

浅论提升自媒体流量转化的路径与方法

王君汝

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710025

【摘要】自媒体已成为当下生活一种快节奏高效的媒介形式。自媒体的内容相对来说比较多,资源也比较广。那么怎么实现自媒体流量转化,是每一个自媒体团队都希望做到的,本文会拟结合大学生创业项目初步探讨自己对提升自媒体流量转化的路径与方法的一些看法。

【关键词】自媒体;社会发展;流量转化

西安培华学院2019年校级大学生创新创业项目,项目编号:PHDC2019006,项目名称:自媒体流量转化工作室。

当今的时代,自媒体之间的竞争越来越强烈,个人认为:除了以内容含金量外,自媒体运营的核心是能够向受众输出有价值、有看点的亮点,从而能够吸引受众的眼球,并且实现最大化的流量变现。在当今激烈的竞争中,自媒体运营者们都力求紧抓住机遇,把握好时机,去实现价值、利益的最大化。在实际的运营中,一方面要满足社会的一些实际的信息需求之外,另一方面在运营上也存在着很大的风险。主要体现在自媒体应该怎么定位,如何实现流量变现稳定产出?当然,也正是因为自媒体运营的角度比较广泛,从而给了我们很大的运行空间。结合自己的大创项目《自媒体流量转化研究》,我认为提升自媒体流量转化的路径与方法有以下几点:

1 从受众需求做起,了解你的用户是谁,考虑他们的综合需求

任何一项经营活动都必须从受众的需求做起,做自媒体也是如此。我个人认为在自媒体流量转化方面,做好市场调研是基础,其次明确自己的用户是关键。我们在运营时要首先满足受众的需求,明确受众要的是什么,再针对选定用户群体去做有效的工作,然后将宣传的方式方法以及和推宣的内容结合起来,实现利益的最大化。

自媒体是否有价值,是由用户来决定的,对自媒体而言,最有价值的就是网络电商。这个群体跟网络自媒体、跟流量变现、跟钱相关。

以现在拥有两百多万粉丝的网红“泰蜜”来说,她凭借着自己的才华,以及与人交流的幽默性,深受网友的喜爱,因此直播间人气过万是常有的事情。并且她与网络电商达到了很好的融合,电商平台在她的pk直播间刷礼物,从而引起网友们的注意,紧接着电商也打开直播,与泰蜜pk,同时泰蜜也渐渐的把话题引到对面电商的直播间,把自己直播间的粉丝们转到对面直播间,从而就能增加粉丝和电商货品的粘合度,最终达成交易。这就是一个网络自媒体与电商合作共赢的一个案例,值得我们学习。

2 不以赢利为目的,重视粉丝互动,还可通过SEM推广模式增加曝光度

“违者失之,知者败之”。老子的这句话告诉我们一个道理:当我们特别想做成功一件事的时候,是很难做成的。我们在做这次项目时也深有体会:做自媒体在一开始最初不能只想怎么挣钱,虽然它的确最终是需要取得经济收益的,但是做自媒体的目的不能只是为了挣钱!无论做微博、微信还是微淘,都不要先只想通过营销去挣钱。在实际生活中,我们有很多人刚建一个媒体账号,就想着怎么样去做营销,这种做法的效果并不好,账号也很难做好。不要老想着“急功近利”,事实证明,很多账号拥数百万粉丝基本都是通过“坚持”、“坚持”、“坚持”生存下来的!

粉丝的互动在自媒体在运营过程中有着很重要的作用。我们在研究中发现,泰蜜在直播时,并没有一味地推销自己的内容和产品,而主要是在回答粉丝们的问题,每个粉丝们都可以提出很多稀奇古怪的问题,泰蜜每天都在回答这些问题,并且这些互动

是很有效果的,一方面实实在在地帮大家解决了一些问题,另一个方面又增加了泰蜜与受众的互动,这是把直播账号做好的一個很重要的方法。除了互动,我们还可以通过自己的特长,让网友们记住你,并且喜欢看你的直播。作为自媒体,如果我们能够每天发些受众喜欢看的内容让用户养成了阅读和浏览的习惯。真正有价值的内容无论什么时候发可能已不那么重要,但内容比一些发布技巧更重要。

同时还要注意,当下流行的短视频运营还有一个至关重要的就是曝光度,曝光度的高与否反映了我们的短视频的覆盖率,曝光度高可以间接说明我们的短视频是用户喜欢看的;曝光度低则不利于产品的推广与传播,换一种说法来说,就是我们的短视频营销做得不是很好。那么如何才能增加短视频的曝光度呢?我们经过一年的项目运营感受到:除了我们熟知的本身内容的打造和渠道分发等方法外,我个人认为可以通过常见的营销模式SEM推广模式来增加曝光度。

3 做好用户细节体验工作,不追求完美而是追求人性

自媒体提高流量转化时还要特别注意做好用户体验。其中细节是很重要的,比如我们此次项目运作中在校园里做过一次“315”的主题活动,在这次活动我们用跟以前不一样的欢迎语去尝试改变,结果发现关注我们平台的受众有了很大的关注度的提升,我们也试着对自己取消关注然后再关注,去更加直接和全面地了用户对于活动和我们自媒体平台的认知和感受。同时我们还尝试让用户很快知道一些操作方法,这些有效的措施和办法有帮助我们很好地把这次活动做得效果更好。要知道,世上本无完美之物,经营者和消费者个体的审美也千差万别。

我们应该经常问问自己建立自媒体的目的是什么?当然是希望建立更多的渠道!自媒体的本质是建立渠道,通过本次实践训练,我们也深刻认识到:要想真的想做好自媒体,要想提升自媒体流量转化,我们还应该做好数据的挖掘工作,包括用户标签、分类的标签,需要定期去做回复和维护。为什么很多人去淘宝上开店?那是因为淘宝有能够送达几亿用户的渠道,淘宝所拥有的渠道可以帮助商家带来更多的用户,销售渠道更广泛。当然,如果我们把自己的渠道建立起来,是不是就意味淘宝和天猫就不重要了?我们的渠道可能通过很好的运营可以得到十万、百万的粉丝。自媒体要想由小变大、成长、成熟最终成就,肯定还需要更大的渠道做助力推广,从大的平台里边“捞”粉丝,特别是在一些大的活动做推广的时候,还是需要通过淘宝、天猫、微信等渠道来促进自身的流量更大的转化。这也是一种借力的行为。

参考文献:

- [1] 吕选. 自媒体特征初探[J]. 重庆行政, 2009 (03).
- [2] 罗斌. 网络传播中的自媒体研究[J]. 新闻世界, 2009 (02).

作者简介:

王君汝 (2000.4-), 女, 汉, 山西省晋中市, 本科, 研究方向: 自媒体流量转化。