

高校校友会新媒体平台运营策略研究

——以大连理工大学为例

杨克旭 朱志伟 孙晨 宋云波

大连理工大学 辽宁 大连 116024

【摘要】：新媒体的涌现为高校校友宣传工作的开展带来了极大的便利，逐渐成为高校校友工作的主要阵地。本文从国内高校校友新媒体工作的发展现状入手，总结平台在高校校友传播工作中的特点，从传播内容、传播方式、传播主体、激励机制、传播客体五个角度为新媒体环境下推进校友工作的互联互通提出策略建议。

【关键词】：校友工作；新媒体；高校

Research on operation Strategy of new media Platform of University Alumni Association—A case study of Dalian University of Technology

Kexu Yang, Zhiwei Zhu, Chen Sun, Yunbo Song

Dalian University of Technology Liaoning Dalian 116024

Abstract:The emergence of new media has brought great convenience to the alumni publicity work in colleges and universities, and has gradually become the main position of alumni work in colleges and universities. This paper starts with the development status of the new media work of domestic university alumni, summarizes the characteristics of the platform in the communication work of university alumni, and puts forward strategies and suggestions for promoting the interconnection and interaction of alumni work under the new media environment from the five perspectives of communication content, communication mode, communication subject, incentive mechanism and communication object.

Keywords:Alumni work; New media; Colleges and universities

1 前言

新媒体是利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。新媒体以其传播速度快、便利性强、实时性高、范围广、保存时间长等优势，成为大众接受信息和参与互动最主要的手段和途径。校友是高校重要的组成部分，也是高校办学发展的重要资源之一。高校校友会作为学校与校友之间重要的桥梁与窗口，是组织开展校友工作的重要部门。校友会通常以实现校友与母校双赢为目标，以服务校友、学校和社会为宗旨，开展大量的联络服务类工作。新媒体作为重要的沟通和信息发布渠道，从2013年开始，逐渐在高校校友会中得到广泛应用。

2 高校校友会新媒体平台运营现状及存在的问题

目前，国内高校校友会常用的新媒体平台包括微信公众号、微博、各类短视频号等。其中微信公众号作为主要手段在全国各高校普遍使用，“双一流”建设高校中校友会微信公众号开通率100%，各类短视频账号作为新兴平台，目前高校中开通率还较低，开通短视频平台账号开通并运营的“双一流”建设高校校友会不足20家。

高校校友会在运营新媒体平台时，除了要符合新媒体传播的一般规律外，还要以宣传母校为目的，这对平台粉丝量和阅

读量的提升、发布内容的制作筛选等方面提出了更高的追求。根据调研发现，高校校友会在新媒体平台运营方面普遍存在以下问题：

2.1 平台内容采编吸引力不足

根据学校发展历程和办学特色，关注校友会新媒体平台的粉丝，存在地域、年龄、职业、背景、社会地位等方面的巨大差异，粉丝群体构成复杂，内容需求和关注点存在差异，在一定程度上不利于平台内容的广泛传播。微信公众号阅读量方面，全国高校范围内，平均每月仅有五家高校校友会阅读量总数可达到十万以上，半年阅读量超过50万的仅5家，仍有很大提升空间。

此外，如果校友会新媒体平台的内容和形式排版等不够吸引人，还容易形成“僵尸粉”，这类粉丝关注平台而不形成阅读量，更鲜有转发的可能。与粉丝数总量相比，平台内容的阅读量转化率、转发量和点赞量等数据不高。

2.2 运营队伍建设力量和专业度不足

高校校友会新媒体平台工作内容含策划、拍摄、剪辑、排版、写作等，工作量较大，但工作人员数量配置一般较少，常常是一两个工作人员承担一整套运营工作，难以对新媒体平台的运营实践进行深入思考。

大部分平台运营工作人员未经过新闻媒体相关专业的学习和训练,对于新闻学、传播学的基本原理较为生疏,专业实践较少,科学化运营各类平台能力不足。

2.3 粉丝数量增长缓慢

新媒体平台都有各自服务的目标人群,作为开展校友工作的官方媒体,校友会新媒体平台的受众主要为该校的校友,属于私域流量平台,粉丝数量上限基本可视为校友数量的总和。大众校友与母校之间存在天然联系,使得高校新媒体平台在吸引粉丝方面具备一定的优势,但由于校友毕业后与母校的联系客观上已经减弱,校友会新媒体平台想要强力吸引校友关注,存在较大难度。

以微信平台为例,各高校校友会平台的粉丝量占校友总数的比例一般不足30%,平台粉丝数量超过6万的高校不足5家,且年粉丝增长量也远低于校友增长数量,平台在提升粉丝数量等方面缺少有效的手段和方法。

3 高校校友会新媒体平台运营的经验与策略

3.1 注重采编内容的个性化以提升阅读量

在高校校友会新媒体平台的运营中,须遵循“内容为王”的原则,要制作和推送具有新闻价值,同时又被校友关心的内容。

例如,大连理工大学校友会微信公众号推送文章的《FPX夺冠!大工版韩商言和他的游戏王国》,此篇文章主要是面向对手游感兴趣的年轻校友,展示校友钟英武及其战队在英雄联盟职业联赛(LPL)夏季赛决赛中夺冠。这篇文章点击量超过3万,点赞量和“在看”数也远超平均水平。

该案例中推文内容不但具有新闻价值,更容易激发年轻校友的阅读和转发兴趣,形成阅读量的大幅提升。除此之外,在实际的校友会新媒体平台的运营工作中不难发现,校友关注的话题具有共性,校友返校、校友企业信息、优秀校友荣誉、学校建筑、学校发展近况等话题往往容易引起校友的兴趣和关注。只有能够真正吸引校友的内容才是符合当代高校新媒体平台的内容,基于此,在内容的选择上面就应当具有个性化,同时制定鲜明的标题使阅读量获得有效提升。但仅仅通过标题去吸引其他学生是不够的,还需要有较为深刻详细的内容,才能够促使高校新媒体获得长远的发展。

校友会新媒体工作人员可以多阅读其他高校校友会新媒体平台的内容和话题,学习其长处,但同时要结合本校实际,融入学校的特色元素,打造量身定制的独特内容,通过关注后台数据并分析总结,了解本校校友关心和关注的问题,打造与众不同、辨识度高的特色新媒体平台,避免内容的同质化。同时,在新媒体内容与话题的制定方面,也可以有效利用后台数据的分析成果,多选择校友感兴趣的内容进行阐述,才能够促使高校新媒体平台获得稳步的发展。

3.2 注重传播方式的生动性,使之符合新媒体传播特点

首先,增加图片、表情包、动画、H5等多样化传播方式,提升生动性。在一些阅读量高的新媒体平台,我们往往可以看到更多的图片、更生动有趣的表达方式。究其原因,从传播效果来看,图片对受众注意力的吸引力远超过文字,视频、动画等方式通过声音、影像对受众的感官进行多重刺激,更能够抓住受众的注意力。例如,大连理工大学校友会开通的微信视频号媒体平台,推出了“校友年度人物”“校园风景”等系列短视频,相似内容的平均阅读量均高于微信公众号,受到校友喜爱。

其次,要提升语言可读性和趣味性。对既往的案例中,笔者发现以“直接输出观点、新闻简明扼要”为特点的喂食式文章就比“埋设伏笔让人去猜,需要大量思考”的长文从阅读量来讲更加有效。这是因为,随着时代的发展和通讯技术的进步,人们工作和生活的边界被不断打破,时间变得碎片化,多数人更倾向于利用碎片化时间进行阅读,长篇采访和分段式的排版不适应校友的阅读方式。校友会新媒体工作者要适应新的情况,从传播方式入手,审视校友会新媒体平台,使用更简短的文字将观点表达清楚,文字排版尽量简短,使得内容更容易理解,便于校友们利用碎片化的时间获取信息。

最后,要在语气上下功夫,减少说教式的语气。在多个案例的对比中可以看出,平等的姿态和年轻化的语气更容易引起受众的共鸣。具体来说,在与校友的交流当中,就需要端正心态,以平和的心态和亲切的角度出发,促使其他校友能够更好地接受新媒体信息内容。此外,在信息内容的表达方式上面,也需要结合当代青年人的特点,积极创新新媒体内容,避免晦涩难懂的表达方式,同时也可以结合当下青年人中较为流行的网络热词进行表达,更好的吸引校友,当推文的主体对象是年轻校友时,还可以利用一些表情包对语气进行辅助解释,必要时可以使用一些网络流行语言,从而才能够达到新媒体平台信息内容传播的重要价值。

3.3 提升运营主体队伍的专业化程度

要注重提升校友会新媒体工作队伍的素质,吸引一批专业型人才进行明确的分工,使其各司其职,从而使校友会新媒体运营队伍成为专业队伍,最大限度地利用每个人的长处。各个高校校友会可以进行美工、视频制作等工种的专业化招聘,或者采用其他方式,招揽具有新闻学、广播电视学、信息技术等专业背景的人才,使得专业的工作由具有专业素养的人员来做。如大连理工大学校友会采用招聘新闻类、设计类专业学生助理的方式,协助解决校友工作的宣传问题。对于校友会工作人员,更要定期进行培训、讨论等方式的学习,集思广益,开阔视野。新媒体时代信息的变化以及传递方式较为多样化,因此在学校新媒体平台的运营过程当中,也需要积极吸收他人的先进经验,革新当前的高校新媒体平台发展现状。通过不断地

学习和提升,不断提升新媒体运营团队的专业能力,促使新媒体平台的发展,朝向多元化的方式转变。

3.4 善用抽奖等激励机制以提升用户粘性

抽奖是目前国内高校校友工作经验下,参与度最高的新媒体平台活动。利用抽奖的方式提高积极性,在增强用户粘性、打破边界效应等关键宣传问题上,是最为有效的做法之一。

大连理工大学校友会微信公众号的推文——《万元锦鲤!大工人快来领取!》借校庆之机,向大众校友发放各类奖品,最高奖项奖品总额近6000元。因该活动的成功举办,平台粉丝增长量超过2万,推送阅读量超过13万,创该校校友会微信推送数据新高。

此前,高校校友会在微信公众平台开展的抽奖活动不在少数,然而却鲜有高关注度和点击量。经过对以往开展的抽奖活动的统计,笔者发现,在奖品价值和大众校友参与度的关系上,显现出以下特点:

(1) 学校衍生类文创用品和低价值的时令商品(如月饼、春联等),受到大众校友喜爱,却很难突破校友的圈层,吸引更多校友的参与和关注。因此该类奖品的抽奖活动更适合维系现有关注人群的粘性。

(2) 定制类文创产品,因其精美的设计和专属性而富含隐形价值,深受大众校友的青睐,但对活动组织方来说,奖品制作成本和管理成本相对较大,一定程度上更适合针对个别重要校友的联络。而在文创产品的定制过程中,也可以借助新媒体平台发起文创产品征集活动。利用平台优势以及学生兴趣较高的创业活动,促使更多的学生关注到高校新媒体平台,也能够更加积极地投入到文创产品的创意当中,为学校新媒体平台吸引更多的粉丝。最终在将这类产品投入到对于用户粘性的提升上面,增加与重要校友和特殊校友的联络程度。而针对被选

中的校友文创产品,也可以给予该校友一定的物质和精神奖励,这样也有助于活动形式和平台在高校中获得普遍的了解,是一种较为有效的宣传形式,同时也为学校大量节约了资金,可以说这样的方式是一种双赢的局面。

(3) 单笔大额类奖品(如电子设备、购物卡等),由于金额较大,且在日常生活中使用频率较高,最容易在大众校友中引发轰动效应,且具备对已关注圈层外校友的吸引力。因此,该类奖品的抽奖活动适用于对增长平台用户、扩大影响力和知名度等方面的需求。

3.5 注重内容中的归属感以吸引更多粉丝

在校友会新媒体平台中,面向的主要是校友。校友工作大部分时间需要温度,不可以只是冰冷地宣传,要让校友有感情归属,所以,校友会媒体自身要有平易近人的“人设”,可以是一个吉祥物的漫画,也可以是有温度感的活动,如大连理工大学校友会的消夏音乐节等。

此外,还要将学校和校友会为校友提供的必要和周到的服务,集成到新媒体平台中,打通服务渠道,简化服务流程,让更多校友通过平台享受到暖心周到的服务,也让平台成为被校友需要的存在,有效加强与校友的联系,而在学生毕业以后也能够通过学校的新媒体平台了解学校的发展情况,使学生即便在离校以后仍然对学校怀有一定的情感,而这种情感上的羁绊也能够使学生形成归属感,一定程度上形成“强关系”。

4 结语

高校校友会新媒体工作是大众校友工作的重要一环,校友会网络媒体流量是高校最大的私域流量,高校校友会新媒体平台作为现今最高效的校友联络载体,值得各个高校重视并运营好。

参考文献:

- [1] 肖皓天.新媒体时代高校校友工作探究[J].新闻研究导刊,2020,11(19):241-242.
- [2] 陈欣媛.浅析高校校友会微信公众号的传播及优化[J].传媒评论,2020(09):57-59.
- [3] 周雨虹.高校校友会官方微信公众平台校友满意度研究[D].暨南大学,2020.
- [4] 潘伟伟.互联网背景下高校校友工作存在问题及对策研究[D].福建师范大学,2020.
- [5] 唐炜,王虎,冷静.新媒体时代高校校友工作研究[J].南京理工大学学报(社会科学版),2019,32(04):89-92.
- [6] 张冲,钱畅.利用新媒体技术对校友资源信息化管理的研究与应用[J].传播力研究,2019,3(19):279-280.
- [7] 田玉鹏.“媒体+数据”时代下的校友工作——中国民航大学校友工作互联互动经验[J].教育,2018(49):30.
- [8] 翟佳盈,刘华金.新媒体模式下多语种校友沟通平台的构建[J].新闻传播,2018(22):61-62.
- [9] 强润东,刘云龙,陈默,苏晓鹏.浅析微信公众平台对高校校友工作作用现状[J].文化创新比较研究,2018,2(19):70+76.