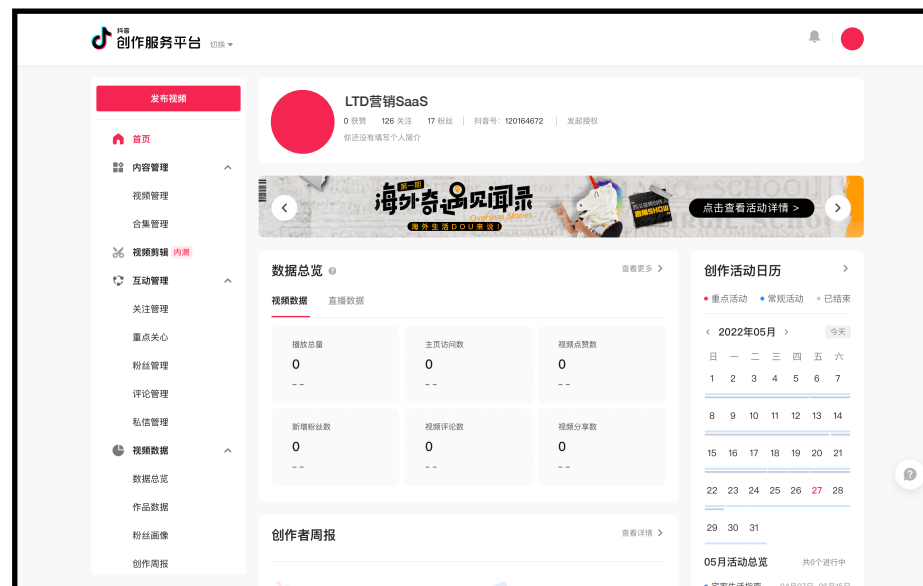
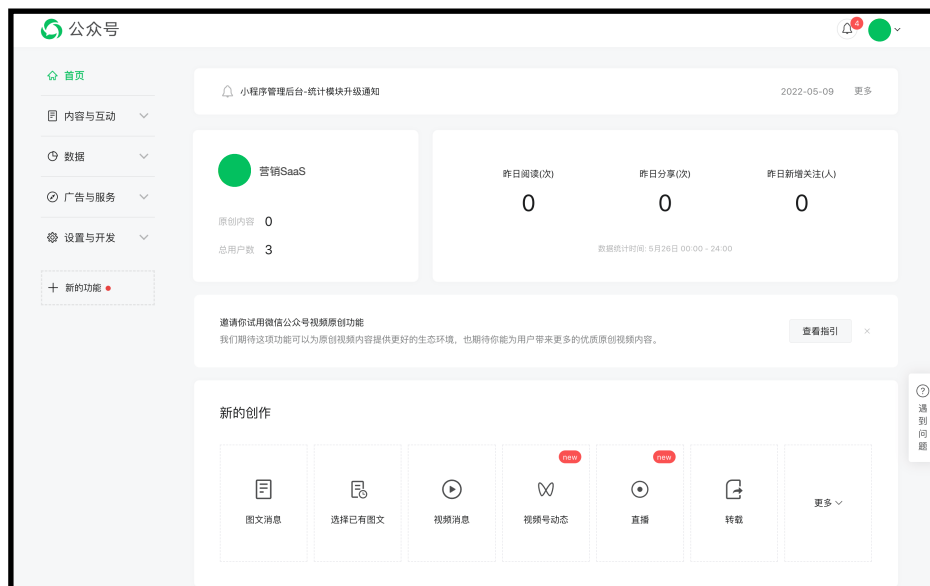
基于营销SaaS新媒体运营实操

下面我们从新媒体的一种类型：自媒体账号举例，简单介绍市场部的新媒体运营工作，怎么利用LTD营销SaaS自带的媒体链接功能来进行新媒体运营操作

1. 申请媒体号

假定我们第一步选择了最常见的抖音和微信公众号作为开始。

我们可以登录 [微信公众号后台](#) 与 [抖音后台](#) 申请一个媒体号，并完成 企业认证



2. 媒体号绑定

公众号申请完毕以后，通过 [官微中心](#) “媒体 > [媒体号管理](#)” 进行媒体号绑定

- 建站
- 商城
- 内容
- 媒体
- 数据
- 客户

媒体号管理

官方号 官方号下内容将会自动进入素材中心，并在官网展示

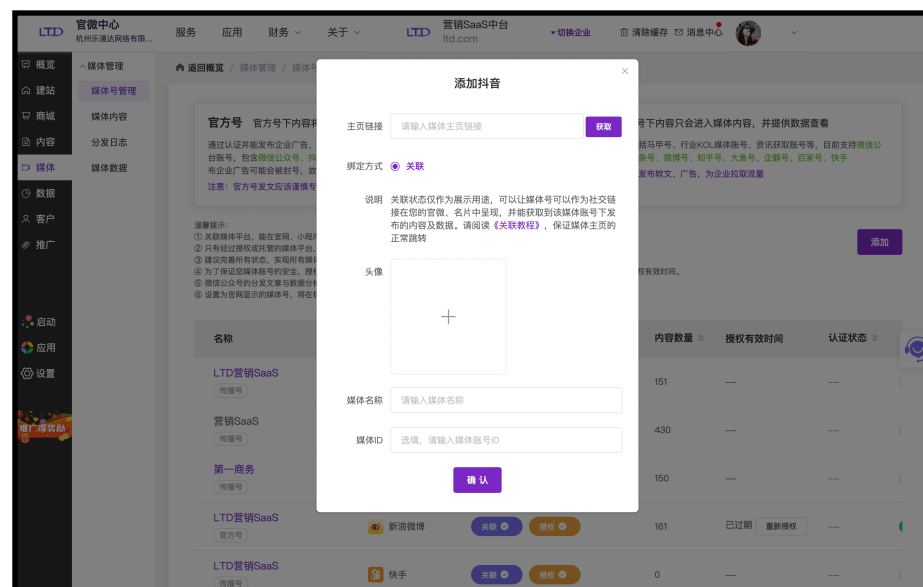
通过认证并能发布企业广告、推广信息的媒体账号，能够充分呈现企业形象的媒体平台账号，包含[微信公众号](#)、[抖音号](#)、[头条号](#)、[微博号](#)、[知乎号](#)，如[百家号](#)等账号，发布企业广告可能会被封号，故不能成为企业号

注意：官方号发文应该谨慎专业，为访客呈现良好的企业形象，也避免违规造成封号

传播号 传播号下内容只会进入媒体内容，并提供数据查看

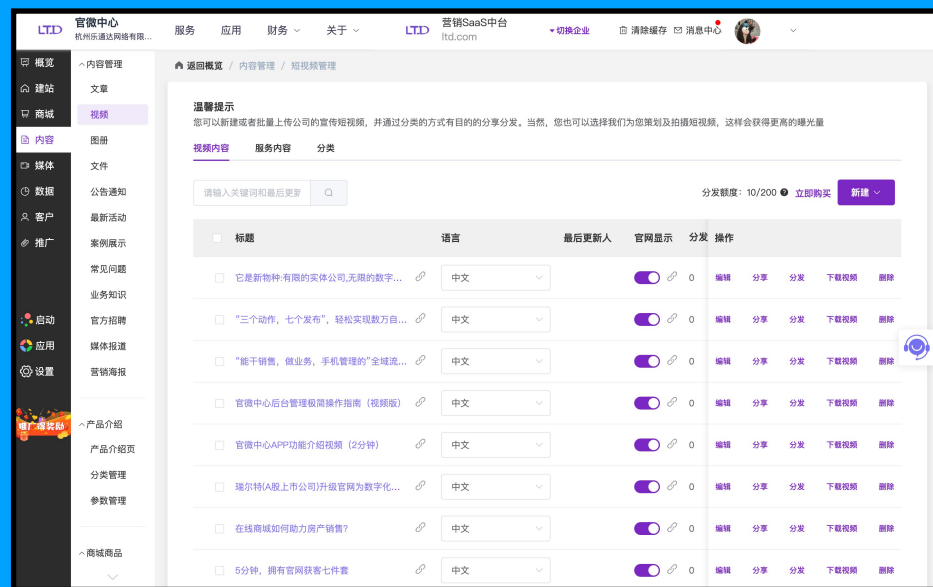
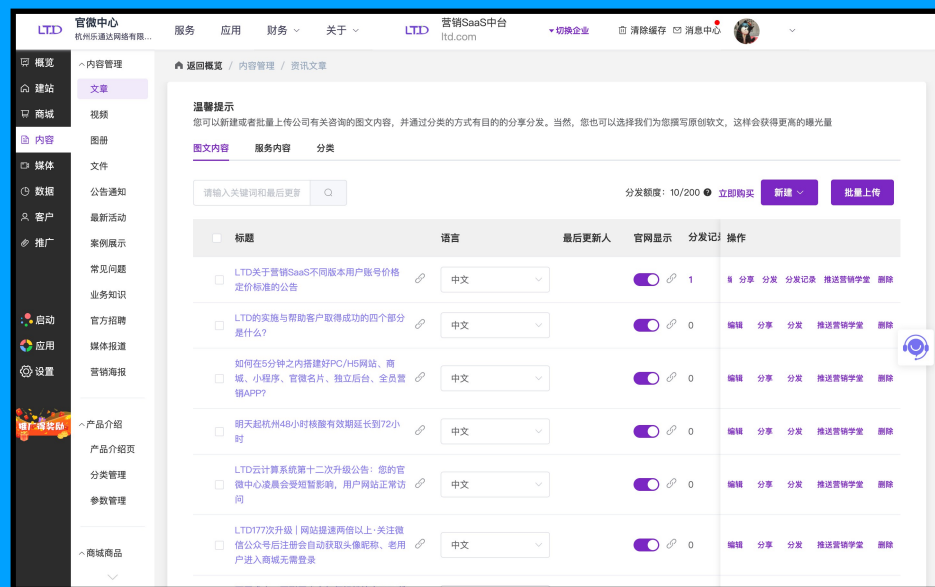
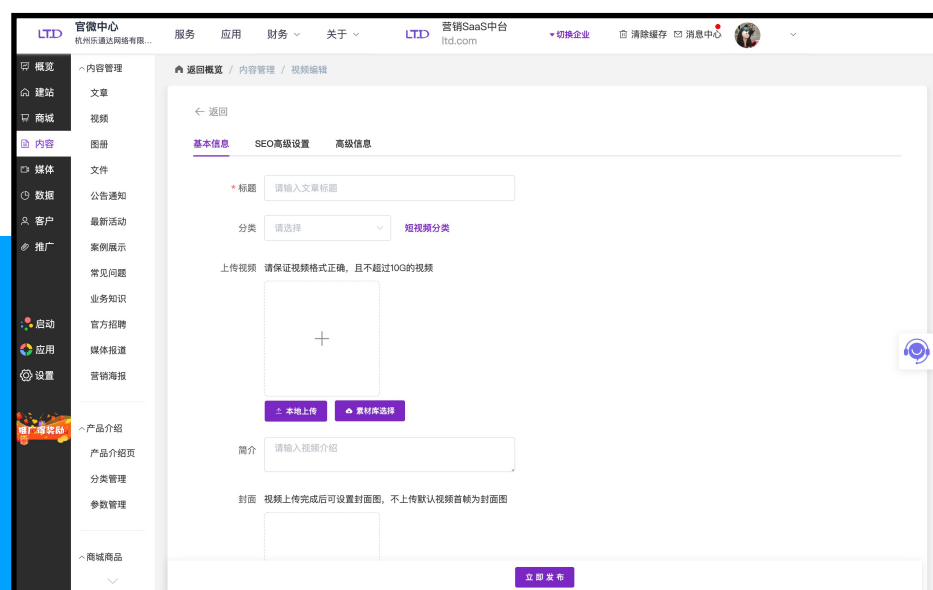
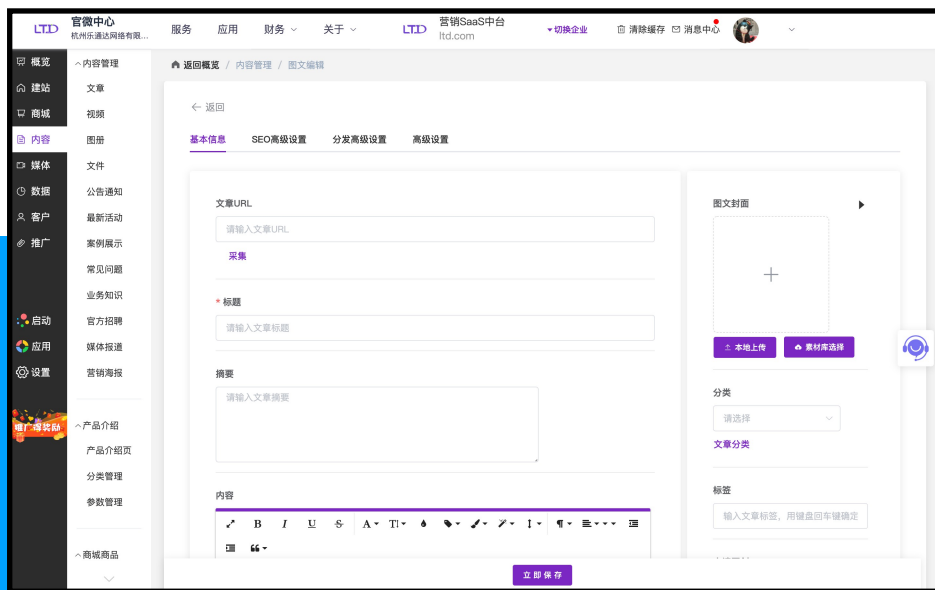
任意媒体账号，包括[马甲号](#)、[行业KOL媒体账号](#)、[资讯获取账号](#)等，目前支持[微信公众号](#)、[抖音号](#)、[头条号](#)、[微博号](#)、[知乎号](#)、[大鱼号](#)、[企鹅号](#)、[百家号](#)、[快手](#)

注意：传播号可以发布软文、广告，为企业拉取流量



3. 准备内容

针对要发布题材，准备一些内容以及对应的标题，存入官微中心“内容 > [文章](#) 或是 [视频](#) 等”，可批量上传



4. 分发内容

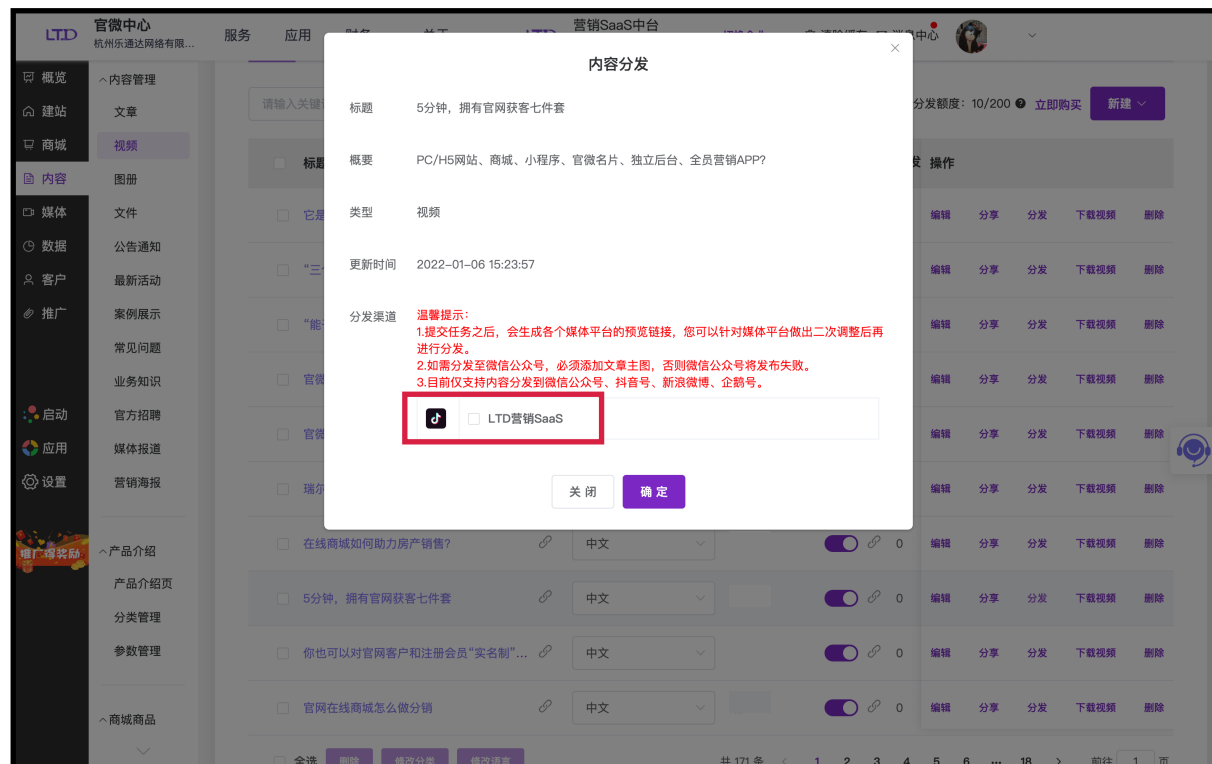
编辑好的内容，根据类型不同，可以通过官微中心“内容 > 分发（在每条内容的编辑旁边）”键发布到对应的媒体平台

比如文章内容：



- 1.选择分发；
- 2.选择分发渠道刚才绑定的公众号；
- 3.点击确定分发；

比如视频内容：



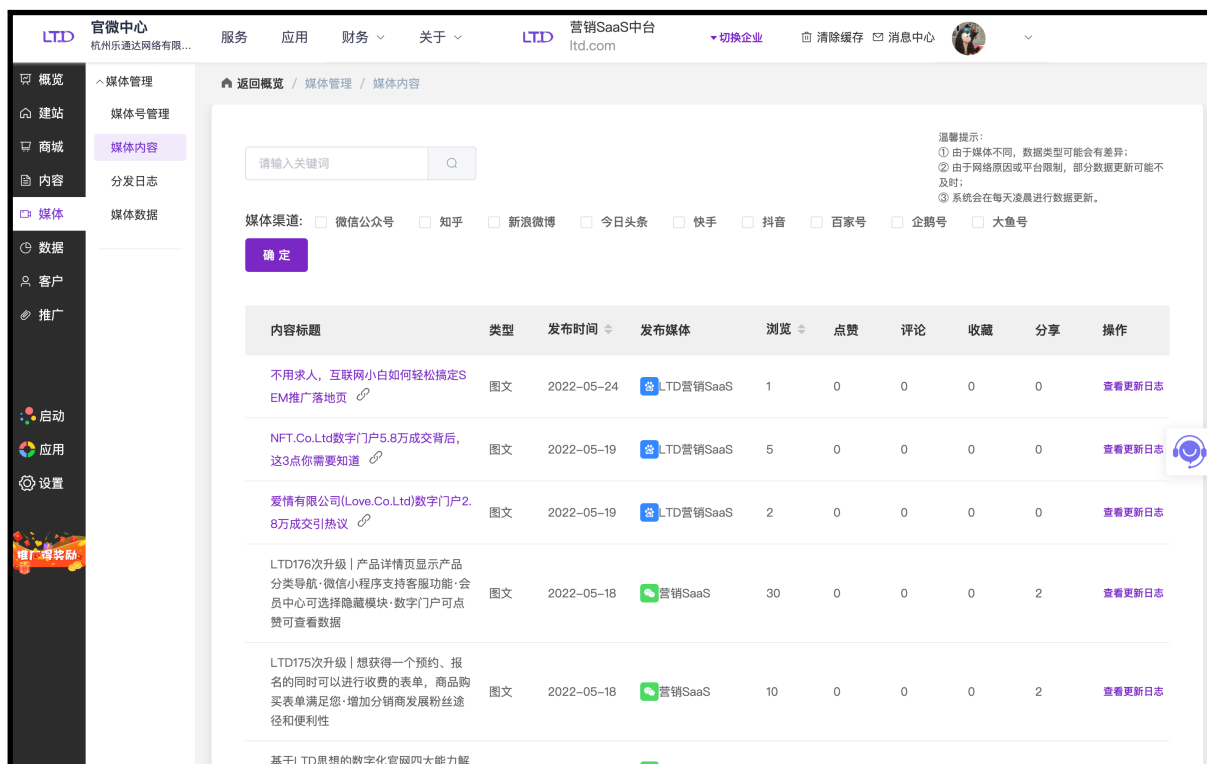
- 1.选择分发；
- 2.选择分发渠道刚才绑定的抖音号；
- 3.点击确定分发；

同时这些内容也可以在官网上同步呈现。



5. 数据查看

发布成功以后，官微中心会 **定期汇总每篇内容的阅读与播放数据**，可以通过“媒体 > [媒体数据](#)”进行查看。也可以通过“媒体 > [媒体内容](#)”对内容的播放量/阅读量，可以有针对性地进行内容和题材的改进。



The screenshot displays the 'Media Content' (媒体内容) page in the LTD WeChat Center. The page includes a search bar, a list of media channels, and a table of content performance data. A warning message is also present.

温馨提示:
① 由于媒体不同, 数据类型可能会有差异;
② 由于网络原因或平台限制, 部分数据更新可能不及时;
③ 系统会在每天凌晨进行数据更新。

内容标题	类型	发布时间	发布媒体	浏览	点赞	评论	收藏	分享	操作
不用求人, 互联网小白如何轻松搞定SEM推广落地页	图文	2022-05-24	LTD营销SaaS	1	0	0	0	0	查看更新日志
NFT.Co.Ltd数字门户5.8万成交背后, 这3点你需要知道	图文	2022-05-19	LTD营销SaaS	5	0	0	0	0	查看更新日志
爱情有限公司(Love.Co.Ltd)数字门户2.8万成交引热议	图文	2022-05-19	LTD营销SaaS	2	0	0	0	0	查看更新日志
LTD176次升级 产品详情页显示产品分类导航·微信小程序支持客服功能·会员中心可选择隐藏模块·数字门户点赞可查看数据	图文	2022-05-18	营销SaaS	30	0	0	0	2	查看更新日志
LTD175次升级 想获得一个预约、报名的同时可以进行收费的表单, 商品购买表单满足您·增加分销商发展粉丝途径和便利性	图文	2022-05-18	营销SaaS	10	0	0	0	2	查看更新日志

新媒体运营人提高指南

对于企业市场部的新媒体运营岗位而言，除了已经具备的 **行业知识**、**基本的运营技能**，平时的 **大量实践与不断试错** 外，也需要在以下一些方面进行有针对性的能力提高：

• 营销思维

一个合格的新媒体运营者需要具有一定的 **营销思维** ⑩，包括但不限于学习营销 **基础理论**：比如营销学、消费者心理等专业学科知识；如何说服用户购买、如何包装产品、策划活动、如何讲故事、吸引用户参与活动等等。

• 共情能力

营销活动都是围绕着用户需求展开的。

所有要撰写的产品文案、营销内容、策划的活动与推广策略等都要站在用户的立场上去考虑问题。

如果不懂用户的需求和痛点，就无法写出说服用户购买的文案，也写不出用户有强烈意愿分享的营销内容，也策划不出吸引用户的活动。

• 运营策划能力

制定 [营销方案](#) ⑪ 时，从获客到购买的整个流程，都不是一蹴而就的。

需要根据营销目标和用户购买路径，对营销过程做一个 **全局的策划和规划**。这需要运营人员有很强的运营策划能力，以及在策划能力背后的整体的新媒体运营思维。

• 内容创作能力

在新媒体营销的过程中里，**内容是最重要的部分之一**。

传统的广告直接推销产品方式、在现在的媒体环境下、已经很难直接吸引用户购买了。大家更喜欢看有故事情节、有热点、或者接地气的营销内容，也更加喜欢更多元的宣传形式。

所以对于新媒体运营来说，新媒体运营的工作不再是和文字打交道，而需要懂得如何制作短视频、音频等诸多媒体形式，懂得如何策划线上和线下活动等来吸引目标用户。

• 社群运营能力

社群指的是一群由相互关系的人形成的网络，是基于关系链的产物。比如：某驴友俱乐部微信群、某读书QQ群等。

这种能够聚集志同道合的人，人与人之间有交叉关系的情感连接，能够维持一定的时间周期。

近期研究发现，微信群、QQ群等社群的影响力，要远超过其他渠道的影响力，用社群来沉淀用户可以带来更高质量的转化。因此 **社群的运营能力，也成为新媒体运营一项必要技能**。

• 数据分析能力

增长运营指的是在数据分析的基础上，横向运用各种运营技能，借助活动、内容、渠道、SEO等方式，增加转化。

但是与其他运营工作区别的是，增长运营是 **以数据驱动营销**，这也是未来运营的一个发展方向，因为随着流量池的不断扩大，我们无法再依赖平时的运营经验或者用户访谈，只能依赖强大的数据统计和分析来做营销策略。

名词解释

① 订阅号

订阅号，为媒体和个人提供一种新的信息传播方式，构建与读者之间更好地沟通与管理模式，主要功能是在微信侧给用户传达资讯；（功能类似报纸杂志，提供新闻信息或娱乐趣事）

② 服务号

服务号，为企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，主要偏向服务类交互。

③ 弹幕

弹幕，网络用语中指的是在网络上观看视频时弹出的评论性字幕。

④ 短视频

短视频即短片视频，是一种互联网内容传播方式，一般是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频。

⑤ 粉丝经济

粉丝经济泛指架构在粉丝和被关注者关系之上的经营性创收行为，是一种通过提升用户黏性并以口碑营销形式获取经济利益与社会效益的商业运作模式。

⑥ KOL

关键意见领袖（Key Opinion Leader,简称 KOL）是营销学上的概念，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。

⑦ Photoshop

Adobe Photoshop，简称“PS”，是由Adobe Systems开发和发行的图像处理软件，Photoshop 主要处理以像素所构成的数字图像。

⑧ 推广

推广，换句话说就是做广告。

⑨ 种草

种草，网络流行语，指专门给别人推荐好货以诱人购买的行为。

⑩ 营销思维

营销思维是指通过换位思考，从营销角度想法去看待一个问题，营销思维就是运用营销理念去做服务营销对象的事情。

⑪ 营销方案

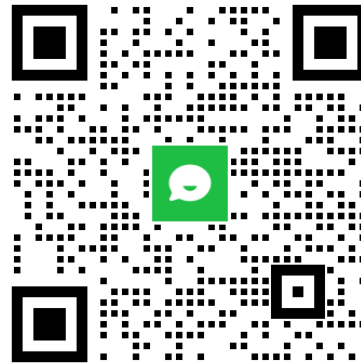
营销方案（Marketing program）是一个以销售为目的的计划，指在市场销售和服务之前，为了达到预期的销售目标而进行的各种销售促进活动的整体性策划。



致力于"从引导到成交"数字化经营方法论的推广与普及

谢谢

微信扫码了解更多



该系列课程由杭州电子商务研究院联合乐通达团队研发制作