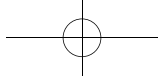


自媒体 运营 全攻略

苏乐
——
编著

文案写作+流量打造+
个人品牌+优势定位

清华大学出版社
北京



内 容 简 介

本书详细介绍了从事自媒体职业的方法和技巧，内容丰富，实用性强，注重实操，与行业热点紧密结合，整体结构清晰，让读者一看就懂、一学就会，是学习自媒体运营的必备读物。全书内容分为7章，分别介绍了自媒体相关知识、自媒体的定位、自媒体平台的运营、优质原创内容的写作技巧、个人品牌的打造、自媒体变现方法，以及全职自媒体的运营方法。本书附赠自媒体写作音频讲解课和精华内容学习手册，便于读者自学。

本书适合从事自媒体职业和对自媒体工作感兴趣的读者阅读，也可作为自媒体相关培训机构的教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

自媒体运营全攻略：文案写作+流量打造+个人品牌+优势定位 / 苏乐编著. —北京：清华大学出版社，2022.5

ISBN 978-7-302-59814-5

I. ①自… II. ①苏… III. ①网络营销 IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021) 第268910 号

责任编辑：李 磊

封面设计：钟 梅

版式设计：孔祥峰

责任校对：马遥遥

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-83470000 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：小森印刷霸州有限公司

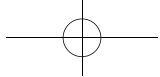
经 销：全国新华书店

开 本：165mm×235mm 印 张：13.75 字 数：300千字

版 次：2022年5月第1版 印 次：2022年5月第1次印刷

定 价：69.00元

产品编号：095338-01



前言

我在一次参观学习活动中被问到这样一个问题：你理想的生活是什么样的？当时我的回答是：“杯中有茶，手中有书，袋里有钱。”而身处互联网时代，我很幸运地依靠自媒体过上了这种生活。

我从事全职自媒体这一职业有两年多了，通过写作收到很多平台抛来的橄榄枝，成为简书、富书和千聊等创作社区的特邀写作分享讲师，一年收到十多家出版社的出书邀请。与此同时，我的知乎主页获得50万次收藏，入选今日头条月度优质账号榜单和青云计划榜单，入驻小红书8天成为品牌合作人，还陆续收到趣头条和百家号的入驻邀请。

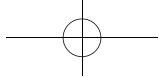
可以说，写作改变了我的人生轨迹，让我从一个普通的上班族跃升为细分领域的腰部达人，这是自媒体时代赋予我的红利。

曾经，会计专业毕业的我还在一家企业从事着不喜欢的工作，每天重复着两点一线的生活，一眼看到头的日子让人窒息。为了摆脱职业困境，我开始利用下班时间学习自媒体写作，幸运的是，我的第一次投稿就获得了10万+的阅读量，这给了我坚持下去的信心。随着作品越来越多，能力逐步提升，我便以此为跳板，转行到一家IT企业做运营，我特别喜欢这份工作，即便在公司没有指派任务的情况下也能够自我驱动，主动承担更多的事情，工作成果令人满意。

不过，一年后，我还是毫不犹豫地辞职了。

由于一次偶然的的机会，我了解到一位自媒体作者的年收入有几十万元，更令人惊讶的是，她每天只需工作两三个小时，剩下的大把时间都用来旅行、游学，以及参与自己喜欢的各种活动，这是多少人梦寐以求的生活啊！

与之形成鲜明对比的是，那时候我经常加班，晚上十点多下班是常事。无数个深夜，看着倒映在路上的黑色影子，我经常感到迷茫和恐慌。



我不禁一次次地问自己：难道人生就这样了吗？还有没有别的可能呢？这份工作我能干到三十岁吗？当我结婚生子还能这样做下去吗？

为了更好的生活，我开始钻研自媒体写作，读知名作家的文章，拆解他们的变现模式，看了很多相关书籍，不断提升写作水平和认知格局。然后，我便开始争分夺秒地开展了自己的自媒体副业。

不久后，我的副业收入竟然超过了工资，我便狠下心来辞职成为自由职业者，正式运营自媒体平台，深耕个人品牌。

现在我已从事自由职业两年有余，不仅获得了不菲的收入，而且过上了生活与工作相对平衡的日子，也逐渐成了身边朋友羡慕的对象。

诚然，自媒体给普通人提供了改变命运的机会，这个工作不仅零投资、零成本、零背景就能开启变现之路，还能够带来满满的成就感与价值感。当我收到无数读者的留言，看到自己的文字带给读者改变的动力，帮他们解决了自媒体路上的困惑，甚至成为读者心中的“指路明灯”时，我都感到深深的自豪。

自媒体事业，在我的心中不仅是一份工作那么简单，更是我的人生使命——帮助更多人实现个人崛起，活出不一样的精彩人生。带着这份使命，我将在这个行业继续前行，用自己的知识与热情去激发他人、影响他人，共同为社会带来正能量。

在与读者互动的过程中，我发现喜欢写作的人特别多，但是能够靠写作实现财务自由的人则少之又少。有的人因为行动力缺乏，连第一步都难以踏出；有的人因为认知能力不够，即便拥有巨大的流量也不知道如何变现；有的人因为缺乏商业规划，哪怕眼前获得理想的收入，但随着行业红利的消失，收入很快就达到了天花板；有的人因为没有互联网思维，依然靠着出卖劳动力和时间换取微薄的回报，想要做自媒体工作却不知从何入手，只能观望和驻足。

面对一个新的行业，如果没有一个系统的顶层设计，没有一个全局的认知，想要在这个行业获得长足的发展确实不易。作为一个从零开始的自媒体人，我了解新人上路之后将会遇到的种种困惑。

为了帮助新人快速入门，我结合这些年的亲身实践，将写作培训经验汇聚成此书，毫无保留地分享方法与技巧，希望能够帮助大家少走弯路！

这本书可以解决这些问题

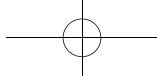
- ◆ 自媒体人如何定位
- ◆ 自媒体人如何变现
- ◆ 自媒体人如何通过写作打造个人品牌
- ◆ 有哪些平台可以实现自媒体变现
- ◆ 自媒体人如何保持长期的输出力
- ◆ 自媒体人如何成为自由职业者

适合阅读本书的群体

- ◆ 想要实现经济独立的学生
- ◆ 想要开启“斜杠身份”，构建多元收入的上班族
- ◆ 想要充实生活，寻找人生价值的宝妈
- ◆ 想要打造个人或企业品牌，获得流量的创业者

如何阅读这本书

- ◆ 读完每个章节，写一篇200字的收获感言发送至朋友圈，巩固学习效果。也欢迎读者朋友们把文章分享到知乎和头条等平台，带上#和苏乐一起学写作#，并@苏乐爱写作账号，笔者会第一时间回复。
- ◆ 读完全书，写一篇读后感并分享到公众号或任何平台，检验学习效果。通过读者反馈不断提升写作水平，养成写作习惯。
- ◆ 欢迎关注公众号“苏乐爱写作”，查看笔者往期发布的内容，进行配合学习，效果更佳。
- ◆ 欢迎读者把阅后文章投给我们的平台，添加苏乐微信HSX614369002，备注“书粉”可优先通过，加入内部粉丝群，和更多朋友一起学习。



- ◆ 擅长设计图片的朋友，建议将书中内容梳理成手账或思维导图，并且分享给更多人，既能展示你的设计技能，又能巩固阅读效果。
- ◆ 将本书分享给亲朋好友，帮助他们建立互联网思维，提升自媒体认知。如果你是一位创业者，笔者更建议把这本书送给你的员工，帮助他们打造更好的文案写作能力，从而为公司创造更多效益。

为便于大家学习，本书附赠自媒体写作音频讲解课和精华内容学习手册，读者可扫描右侧二维码获取。

感谢大家在浩瀚书海中选择了这本书，当你打开书的时候，我们之间的能量就得到了连接。如果你愿意更进一步地互动，欢迎添加笔者的微信，与笔者交流。

最后，感谢出版社和编辑，如果没有大家齐心协力的付出与努力，这本书也不会顺利出版。今天恰好是我26岁的生日，在这样一个特别的日子里，我见证了自己的新书终于完稿，也算是送给自己的一份生日大礼。希望下一个生日到来之时，你我相逢在更高处。



学习资源

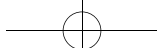
苏 乐
2021年9月

01

第 1 章

认识自媒体 认知决定格局

1.1	自媒体的概念	002
1.2	自媒体的特点	002
1.2.1	平民化	003
1.2.2	碎片化	003
1.2.3	交互性	003
1.2.4	多样性	004
1.2.5	传播性	004
1.3	纸媒和自媒体的区别	004
1.3.1	纸媒与自媒体的准入门槛不同	005
1.3.2	纸媒与自媒体内容的精细化程度不同	005
1.3.3	纸媒与自媒体的交互性不同	006
1.3.4	纸媒与自媒体的展示形式不同	006
1.3.5	纸媒与自媒体的传播力不同	006
1.4	自媒体的发展与流行	007
1.4.1	自媒体的发展历程	008
1.4.2	自媒体流行的要素	008
1.5	自媒体的认知误区	010
1.5.1	误区 1：做自媒体必须有好文笔	011
1.5.2	误区 2：从事自媒体需要高学历	011
1.5.3	误区 3：现在做自媒体已经太晚了	012
1.5.4	误区 4：做自媒体需要做足准备	012
1.5.5	误区 5：做自媒体需要天赋	012
1.5.6	误区 6：自媒体文章过于庸俗	013
1.6	哪些群体适合做自媒体	014
1.6.1	宝妈群体	014
1.6.2	上班族群体	016
1.6.3	学生群体	018
1.6.4	创业群体	020
1.7	运营自媒体需要的能力	022
1.7.1	文案表达能力	023
1.7.2	粉丝经营能力	023
1.7.3	数据分析能力	023
1.7.4	图片设计能力	023
1.7.5	平台运营能力	024
1.7.6	自我营销能力	024
1.7.7	时间管理能力	024



02

第2章

定位探索 快速入门自媒体

03

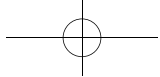
第3章

平台运营 搭建自媒体平台矩阵

2.1 自媒体定位的误区	026
2.1.1 误区 1：定位必须一下子搞清楚	026
2.1.2 误区 2：定位必须一条路走到底	026
2.1.3 误区 3：定位时盲目跟风	027
2.1.4 误区 4：没有创作灵感就更换定位	027
2.1.5 误区 5：不能选择大众领域	027
2.2 探索自媒体定位	028
2.2.1 从技能优势找到定位	028
2.2.2 从兴趣找到定位	030
2.2.3 从大众领域找到定位	031
2.2.4 从创新领域找到定位	033
2.3 自媒体精准定位	034
3.1 自媒体平台矩阵运营的那些事儿	038
3.1.1 平台矩阵运营的好处	038
3.1.2 平台矩阵运营的注意点	039
3.1.3 平台矩阵运营的时间管理	041
3.2 自媒体平台运营方法：公众号	044
3.2.1 公众号改版的应对	044
3.2.2 公众号账号的优化	048
3.2.3 公众号涨粉妙招	051
3.2.4 微信视频号运营	056
3.3 自媒体平台运营方法：今日头条	061
3.3.1 今日头条的优势	061
3.3.2 今日头条的微头条功能	062
3.3.3 今日头条的粉丝增长方法	066
3.4 自媒体平台运营方法：抖音	069
3.4.1 打造抖音视频选题的方法	070
3.4.2 打造抖音视频文案的技巧	071
3.4.3 抖音视频常见定位与内容	072
3.4.4 抖音视频的后期处理	073
3.4.5 抖音直播技巧	074
3.4.6 抖音的变现方法	076
3.5 自媒体平台运营方法：知乎	077
3.5.1 知乎的特点与优势	077
3.5.2 知乎中回答应避免的误区	078
3.5.3 如何选择题目	079
3.5.4 如何提升账号“盐值”	081
3.5.5 提升回答的吸引力	082

第4章
04内容为王
轻松打造优质的
原创内容

3.5.6	快速答题提升输出效率	083
3.5.7	把回答转为视频形式	084
3.5.8	知乎涨粉技巧	085
3.6	自媒体平台运营方法：小红书	086
3.6.1	小红书的特点	087
3.6.2	小红书账号设置方法	087
3.6.3	写出爆款笔记妙招	088
3.6.4	小红书中增加点赞和评论的方法	091
3.6.5	小红书中发布视频笔记的方法	092
3.7	自媒体平台运营方法：简书	093
3.7.1	简书的内容偏好	093
3.7.2	简书的优势	094
3.7.3	简书发文步骤	095
3.7.4	简书引流方法	096
3.8	自媒体平台运营方法：百家号	096
3.8.1	百家号的特点和优势	097
3.8.2	百家号常见的变现方式	097
3.8.3	百家号中如何通过新手期	098
3.8.4	百家号中如何打造爆款文章	101
4.1	高手们都在使用的写作方法	104
4.1.1	养成随时记录的习惯	104
4.1.2	记录创作灵感的方法	105
4.1.3	常用的手机记录工具	106
4.1.4	快速调取信息的方法	107
4.2	语音写作，让原创输出更轻松高效	107
4.2.1	讯飞语记语音写作	107
4.2.2	语音写作的好处	108
4.2.3	使用讯飞语记的方法	109
4.2.4	使用讯飞语记的注意事项	110
4.3	打造丰富的素材库	111
4.3.1	深挖个人经历	112
4.3.2	从陌生人身上找素材	112
4.3.3	通过互联网渠道找素材	113
4.3.4	通过书本找素材	113
4.3.5	通过影视节目找素材	114
4.3.6	通过旅行找素材	115
4.3.7	通过职业体验找素材	115
4.3.8	通过采访找素材	116



05

第5章

个人品牌 构建流量池的加速器

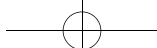
4.4 选题方法，助力写出爆款文章	116
4.4.1 热点埋伏选题法	117
4.4.2 热门影视选题法	117
4.4.3 常规热点选题法	118
4.4.4 知乎热搜选题法	118
4.4.5 微博热点选题法	119
4.4.6 同行爆款选题法	119
4.4.7 认知反差选题法	120
4.5 升级搜索力，内容写得又快又好	120
4.5.1 搜索的重要性	121
4.5.2 通过关键字搜索	121
4.5.3 搜索渠道	123
4.5.4 搜索的注意事项	124
5.1 好名字是个人品牌的扩音器	126
5.1.1 好的名字自带吸粉效应	126
5.1.2 好名字的重要原则	126
5.1.3 取个传播力强的好名字	127
5.2 垂直深耕是品牌的护城河	129
5.2.1 高手们的减法思维	129
5.2.2 垂直深耕对于自媒体的价值	130
5.2.3 保持垂直深耕的方法	130
5.3 利用个人标签打造高价值品牌	132
5.3.1 打造个人标签的重要性	132
5.3.2 打造适合的个人标签	133
5.3.3 打造标签的注意事项	135
5.4 打造吸粉朋友圈	136
5.4.1 打造朋友圈的关键点	137
5.4.2 打造朋友圈需避免的事	138
5.4.3 打造吸引人的朋友圈	140
5.5 借力以帮助个人品牌出圈	143
5.5.1 成为优秀案例	143
5.5.2 成为社群的管理员	143
5.5.3 利用分销孵化个人品牌	144
5.6 利用社群涨粉引流，打造明星品牌	144
5.6.1 值得重点运营的社群类型	145
5.6.2 社群引流的策略	146
5.7 微课涨粉，打造自媒体专家品牌	148
5.7.1 开课前的准备工作	149
5.7.2 课程开展中的工作	150
5.7.3 课程结束后的工作	151

06
第6章自媒体变现
实现财务自由

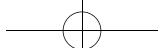
6.1 读者赞赏变现	154
6.2 公众号投稿变现	154
6.2.1 公众号投稿的优势	154
6.2.2 公众号投稿的注意事项	155
6.2.3 公众号投稿的误区	157
6.3 软文写作变现	158
6.3.1 软文写作的变现方法	159
6.3.2 优质文案写作技巧	160
6.4 问答红包	161
6.4.1 事半功倍的答题技巧	161
6.4.2 常见的答题误区	162
6.4.3 独门选题方法，让你少走弯路	163
6.4.4 排版精美，让答案更精彩	164
6.5 一对一咨询变现	164
6.5.1 一对一咨询的价值和意义	165
6.5.2 一对一咨询的注意事项	166
6.5.3 新手必知的咨询平台	167
6.6 付费社群收入	168
6.6.1 社群的意义与价值	168
6.6.2 常见的社群类型	169
6.6.3 社群变现方法解析	170
6.7 课程变现	173
6.7.1 课程内容的打造	174
6.7.2 课程运营方法	175
6.8 电商带货变现	176
6.8.1 电商带货的选品	176
6.8.2 写好带货文案	177
6.9 出书版权收入	179
6.9.1 图书出版的必备条件	179
6.9.2 出书前的准备工作	180
6.9.3 书籍写作技巧	182

07
第7章全职自媒体
自由职业的精进术

7.1 自由职业会遇到的挑战	186
7.1.1 收入不稳定	186
7.1.2 综合能力的挑战	186
7.1.3 行业更迭的危机	187
7.1.4 家人和朋友的反对	188
7.1.5 工作量剧增	188
7.1.6 考验自律能力	188



7.2 自由职业的重要准备	188
7.2.1 副业试错	189
7.2.2 补齐能力短板	189
7.2.3 筹备生活资金	189
7.2.4 做好行业调研	190
7.3 全职自媒体的高效工作法	190
7.3.1 保持桌面干净整洁	191
7.3.2 按重要程度列出任务清单	191
7.3.3 保持和上班时间一样的作息	192
7.3.4 找到工作的仪式感	193
7.3.5 打造办公区域	193
7.4 自媒体需要搭建的人脉网	193
7.4.1 名人	194
7.4.2 超级情报员	194
7.4.3 拥有人脉的人	194
7.4.4 行业专家	195
7.4.5 付费客户	195
7.4.6 明星学员	196
7.4.7 合作伙伴	196
7.5 全职自媒体如何突破瓶颈	197
7.5.1 全职自媒体必然遇到的瓶颈	197
7.5.2 如何走出瓶颈期	198
7.6 全职自媒体应保持的成长维度	201
7.6.1 自由职业者更需要成长	201
7.6.2 关注 4 个维度的成长	201
7.6.3 全职自媒体人如何保持成长	202
名人推荐	205
学员评价	206



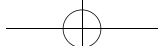
第二章

01

认识自媒体 认知决定格局

在开启自媒体事业之前，应该先了解自媒体的概念和相关知识，只有树立正确的观念，破除偏见与误区，才能在自媒体领域走得更稳、更长远。

认知决定格局，格局决定结局。本章的重点内容为自媒体的概念和特点，以及了解不同群体如何利用自媒体开启自己的事业。



1.1 自媒体的概念

依托于互联网的发展，自媒体已经成为一种新的行业趋势，文案写作、运营设计、视频拍摄剪辑等新兴职业也应运而生。与此同时，自媒体已经广泛存在于我们的生活当中。

自媒体到底指的是什么呢？

顾名思义，自媒体也叫个人媒体，是一种以互联网为依托，通过图文、音频、视频和直播等形式展现出来的内容生态。我们平时在网上看到的公众号文章、抖音视频、头条图文都属于自媒体(见图1-1)。可以说，自媒体完全改变了人类获取信息的习惯，也改变了年轻一代的就业方式和理念，它打破了不同行业、不同圈层之间的壁垒，使得人与人的商业交流与合作更加方便、更加自由、更加紧密，提升了商业合作的触达效率。

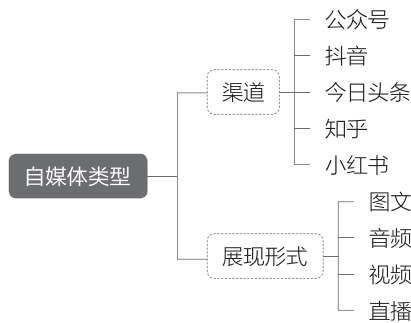
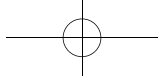


图 1-1 自媒体的类型



1.2 自媒体的特点

进入一个新的行业，要做的第一件事，就是了解行业的特点。自媒体也不例外，我们只有了解这个行业的特点与风格，才能在后续的具体工作中做到游刃有余。



自媒体具备的5个特点(见图1-2)，你了解多少呢？

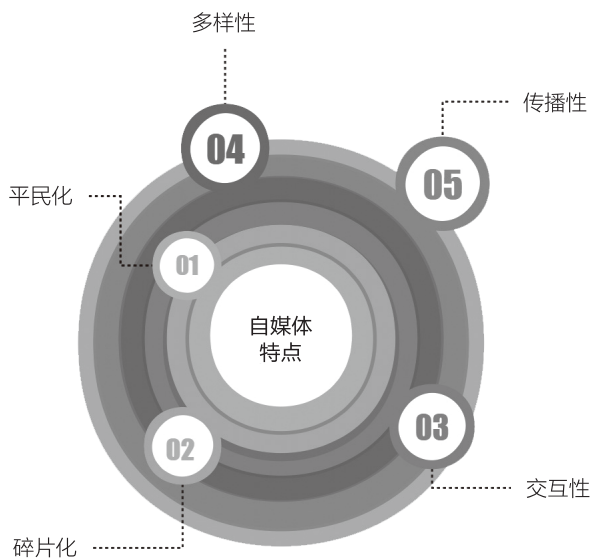


图 1-2 自媒体的特点

1.2.1 平民化

没有一个行业比自媒体更加平民化了，放眼望去，自媒体捧红了太多的普通人。中学老师周冲因内容创作成为公众号大咖，从月薪三千元到月入百万元，走向人生巅峰；柜哥李佳琦走上直播之路，变成“带货一哥”，身价过亿；外企上班族赵星写作10年，赶上自媒体浪潮，摇身一变成为畅销书作家，收入更是令人望其项背。

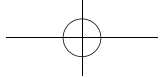
自媒体给普通人带来了太多商机，顺势而为，就有实现个体崛起的希望。

1.2.2 碎片化

在如今这个快节奏的时代，人们的时间被切割得越来越细碎，很难抽出完整的时间来学习，更常见的是利用碎片时间在手机上获取碎片的、零散的信息。为了契合现在用户的这种时间节奏，满足用户的阅读需求，自媒体内容体现了短、平、快的特点，以此来争得用户稀缺的注意力。

1.2.3 交互性

互联网时代，自媒体走进千家万户，一根网线就可以实现点对点的交流，这为作者和读者之间架起了沟通的桥梁，使得彼此之间的关系与联系变得更加密切。



从这个层面来说，自媒体打破了传统媒体在空间上的界限，创作者和读者之间的交互性变得更强了，无论彼此相隔多远，只要拿起手机就可以进行微信聊天、朋友圈社交、语音交流、视频通话等。人与人之间更容易交流，联系也更加紧密，也更容易形成一个社交圈子。

1.2.4 多样性

从单一的图文再到音频和视频的内容形式，各种元素越来越多元化，给不同偏好的用户提供了更多选择，也使得自媒体生态变得更加完善。

自媒体内容越发多样，这意味着自媒体行业的繁荣发展，也体现出用户的需求不断发生改变，人们不再满足于单一的、静止的、相对乏味的图文内容，需要一种更为直观、更为丰富、更有冲击力的动态画面，丰富多彩的视频和直播效果能够给用户带来更强的沉浸式体验。

1.2.5 传播性

自媒体内容的传播具有强大的穿透力，一篇文章、一条视频经过无数用户的层层转发，就可以在一夜之间获得10万+，100万+，甚至1000万+的点击量。

由此可见，自媒体的传播力度有多么强悍，它不受限于时间和空间，像一根细针一样击穿不同圈层，在无限的空间内进行扩散，最终产生惊人的传播效果，这是传统媒体不可比肩的优势之一。

正因如此，自媒体变成个体创业、企业品牌宣传和造势的最佳渠道。他们使出了浑身解数，希望能够在自媒体领域占据一席之地，以最低的成本获得最有效的传播效果，打造深入人心的品牌文化。

通过以上介绍，相信大家对自媒体有了更深入、更全面的了解。只有掌握自媒体的概念和特点，才能做出更符合市场规律的优质内容、获得更大的回报。

1.3 纸媒和自媒体的区别

纸媒和自媒体的区别大部分人隐隐约约知道一些，但又说不出个所以然，无法清晰地区分二者。很多新手在运营自媒体的过程中摸不着门道，习惯用纸媒的思路去经营自媒体，这必然无法取得理想的效果，以至最终只能黯然退出。

纸媒和自媒体是两个时代的产物，它们的本质必然有所区别，用老方式驾驭不了新事物，我们应该怀着“空杯”的心态去了解自媒体。

纸媒与自媒体相比，具有5个较明显的区别(见图1-3)。



图 1-3 纸媒与自媒体的区别

1.3.1 纸媒与自媒体的准入门槛不同

纸媒的语言、文字偏向严肃，发表权掌握在媒体手中，普通人很难在这种环境下获得创作的舞台，释放才华。

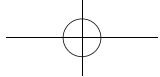
自媒体更“接地气”，准入门槛也更低，不需要拥有绚丽的文笔，不需要写非常学术的内容，不需要具备文人墨客的身份，更不需要迎合创办方的口味。只要内容契合粉丝的某种需求，能够为粉丝提供价值，就可以发布。在互联网的影响下，人人可以发声，普通人也能通过努力获得回报，成为自媒体明星。

纸媒和自媒体的第一个区别：纸媒对于普通人来说有一定的门槛；自媒体则是零门槛。

1.3.2 纸媒与自媒体内容的精细化程度不同

在纸媒时代，创作者终究是少数，创作的决定权属于作者，在内容方面比较单一，大而全的内容往往缺乏特色和亮点。

现在的市场是属于用户的，互联网的开放性决定了用户有更多的选择、有更好的发言权，在信息爆炸的情况下，如果内容不能很好地吸引用户，那么再独特的言论，再华丽的辞藻也只能“自嗨”。自媒体人必须对内容进行精细化设计，以聚焦的定位实现单点突破，针对某个细分领域



打造独到的见解和观点，树立专业化的形象。

纸媒和自媒体的第二个区别：纸媒属于粗放型内容；自媒体注重精细化创作。

1.3.3 纸媒与自媒体的交互性不同

纸媒时代，创作者对读者来说就是一个偶像般的存在，读者除了仰望，很难与作者面对面地交流，更难建立起一种像知己好友般的情谊。即便读者付出很多时间和经济上的成本，也仅仅是跑到作者的签售会，和心中的偶像见上一面，说几句话、合个影，之后便不会再产生太多的交集。

在自媒体时代，一切都发生了翻天覆地的变化，互联网打破了人与人之间建立关系的藩篱，哪怕你足不出户，也可以通过社交媒体了解到创作者的生活动态，可以随时给喜欢的作者点赞、评论和打赏，可以通过社交平台和他们进行一对一交流，加入创作者的粉丝群，像老朋友一样与作者进行多维度的深层沟通，甚至彼此之间经常见面、想要进行线下合作都很方便。这种紧密的互动性，给作者与读者之间营造了更亲近的心理距离，大家就像朋友一样，可以感受到彼此的生活日常和喜怒哀乐，双方甚至还能互相圈粉，互相打气，变成闺中密友。

纸媒和自媒体的第三个区别：纸媒在社交上比较受限；自媒体则为人们的交流与联系提供了更好的条件，创作者和读者之间有了更强的交互性。

1.3.4 纸媒与自媒体的展示形式不同

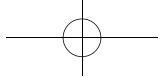
传统纸媒的内容主要以图文的形式为主，给读者的体验是比较单一的。

自媒体基于互联网产生了丰富多彩的内容生态，文字、图片、音频和视频都可以交替展示，除了静态的文字，还可以看到色彩鲜艳的图片，可以听到创作者的声音，可以感受到创作者的表情和肢体动作，从视觉、听觉和感觉等多层次提升了用户的体验，全方位满足了用户的感官需求，给他们带来了更强的感知和体验。

纸媒和自媒体的第四个区别：纸媒的内容形式单一；自媒体的展示形式更加丰富多样。

1.3.5 纸媒与自媒体的传播力不同

过去我们订阅一本杂志，主要用于个人阅读和收藏，或者与身边的亲朋好友互相传阅，



总体来说传播范围非常局限。这种封闭的传播方式限制了内容的影响力，创作者想要通过纸媒获得名气极其困难，因此纸媒时代真正能出名的作者少之又少，大部分创作者就像流星一样在文学的世界里转瞬即逝。

如今的自媒体时代，这种封闭的传播方式被彻底打破，用户看到一篇认为不错的文章，随手就可以把链接分享到一个又一个社群，可以在短期内达到不错的传播效果，把一篇新鲜出炉的文章变成刷爆朋友圈的爆款，不管文章、视频，还是音频都可以得到广泛地传播。与此同时，自媒体的分销机制也对传播起到了如虎添翼的作用，只要分享某个付费内容到朋友圈并有人购买，分享者就可以获得一定数额的佣金，这大大提升了用户传播的积极性，推动了一篇文章在短时间内的传播效果。网络社交时代，自媒体内容就像一枚社交货币，突破了社交圈层快速流通，基于二次、三次……无数次的转发和分享，无限放大了内容的影响力，一夜之间就可以让作者变成自媒体红人。

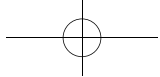
纸媒和自媒体的第五个区别：纸媒的传播范围比较局限；自媒体内容的传播范围更为广泛，传播效率更高效，影响力更强大。



1.4 自媒体的发展与流行

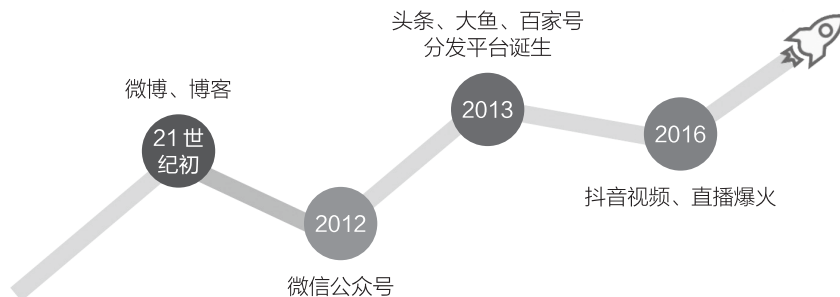
在互联网浪潮的加持下，自媒体变成了手机用户获取资讯的主要渠道，人们不再迷恋电视和广播，转而沉浸在各类视频和直播里，娱乐消遣的同时，还能及时捕捉到社会热点和国际新闻。通过自媒体获取信息已经变得非常简单，一旦有什么热点新闻，基本一夜之间就会传遍整个网络。

在自媒体时代，普罗大众都能从中找到存在感和参与感。另外，自媒体的种种优势，足以让它变成一种便利而快速的赚钱方式，不管是宝妈、上班族还是创业者，都希望在这个行业谋求发展。毕竟抓住了自媒体这片蓝海，就可以搭上财富积累的快车。



1.4.1 自媒体的发展历程

自媒体的发展历程经历了4个阶段(见图1-4)。



21世纪，自媒体以微博和博客的方式出现，那时候从事自媒体行业的人并不多，通常是互联网专家或者一些文艺青年，而看客也都普遍具有一定的知识水平。当时而言，自媒体的文章只为表达这个观点，只是一个小众爱好，商业气息并不浓重。

2012年，公众号诞生，作为微信的一款重磅内容工具，吸引了无数企业和个人开通账号，据不完全统计，公众号注册用户已经超过 800 万个。公众号的诞生，象征着自媒体进入了内容变现的红利时代。

2013年开始，百家号、大鱼号、头条号等智能分发平台相继诞生，第一批用户获得了流量红利，坚持下来的人如今早已成为各平台的重要人物，都在进行系统的变现和商业布局，如开课、出书、打造矩阵和成立公司等。

2016年，抖音App上线，这款产品以沉浸式视频内容为主打亮点，在短短的时间内，用户就突破了6亿，直播间功能更是带火了一大批网红，从说段子、唱歌、跳舞发展到各领域的专家入驻，抖音的内容载体不断进行更迭，覆盖着更全面的内容品类。

1.4.2 自媒体流行的要素

以前的自媒体仅限于饭后消遣，属于小众爱好，如今的自媒体却变成了一个新兴行业，且达到了发展的高峰期，给用户带来了新鲜好玩的内容，提供了一种全新的娱乐方式，同时也为有才华的人提供了一个巨大的舞台。

为什么自媒体能够如此火爆呢？
答案离不开这3点——天时、地利、人和，三者缺一不可(见图1-5)。

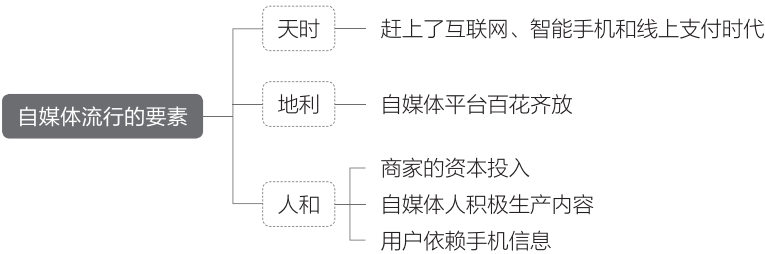


图 1-5 自媒体流行的要素

1. 天时

10年前，智能手机尚未普及，互联网和线上支付也没有现在这么发达。在那个时代，自媒体的发展前景还是未知数。随着时间的推移和科技的进步，智能手机几乎是人手一部，互联网也走进了千家万户。

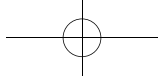
自媒体的出现，正好赶上了合适的时间节点，依托自媒体提供的海量内容和信息，我们足不出户就能阅遍天下事，看遍千万景，自媒体的便利和快捷，使得越来越多的用户依赖手机互联网，而手机互联网的普及也让自媒体的发展更加快速，两者起到了相辅相成、互相促进的作用。因此，手机和互联网的普及，算是为自媒体的发展提供了最佳时机。

2. 地利

一个新事物就像一颗小小的种子，要想在短时间内快速生根发芽，长成为参天大树，自然少不了一片肥沃的土地，而自媒体平台便是培育内容变现的最佳环境。

如今，自媒体平台的内容可谓百花齐放：图文为主的平台有公众号、今日头条、知乎、小红书、百家号、趣头条、一点号、搜狐号、企鹅号和简书等；以视频为主的平台有抖音、快手、B站和微信视频号等。这些平台有足够的包容度和开放度，无论是职场、社会、生活、科技和情感都能找到专属的频道，并提供了大量的免费课程，更有各种变现功能支持自媒体人获得回报。平台与创作者之间是一种互惠互利的合作关系，良好的合作也为吸引大量的用户进入提供了前提条件。

简而言之，自媒体平台、自媒体人、用户共同构成了内容生态，三者之间的良性循环，使得自媒体以火箭的速度不断发展。



3. 人和

自媒体在改变着人们的生活方式，而人们也在推动着自媒体的发展，两者之间的作用是互相促进的。

从商家的角度来说，过去很多投资方都是在电视上投放广告，但如今电视受到了冷落，加上过去那种硬邦邦的推广方式让人们出现了抵触情绪，已经达不到理想的效果。自媒体则很好地嫁接了宣传效果，头部和腰部自媒体达人变成了宣传产品的主力军，也是商家进行合作的首选对象。资本的涌入，商家的大范围投入，使得自媒体变得更有“钱景”。在这一因素的驱动下，势必会有更多人愿意投身自媒体，内容多了，选择多了，自然也会吸引更多用户订阅自媒体，这些使得自媒体行业变得高度繁荣。

从用户的角度来说，以前习惯通过看电视、看电影和听广播打发时间，现如今，手机才是新宠，有数据调查研究结果表明：我国的网民规模已经突破9亿人，而且每年都在增长。回想一下，每天醒来，你做的第一件事是不是拿起手机？睡前最后一件事，是不是躺在床上玩手机？手机已经变成我们最好的朋友，从自媒体获取信息已经变成我们戒不掉的习惯。甚至对于一部分用户来说，看公众号、刷抖音、听音频，就是一天当中最放松的时刻，可以带来极度舒适的精神按摩，是最享受的快乐时光。

综上所述，自媒体的蓬勃发展离不开天时、地利、人和，少了哪样都不可能有今天的规模。想要在自媒体行业获得长足的发展，就必须站在一定的高度俯瞰时代趋势，把握行业发展的脉搏。



1.5 自媒体的认知误区

虽然如今的自媒体已深入人们生活的各个方面，但依然有很多人对自媒体抱有各种误解与偏见，这些思维定式往往会限制自媒体人的发展。

对于自媒体的误区，每个人都或多或少有。总结一下，认知误区大致包含如下6个(见图1-6)。

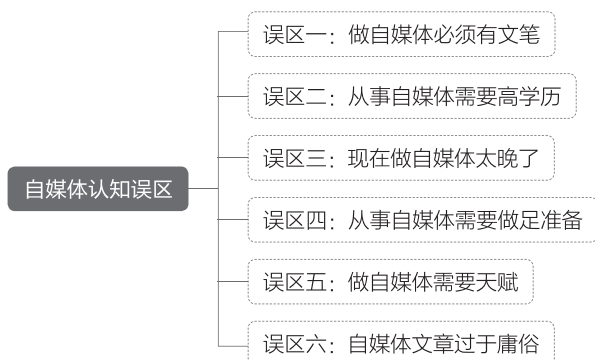
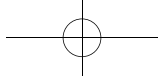


图 1-6 自媒体认知误区

1.5.1 误区 1：做自媒体必须有好文笔

做自媒体必须有华丽的文笔，这个误区让很多新手不敢迈出第一步。其实，这是在自我设限，自媒体偏向短、平、快的文章，并非长篇小说，完全不需要太多细腻的描写和华丽的辞藻。通俗易懂、深入浅出的文章更容易受到大众的喜欢，如果内容太过华丽，语言太过优美，不一定对读者胃口。好的内容应该是，哪怕是老奶奶和小学生都能看懂。

为了能让读者看懂，我们应该把功夫放在自媒体观点的打造和呈现上，而非妙笔生花的文笔。观点就好像一个人的内在，文笔就好像一种包装和修饰，内在不过关，外在再好看也不会长久，有好的文笔是锦上添花，没有也无伤大雅。

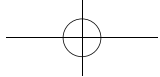
1.5.2 误区 2：从事自媒体需要高学历

“初中毕业可以写作吗？”

“在学校读书成绩不太好，可以写作吗？”

你是不是也经常这样自我怀疑？可是高学历就代表适合写作吗？非也。两者之间并没有必然的联系，要知道，诺贝尔文学奖获得者莫言是小学学历，童话大王郑渊洁只读到小学四年级就辍学了，但是他们通过自己不断地学习和努力，最终都在文坛上获得了瞩目的成绩，学历并没有成为他们前进路上的阻碍。如果他们认为自己没有高学历就不配写作，也就不会成为受人景仰的作家。

自媒体作为一种新事物，和纸媒有很大的区别，就算高学历，有积累，可是没有加以练习依然做不出成绩。我们应该把关注点放在实现目标上面，激发自身的无限潜能，最重



要的是打造优势，避免短处。全民写作时代，人人都可以拿起笔为自己发声，想一万次不如实实在在写一次。

1.5.3 误区 3：现在做自媒体已经太晚了

两年前笔者开始正式运营自媒体，当时的市场趋于饱和，公众号众多，身边都是一片唱衰自媒体的声音：“公众号已经赚不到钱了”“公众号不行了”“公众号打开率越来越低了”。但笔者没有理会这些声音，只顾着一头扎进去，最后在公众号、今日头条、知乎和小红书全面开花，不到两年就积累了20万粉丝，虽然比不上视频领域的体量，但对于笔者来说这些都是无与伦比的收获和意义，也证明笔者当初的坚持是正确的。

想进入自媒体行业，什么时候都不晚，只要你认准目标、找对方法，并且踏踏实实地努力做下去，就一定能够看到回报。什么时候开始不重要，重要的是你开始了吗？

1.5.4 误区 4：做自媒体需要做足准备

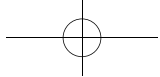
经常有新手问：想做自媒体需要准备什么？

很多人迟迟不开始，就是想要找到一个“准备好了”的时刻。总认为自己需要多积累一点再来写作，认为自己需要更好的设备再来拍视频，需要……总之，什么都需要，就是不需要开始。坦白说，这样的人应该不在少数，但是这么想的人，往往永远找不到那个“准备好了”的时机，最终的结果就是让梦想不了了之。

自媒体没有想象得那么复杂，只要有一部手机就可以开始，写作和阅读也没有冲突，一边输入、一边输出才能产生更好的学习效果，它们之间是一个整体，不应该分割开来，当你在输出的过程中渐渐掏空了自己，才有足够的动力去阅读，而输入多了，自然就会提升输出效果，以此构建一个良性循环。

1.5.5 误区 5：做自媒体需要天赋

很多人总把别人的成功归结于天赋，似乎有了天赋，人们就可以战无不胜。看到某个人通过写作而出名，就会说还不是因为他有天赋，看到某个人通过在知识付费平台讲解课程取得可观的收入，就说他天生口才好。然而，有谁敢说天赋是决定成功的一切条件呢？光有天赋，没有努力、没有坚持，就能成功吗？



有句话说得好，努力才是最好的天赋，不管有没有与生俱来的优势，都需要付出努力才能取得成功。我们看到的，年纪轻轻就拿了写作大奖，文章上了无数杂志和报纸的天才作者，无一例外都是通过后天的努力修炼出来的。在获得成功之前，他们饱读诗书，日日笔耕不辍，才打下了扎实的基础。

作家余华一生被退稿无数次，后来退稿多了，快递连门都不敲了，直接从外面把稿子扔进来。多年后，余华写了一部小说《活着》，一举成名，这本书畅销千万册，把余华的文学成就推到了无以复加的高度。从作家余华的写作经历来看，他称不上一个有天赋的写作者，但是他并没有因此就否定自己，反而付出更多的努力坚持写作，没有厚积薄发的努力，就没有天道酬勤的结果。连文学大师都必须经历潜心修炼才能获得成功，更何况是普通人。

天赋决定了起点，努力决定了终点，没有天赋愿意努力的人，照样可以成功。

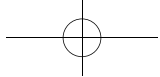
1.5.6 误区 6：自媒体文章过于庸俗

尽管自媒体已经变成了大多数人获取信息和知识的渠道，但依然有一些文学爱好者认为自媒体的文章无法与传统主流文学作品相比，认为自媒体作者不配称为作家，他们看不起、看不到、看不懂自媒体的价值。

时代变了，我们的思维也要跟着改变，写作的价值在于启发他人，给他人带来有价值的思考和正能量，认为自媒体文章过于庸俗的，其实是陷入了非此即彼的黑白思维。自媒体在文学与商业之间开拓了一个巨大的空白地带，它既可以兼具文学价值，也可以紧扣市场，将二者完美融合在一起，以一种朴实，读者更容易接受的方式传递思想，给读者带去积极的影响。

与其墨守成规，抱着固化的思维对抗时代的发展趋势，不如放下传统经验，拥抱新事物，思考如何结合自媒体平台，将自身的文学积淀展现出来，成就自己的同时，也帮助了别人。

以上这6种误区，每个人或多或少都有过，放下偏见，你会发现，自媒体确实是时代给予普通人的最好机会，它让无数普通人实现了人生的变道超车，让无数写作者过上体面而有尊严的生活。



1.6 哪些群体适合做自媒体

自媒体已经变成了一种新趋势，公司创业者通过自媒体可以提升品牌影响力，职场人士做自媒体可以提升职场安全感，宝妈做自媒体可以增加职场竞争力，学生做自媒体可以早日实现经济独立。毫不夸张地说，任何一个群体，都可以从事自媒体工作。

也许在不久的将来，自媒体是每个人必须了解的行业，只要有找客户的需求，有赚钱的需求，有打造个人品牌的需求，就必须结合互联网来达到目的，而自媒体行业是互联网项目中，成本最低、回报率最高的选择。

本节详细讲解不同群体从事自媒体工作有哪些优势，可得到哪些好处，不同的身份角色怎么开启自媒体事业。

1.6.1 宝妈群体

笔者曾收到很多宝妈的咨询信息，她们想要开启写作副业，却因为在家带娃久了，和社会脱节，心态变得极度不自信，认为自己肯定做不好自媒体这份工作，每天把时间浪费在情绪的消耗上，迟迟没有开始副业之路。即便开始了，也很容易因为不自信的心态，遇到一点困难就轻易放弃。

其实，宝妈们完全不需要因为自己的身份而自卑。恰恰相反，宝妈也有自己不可替代的优势与竞争力。

1. 宝妈从事自媒体的优势

第1点，宝妈有弹性的自由时间，可以做副业。

第2点，宝妈有明显的身份特征，更容易吸引相同的群体。

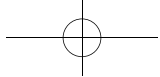
第3点，宝妈有丰富的家庭生活和育儿经验，更容易成为育儿或者情感领域的专家。

第4点，有了孩子后，宝妈更有赚钱的动力，遇到问题不会轻易放弃或退缩。

2. 宝妈从事自媒体的4个好处

第1点，拥有稳定的副业收入，有利于巩固家庭地位，获得家庭中更大的话语权。

第2点，可以开启女性事业的第二春，获得职业转型的机会。



第3点，成为孩子的榜样，树立积极上进的励志形象。

第4点，丰富生活，找到同频的圈子，从精神上富养自己。

3. 宝妈如何做自媒体

(1) 高效利用晨起时间。

宝妈每天的生活都特别繁忙，又要带娃、又要干家务，还要打理各种家庭关系，要挤出时间做副业确实不易。但只要好好规划，就可以找到做副业的时间——每天早起30分钟或者一小时。

早晨的时间被誉为黄金时间，早晨起来精神是最好的，这时候手机也不会有太多信息进来，更没有家人来打扰，可以全身心沉浸到写作当中。

每天早起一小时，坚持一年，就等于为自己定投了365个小时，把这段时间当成对自己的投资，为未来的自己修炼一项硬本事。

(2) 梳理自己的创作优势。

很多宝妈苦恼的问题就是想做自媒体，却发现自己毫无优势。事实上，育儿和婚姻情感就是宝妈们擅长且熟悉的领域，素材直接从生活中获取，可以说是省心省力的创作方向了。从这两个方面切入，输出专业的内容匹配精准客户，打造细分领域的精确标签，往往能够获得理想的效果。

(3) 保持工作和家庭的平衡。

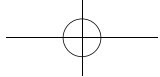
对于宝妈来说，要做好绝对的平衡是不可能的，只能分出不同的时间段，在不同的维度上做出的倾斜。比如，可以把晚上的睡前时间划分为亲子时间，全心全意陪伴孩子，不要思考写作问题，不要玩手机。

等孩子睡了，就是属于自己一个人的写作时光，可以关上房门享受安静时光，请求家人不要轻易打扰，如果家人能够帮忙分担一部分家务则再好不过。具体的划分方式因人而异，可以结合自己的家庭情况做出合理安排。

成功的事业背后，少不了家人的支持和默默付出，而家庭的幸福也离不开工作的相辅相成，二者不应该对立。当家庭和工作失去平衡的时候，自媒体发展势必受到影响，因此应该做好时间规划，在两者之间找到最佳的平衡点以达到和谐。

(4) 换上正装，打造舒适的工作环境。

为了方便照顾宝宝，很多宝妈在家都会穿着睡衣，工作地点也比较随意。虽然这样让人感觉比较舒适，但是如果希望能够更快投入到工作当中，就必须把工作的仪式感提上日程。



换上正装，穿戴整齐，划出一个工作区域，在桌子上放上时钟、盆栽、水杯和纸笔，只要踏进这个空间，大脑就会接收到工作信号，这样更容易提升专注力，提高工作效率。

1.6.2 上班族群体

很多上班族认为自媒体和自身没有关系，觉得那是专职自媒体人才需要做的事情，自己好好上班就行了！但随着社会的发展，自媒体效应已经扩展到各个领域。

一个从事人力资源管理的人做自媒体，将职场经验分享出去，可以增加个人品牌的曝光，提升自己的副业收入。一个老师从事自媒体工作，可以通过线上平台，把自己的知识分享出去，在帮助更多人获得知识的同时赚得可观的收入，并提升个人影响力。一个配音师从事自媒体工作，可以教别人怎么练好声音，还能与更多资源合作，提升职场竞争力。

1. 上班族从事自媒体的优势

第1点，有丰富的职场和社会生活经验，有大量的现成素材可以提炼。

第2点，有稳定的收入来源，创作心态比较平和，有利于成为一个长期创作者。

第3点，有规律的生活作息，能保障身心健康，这是写作的前提。

第4点，从副业开始进行摸索，降低试错成本。

2. 上班族从事自媒体的好处

第1点，打造多渠道收入，提升抗风险能力。

第2点，打造个人品牌，让更多客户看到你、信任你并与你合作。

第3点，让自身的才华可视化，更容易得到领导的赏识和提拔。

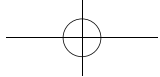
第4点，发现更多的人生可能性，获得新的机遇。

3. 上班族如何做自媒体

(1) 善于利用碎片时间。

工作与副业两手抓，这是上班族的理想状态，但实践起来有一定的难度，最明显的一点就是时间不够用，每天晚上下班到家已经七八点了，忙完各种杂事，已经到了睡觉休息的时间，哪里还能挤出时间来搞副业呢？

关于这点，笔者给出的建议是，尽可能把一天的碎片时间充分利用，比如上班的通勤时间，吃饭等人的时间，中午的休息时间，都是开展副业的黄金时间，千万不要浪费掉了，哪怕每天挤出15分钟的碎片时间收集素材，思考选题内容，时间长了，也能做出不少事情，成长速度也会加快。



(2) 先把主业干好，再去考虑副业。

搞副业的前提，是你的主业做得足够好，如果主业都没做好，却一心想搞副业，那是不可能的事情。能够靠副业变现的人，基本都能在主业上有一定成果，也正因为他们的主业做得比较出色，才有时间和资源运营副业。

(3) 把副业当成复业，而非备胎计划。

副业不等于备胎计划，很多人在主业有了保障的情况下，即便开展副业也是以玩的心态，今天心情不好就不做，明天状态不在线也不做，这样的态度对待副业，就更不可能在遇到困难时努力克服，自然得不到想要的结果。

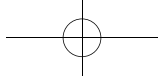
开展副业之前，必须端正自己的心态，认识到副业对于职业生涯所具备的重要意义。副业可以保障我们在职场发展不顺利时仍有退路；可以增加我们在财务上的抗风险能力；可以扩大我们的能力圈，和主业相互助力，构建高维度的能力护城河。也就是说，副业是上班族的第二事业，不是备胎计划。职业化的态度，是副业取得成功的关键要素。

(4) 副业最好契合个人优势。

一份副业是否适合我们，能不能持续干下去，一个重要的标准就是考虑我们是否擅长。不断去做我们擅长的事情，可以加强我们的长板竞争力，保证我们在能力优势区做事。之所以强调这一点，是因为很多人在选择副业上比较随心所欲，盲目跳出擅长区，用业余能力去挑战别人的优势，这样不仅容易受挫，还可能浪费时间走很多弯路，到头来竹篮打水一场空。

这里必须提醒大家的是，千万不要把平台的能力误认为是自己的优势，很多人在公司干得不错，于是在业余时间投资了同样的项目作为副业，却以失败告终。为什么脱离了平台就毫无优势呢？真相是，平台给了我们资源和帮助，想要快速成长并不难，做出一点成绩也不足为奇。因此，判断优势的依据不是在平台内做成多少事，而是要判断自己在离开这个平台后能做多少事，这两者有本质的区别。

如果你在一件事上容易获得强烈的满足感与成就感，稍微努力就能比大多数人做得好，那就是你的优势所在。只要聚焦在这个方向持续努力，很快就能收获繁花似锦的成果。



1.6.3 学生群体

很多做自媒体成功的人都是90后甚至00后，“后浪”们虽然年纪不大，但是非常有想法，没有选择在大学时代挥霍时光，而是努力提升技能，在自媒体时代走出了一条康庄大道，轻而易举地实现了财务自由。

1. 学生从事自媒体的优势

学生群体加入自媒体行业具备非常显著的优势，主要包含以下4点。

第1点，时间充足。

第2点，学习能力强。

第3点，没有家庭负担，试错成本低。

第4点，容易接受新事物，网感强。

2. 学生从事自媒体的好处

第1点，趁早打造一份光鲜的个人履历，毕业后更容易找到合适的工作。

第2点，积累大量的粉丝，不管是创业还是当成副业，都可以获取多渠道收入。

第3点，充实课余生活，在自媒体创业中提升思维能力和眼界，为未来做好长远的投资。

第4点，在自媒体实践中，更容易摸清自身的优劣势，从而选择适合的职业方向。

3. 学生如何做自媒体

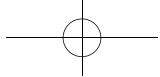
(1) 结合校园生活做定位。

在自媒体平台，经常看到很多大学生会分享如何找到与专业对口的工作，如何增加社会实践为就业打基础，是合群重要还是修炼自身比较重要等。

对于学生群体来说，最熟悉的莫过于丰富多彩的校园生活，如何处理和室友的关系、怎么利用校园活动认识更多人脉，怎么复习才能取得好成绩，毕业前掌握哪些技能更有利于找工作等。这些经历就是很好的内容创作素材，只要加以利用和设计，就可以分享给有需要的群体，快速引起这个群体的共鸣，从而吸引大批年纪相仿的粉丝。

(2) 把自我提升放在首位。

学生时代是最无忧无虑的年纪，这时不要过分追求金钱，如果把赚钱的目的凌驾于个人成长之上，容易迷失自我，功利心过重也会让人变得心浮气躁，不容易静下心来踏实做事。因此，学生在进入自媒体行业时，要先想办法提升自我。



(3) 劳逸结合。

从事自媒体工作没有想象得那般轻松，从文字编写、图片设计、排版编辑、脚本撰写、视频录制到后期的剪辑处理，这些工作量不容小觑，更别说学生还有考试和功课要完成。

学生可以把忙碌的工作安排在没有功课的周末或者寒暑假，工作之余要找到合适的减压方法，比如晚饭后做20分钟运动，或者每个周末约上朋友去爬山旅行，放空自己，释放压力，劳逸结合才能让自媒体之路走得更加长远。

(4) 善于利用学校的资源。

要做好自媒体需要强大的知识储备和技能积累，但是很多学生都没有很好的资源，如果想从事自媒体工作，应该如何准备呢？其实，我们完全可以利用学校的资源完善自我。

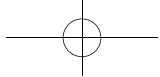
自媒体人林英聪在大学时代收获了人生中的第一部相机，非摄影专业的他为了提升拍照水平，大学三年都在学校的图书馆学习，几乎把摄影类书籍看了个遍，并利用业余时间给校友拍摄毕业照和艺术照。他的名气渐渐在学校传开了，越来越多人找他拍照，就这样他通过自学摄影赚到了人生的第一桶金，去了30多个国家和城市旅行，并在旅途中不断提升摄影水平，拍出来的作品越来越棒。他把摄影作品以图文的方式发布在简书、公众号和小红书上，收获了几十万粉丝。毕业后，他的工作发展更是一日千里，于是他决定全职从事自媒体工作。不久后，林英聪的校友也加入了他的团队，两个人一起把自媒体事业做得有声有色，非常受粉丝欢迎，商务合作更是如雪花般纷至沓来。

机会是留给有准备的人的，我们也可以像林英聪一样，在学校找到学习资源，找到施展才华的舞台，收获事业起步的第一桶金，在同学中寻找合伙人，这些都是为自媒体副业打下基础的重要准备工作。

(5) 参加各种活动。

大学是人生中最美妙的一段时光，没有家庭负担，没有经济压力，没有错综复杂的人际关系，有充分的自由去体验生命，活出像万花筒一样精彩的学生时代。

认识新的朋友，去陌生的城市旅行，去山区支教帮助更多人，去邂逅未知的精彩，这样才不辜负美好的青春岁月，才不辜负诗酒年华，这段别样的人生体验，是学生走进社会之前最宝贵的一笔精神财富。这些体验也会成为自媒体创作的有力支撑，各种各样的社会体验会为你打开一个全新的世界，扩大你的视野，提升你的格局，锻炼你的能力，磨炼你的心态，高密度、高强度的社会经历可以锻造一个自媒体人必备的良好素养。



1.6.4 创业群体

笔者有位学员是一名创业者，公司业务是家庭除甲醛项目，他每天都忙得脚不沾地，不是穿梭在各个小区为客户服务，就是承接银行及政府机构的业务，总之生意很是火爆。可就在几年前，他的生意却并不怎么好，那时候他和许多传统行业的老板一样，都是以摆地摊、贴广告的形式为公司做宣传，费了不少力气，但效果平平。好在，90后的他思维很活跃，在许多同行还在走传统路子时，他却懂得用自媒体为公司引流，在网上开了知乎和头条号发布行业知识，经过笔者的指导和自身的努力，爆款文章频出，咨询的客户络绎不绝，一举放大了公司的知名度，找他做生意的人越来越多。

如今，越来越多的创业者开始搭载互联网宣传公司业务，省心省钱的同时，也没什么风险。这种一对多的宣传方式，为创业者省下了一大笔推广费用，对于打造公司的品牌也起到了如虎添翼的作用。

1. 创业者从事自媒体的优势

第1点，有足够的时间做自媒体运营。

第2点，可以构建线上线下一体化运营体系。

第3点，可以借助互联网红利把个体势能发挥到极致。

第4点，经营的压力会激励创业者战胜困难与挑战。

2. 创业者从事自媒体的好处

第1点，可以全方位锻炼自己的综合能力。

第2点，可以利用互联网的趋势加速自身成长。

第3点，可以整合资源，梳理自己的发展方向。

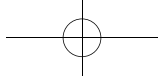
第4点，可以升级社交圈层，提高思维层次和人生格局。

第5点，低成本获客，自媒体创业是稳赚不赔的投资。

3. 创业者如何做自媒体

(1) 打造最小化可行产品，小步迭代。

笔者的一个朋友非常看好自媒体视频的前景，通过7个月的试水，副业为他带来了6位数的收入。没多久他选择辞职创业，之后他招了8名员工，买了十几部手机、注册了十几个视频号，还在广州租了一个月租7000多元的办公场地，结果不到半年，他的公司就倒闭了。原本打算大刀阔斧地干一场，没想到收入却一路下滑，他想不通问题出在哪里，一群人创业不是应该比一个人做得更好吗？笔者与他进行了分析，发现公司业务都是他自己招揽的，员工只是听话照做，并未创造任何利润。



一家公司要盈利，需要转化，需要订单，如果全靠老板自己拉业务，却要养活这么多员工，承担各种人工和场地费用，明显是不现实的。如果他一开始先租一块比较小的办公区域，先招一两个搭档合作，当收入提升后再扩大规模，或许不会失败。只可惜他操之过急，被一时的成功冲昏头脑，没有仔细研究过这样的商业模式是否走得通就盲目扩张。

像这样的例子不在少数，很多人刚创业就喜欢投入很多钱，希望店面越大越好，派头越足越好，可结果并没有自己想的日进斗金，反倒亏损很多。想要控制好风险，可以选择小步迭代的方式，想好了一个方案、一个点子，可以先投入较小的成本进行试错，获得成功后再扩大业务。

(2) 构建线上线下一体化运营体系。

近些年，实体经济逐渐走下坡路，高成本、低利润更是压得创业者喘不过气，然而还是有很多人在线上赚钱后投资线下实体，因为实体经济有着线上经济不可代替的优势，它可以为我们提供与合作伙伴、粉丝或者意向客户见面的重要场地，增加彼此之间的深入了解，同时也可以促进用户的沉淀留存，增加信任背书，提升合作转化率。

作家李菁年少成名，20多岁就相继出版了好几本畅销书，在自媒体行业也有很大的影响力，后来她在湖南老家开了一家民宿，将自己的创业故事发表在公众号上，很快获得无数人的转发分享，她的民宿也因此一炮走红，吸引了很多游客慕名而来。旺季的时候，民宿一房难求，但是淡季的时候，收入只能与支出持平，这个时候李菁又可以通过自媒体获得其他收入。

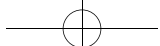
这种线上线下相结合的创业模式，已经成为创业者的不二之选，一方面自媒体可以为线下实体进行导流，提升人气；另一方面线下实体也可以进行线上用户的留存和转化，加强人与人之间的沟通，拉近彼此的距离。这种组合运营可以提升创业企业的抗风险能力，也让自媒体人体验了更加精彩有趣的职业生涯。

线上线下没有高低之分，在某种程度上还可以达到互相平衡，相得益彰的商业效果。

(3) 学会寻求他人帮助，打造自媒体团队。

创业初期，为了节约成本，事事亲力亲为是常有的事情。到了业务上升期，收入会大幅度提升，这时候时间才是个人最重要的资产，要比金钱更为稀缺。自媒体人可以把一部分工作外包出去，减少自己的负担，腾出手做更为重要的事情。

一般来说，有三类事情比较适合外包，第一种是不擅长也不是特别重要的事情，比如讲课用到的PPT图片，可以请人设计；第二种是经常要做，但不得不做的重复性工作，比如编辑排版工作；第三种是可复制、可迁移的方法论，比如运营平台的方法，可以教给员工让他们负责运营账号。



聪明的创业者要懂得适当放手，踏出自己的舒适区去构建人脉圈，去做重要但从未做过的事情。判断一个商业模式是否成功的标准，就是你的公司离开了你，是不是能够照常运转，如果答案是否定的，那么说明企业很难做大。

(4) 做好客户档案记录，加强人脉管理。

客户是一家公司的命脉，没有客户，一家企业、一个团队就很难生存下去。既然客户对企业的发展有着决定性意义，那么做好客户管理工作就非常重要。

从事自媒体工作以来，笔者习惯给每个购买课程、付费咨询的客户做好登记，在微信备注客户的工作、城市、名字，对最近的动态做出详细记录(见表1-1)。虽然这些工作看上去琐碎无聊，但对人脉管理有着至关重要的意义。如果能够对客户的情况了如指掌，客户会感受到我们的用心和真诚，从而让客户从情感上支持我们，建立起生意之外的朋友关系，产生更强的客户黏度。

表1-1 客户档案记录表

客户	职业	工作城市	近期状态	认识方式	最近一次联系
张某	企业老板	广州	新公司上市	商业活动认识	去年见过一次
林某	花艺创业者	深圳	辞职转为自由职业	花艺活动认识	上个月见过
陈某	IT主管	深圳	刚升职	通过读者推荐认识	前几天刚聊过

可以根据上述表格填写客户信息，通过梳理和盘点以对客户的情况更加清楚，需要合作时也能够快速找到。当然，除了在表格里记录分析客户的情况，最好还能把客户的基本情况记在心里。



1.7 运营自媒体需要的能力

有人说，运营自媒体就像开一家公司，一个人活成一支队伍。这句话一点都不夸张，做内容看似容易，其中的门道却非常多，能够做好自媒体这份工作的，一定是一个身怀多种技能或能力的多面手。

本节介绍运营自媒体需要具备的7种重要能力(见图1-7)，供大家参考。

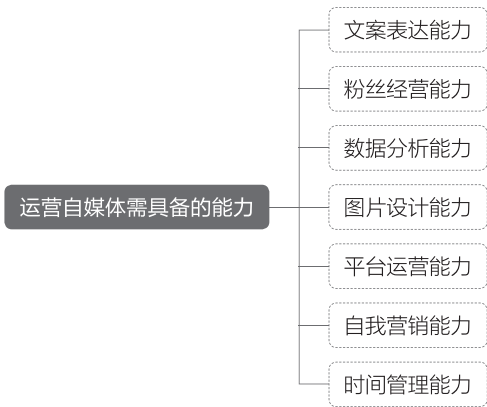


图 1-7 运营自媒体需具备的能力

1.7.1 文案表达能力

文案表达能力是每个自媒体人必须具备的重要技能，小到与客户对接业务，大到撰写文章，给视频内容配文，表达和沟通渗透在工作的方方面面。一个文案能力出众的人，不管做什么都能做到先声夺人，成功引起别人的注意，更容易在自媒体时代获得忠实粉丝。

1.7.2 粉丝经营能力

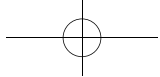
自媒体的底层逻辑是粉丝经济，不懂得维护和获取粉丝，并与粉丝建立深入关系的自媒体人，很难构建自己的流量池，获得较大的经济回报。因此，学习如何涨粉、如何留存、如何转化、如何成交，是一个自媒体人的必备素养。

1.7.3 数据分析能力

大数据时代，通过数据分析打造爆款是自媒体人的破圈秘术；提升对数据的敏感度，洞悉数据背后呈现的规律和奥秘，是一个自媒体新手向高手快速升级的必经之路。

1.7.4 图片设计能力

现代人越来越浮躁，单调冗长的文字很容易让读者失去耐心，适当配上美观的图片可以大大提升内容的吸引力。文章配图、封面图、课程宣传海报、个人简介和朋友圈背景图无一



例外都需要精心设计，因此具备图片设计能力的自媒体人，其内容的吸引力和传播力也会超越其他同行。

自媒体对图片设计的要求不是很高，随着技术的发展和成熟，很多图片网站也都提供了大量的精美模板，只要修改文字和二维码，就可以快速制作出一张精致好看的图片。比较好的图片网站有“创客贴”和“稿定设计”等。

1.7.5 平台运营能力

每个平台都有一套运营方法和变现模式，如怎么排版布局更容易受到读者的青睐，每天什么时间发布内容更容易打造爆款，这个平台适合什么类型的文章，有什么样的变现方式等，这些问题自媒体人都应该了解清楚。不懂平台特性的自媒体人，注定会走很多弯路。

当自媒体人吃透一个平台的运营规则后，可以迁移到其他平台，或许平台之间的调性和风格有所差别，但运营的底层逻辑和原理方法都是大同小异的。只有全面掌握各平台的运营方式，自媒体人才能在几个平台之间切换自如，游刃有余地兼顾多平台运营。

1.7.6 自我营销能力

在一片沙滩中，扔进一粒沙子，很难被人发现；但如果扔下一颗珍珠，却很容易被人认出。因为沙子是暗淡的，而珍珠是闪亮的，没人能够忽视它的光芒。

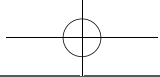
懂得自我营销的人，就如同一颗闪亮的珍珠，走到哪里都能够被人看到，被人发现。而不懂自我营销的人，走到哪里都很容易被忽视、被边缘化，很难把个人品牌彻底打响。

“酒香也怕巷子深”，这个时代写作者一抓一大把，如果只会默默无闻地埋头苦干，是很难被别人看到的。只有那些懂得包装自己、营销自己，给自己打造一块发光招牌的人，才能整合行业资源，利用杠杆效应放大自身影响力。

1.7.7 时间管理能力

时间管理能力是很多人容易忽略的点，在完成一篇稿子之前，往往需要做大量的准备工作，如定选题、找素材、写大纲等，然后开始打造内容。此外，还有编辑、运营和推广工作，这些事情都是非常烦琐的，因此学会安排自己的时间非常重要。

随着工作的熟练，对时间敏感度的提升，自媒体人慢慢地会找到适合自己的工作节奏，对时间的掌控能力也会提升。后续将会具体讲解从事自媒体工作如何做好时间管理。



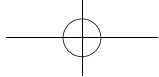
02

第2章

定位探索 快速入门自媒体

想做自媒体，却不知如何选择自己的创作定位，你是否也遇到过这样的问题？在自媒体这场长跑中，如果定位错了，无论你怎么努力都很难抵达要去的终点。因此，选择一个适合自己的领域，是做好自媒体的关键一步。

本章主要介绍自媒体的定位方向怎么选择，以及如何在众多的待选定位中，找到最适合自己的一个。



2.1 自媒体定位的误区

明确定位以后，前行的方向就会清晰无比。不过，对于新手来说，最困难的也是定位这一关。很多人刚接触自媒体行业，完全找不到自己的定位，或者做了定位，依然有各种各样的问题，导致工作停滞不前。

自媒体人想要找到一个清晰明确的定位，一定要避开下面5个定位的误区(见图2-1)。



图 2-1 自媒体定位的误区

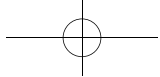
2.1.1 误区 1：定位必须一下子搞清楚

很多人在写作初期找不到定位，就会直接放弃。殊不知，每个人的定位都是慢慢摸索出来的，并非一蹴而就。

没有人能够告诉自媒体人应该走哪条路，我们应该去尝试、去实践、去探索，走得多了，就会慢慢探出一条路来。笔者一开始也不知道自己适合写什么，于是通过投稿和简书写作的方式，尝试了鸡汤文、干货文和情感文，最终确定自己的写作方向为职场干货。如果你不知道自己应该做什么，就先去做，做得多了，自然就知道自己做什么比较顺手。

2.1.2 误区 2：定位必须一条路走到底

有些人选好了一个定位，中途却发现自己不适合做这个领域，或这个领域比较难变现，但是却因为前期的努力而不愿放弃，不懂得及时止损，反而坚持一条路走到底，这种做法并不明智。



经济学上的“机会成本”理论指出，如果坚持一件事，就意味着失去做另一件事的机会，当你意识到这个领域不适合自己的时候，就应该果断放弃，重新开始，不要为过去的沉没成本浪费现在的时间。

此外，如果自媒体人在某个领域已经深耕多年，能够创造的价值却为数不多，也拓展不出更多话题了，这时候也可以考虑重新选择定位。

2.1.3 误区 3：定位时盲目跟风

盲目跟风是很多人会走入的一个定位误区，即看到别人做什么，就跟风选什么，完全不考虑这个领域适不适合自己的，其他人为什么要选择这个领域，这个领域是怎么赚钱的。草率的开始，往往意味着潦草的结束，盲目选择领域的人，很容易落得镜花水月一场空。因此，在选择定位的时候，考虑自身的优势和兴趣更为重要。

2.1.4 误区 4：没有创作灵感就更换定位

很多自媒体创作者，在选择一个定位后，写着写着，忽然发现写不下去了，没有灵感了，这是每个写作者都会遇到的瓶颈，只是有些人写了3篇就出现这个问题，有些人积累深厚，写了30篇才遇到而已。

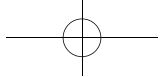
觉得写不下去的时候，不能因为遇到问题就立马考虑更换领域，因为无论转换到什么领域都会出现类似的问题。我们应该做的是学习和积累，扩充自己的知识面。

2.1.5 误区 5：不能选择大众领域

经常听到有人问：“这个领域有很多人写了，我现在才开始写还来得及吗？还能赚钱吗？”言外之意就是必须找到一个空白领域才能赚钱！

但事实上，每个领域都有一大批人在做，就拿职场领域来说，做的人也非常多。然而，看起来很多的竞争对手，大部分人都是三天打鱼两天晒网，还有一小部分人确实很用心在做，但没有找到正确的方法，导致一两年都没做出什么成绩，这就是每个领域中知名创作者都不多的原因。因此，竞争对手太多这种担忧纯属多余，只要你去做了，并坚持下去，相信一定会有收获。

在选择定位的问题上，应该优先考虑的是自身的情况，而不是把目光投向别人。别人做得不好，不代表你不行，别人做得好，也不代表适合你。一切问题都需要从自身出发，发现自己的能力优势区，专注一个领域做一个小而美的个人IP，每个人都有脱颖而出的机会。



2.2 探索自媒体定位

关于定位的选择，很多朋友总是很茫然，似乎选择哪个定位都行，又似乎都不行，身边又没有专家可以给出建议，那到底怎么做呢？

针对这个问题，其他人只能提供一些参考意见，最终拿主意的还是自己。

本节梳理了4个维度，用于探索自媒体的定位方法，按照这些方法去实践，相信自媒体从业者一定能够找到自身的优势定位。

2.2.1 从技能优势找到定位

你可能是一位制作PPT的高手，擅长绘制精美图片；你可能是一位淘宝运营专家，对淘宝运营方法了然于心；你可能是一位手绘达人，绘制的作品客户总是爱不释手。你的这些技能可以为公司的客户带来价值，可以为你的老板赢得利润，那为什么不能作为自媒体定位，为你的用户群体解决问题呢？

一个公司的财务，可以通过互联网分享财务知识，从而吸引大量的精准客户，并通过提供知识服务来打造第二职业。一个摄影师，白天可以是店里的员工，晚上也可以化身为自媒体摄影达人，分享对用户有价值的摄影知识。从技能优势来选择自媒体定位有两大好处，一是从工作中提取经验和案例，为副业赋能；二是精进技能，促进主业发展。比如，一个摄影师在互联网上火了，一定会有更好的平台愿意为他提供更好的工作。

能够尽早发现自己的优势是一件很幸福的事情，可以少走许多弯路，但是对大多数人而言，他们并没有太多机会去试错与体验，以至于迟迟找不到自己的定位方向。

“心理学”提出了一个“冰山模型”理论，指的是个体的素质可以分为表面的冰山(水面以上部分)和深藏的冰山(水面以下部分)。基本技能和基本知识都是比较容易觉察的外在部分，而社会形象、隐藏潜能、内在动机则属于冰山以下的深藏部分。换句话说，不了解自己的优势是一件很普遍的事情，不要因此就否定自己，你并非没有优势，而是你的潜能尚未被激活。下面我们就一起来探索你的优势(见图2-2)。

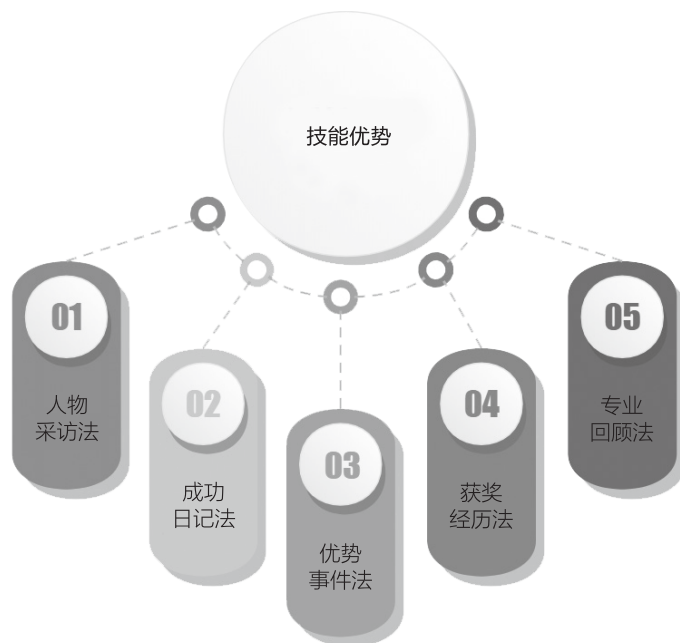
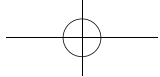


图 2-2 从技能优势找定位

1. 人物采访法

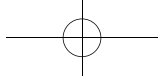
我们可以约见几个亲朋好友，对他们进行采访，了解他们对你的评价。例如，在他们眼中的你到底什么方面比较擅长？你和别人最大的区别在哪里？有什么事情是他们会第一个找你帮忙的？注意，在采访的过程中，我们找的采访对象越多越好，可以是你的朋友、你的校友、你的上级、你的同事、你的亲戚，这样收集的信息会更丰富，更有价值。

2. 成功日记法

成功日记法是每天记录三到五件你认为做得好，或者体验比较好的事情。记录的时间长了，你就会发现自己在某个方面有着特别的优势。笔者身边有个朋友经常写日记复盘，在记录的过程中，她发现自己做事特别高效，在时间管理方面有突出的优势，后续她把高效时间管理达人作为自己的定位和标签，经常在网上分享自己的时间管理方法，不到两年，她已经是这方面小有名气的专家了。

3. 优势事件法

每个人都有与生俱来的特定天赋，有的人天生有一副好嗓音，有的人数字天赋特别明显，有的人第一次下厨就做得有模有样。可以回想一下，你有什么事，是别人付出了7分力气才能做好，而你花费3分力气就能轻松胜任的。那些你天生就做得比别人好的事情，往往就是你的天赋所在，遵循天赋去学习和发展，更容易让自己获得成功。



4. 获奖经历法

如果你觉得现在的自己很平庸，先不要感到灰心，你只是把那个发光的自己暂时弄丢了，只需要花点时间就能重新找回来。

认真回想一下，在过去的岁月中，你有没有拿过一些奖项，或许你曾经是一名特别优秀的活动主持人，或许曾经你的英语讲得特别棒，或许你曾经写得一手漂亮的书法字。这些都称得上是一门技能，过去成就你的，现在照样可以照亮你。

5. 专业回顾法

在读大学时，我们都选了一个或者多个专业，有人学了英语专业，有人选了金融专业，有人读了摄影专业，不管专业是不是你喜欢的，毕竟在学校学习了这么多年，底子还是有的，从学生时期学习的专业技能出发并继续精进，也是比较容易出成绩的自媒体定位方法。

2.2.2 从兴趣找到定位

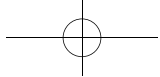
兴趣是最好的老师，把感兴趣的事物作为自媒体定位的好处是：首先，你平时的关注点都在这里，掌握的有效信息比较多，不需要额外花费时间进行学习；其次，做自己感兴趣的事情，在遇到困难时才能继续保持劲头，不容易放弃，不畏挑战。下面分享3个方法，有助于你了解自己的兴趣点(见图2-3)。



图 2-3 从兴趣找到定位

1. 从关注的资讯发现兴趣

你平时比较关注哪方面的资讯？你可以留意自己的抖音足迹和关注的公众号都在收看什么资讯，从而找到自己感兴趣的内容。笔者的一个学员是历史迷，只要与历史有关的东西，他都能研究得津津有味，他喜欢读历史书，喜欢看历史剧，喜欢听历史评说，还喜欢历史人物，他写起历史文章来更是废寝忘食，于是他理所当然变成了一位历史领域的优质作者，文章也多次被评选优质图文的“青云计划”项目选中。



一个人喜欢关注什么，就说明他热爱什么，如果我们能够从关注点着手，就不难发现自身的爱好了。

2. 从时间、精力和金钱投入度发现兴趣

一个人的时间、精力和钱花在哪里，他的兴趣就在哪里！比如一个旅行爱好者，他会花费很多时间和金钱在旅行上面；一个摄影发烧友，他会花费时间去学习摄影相关的知识，花钱购买器材；一个阅读爱好者会经常待在图书馆，也舍得花钱购买书籍。你平时喜欢为哪些事物投资时间、精力和金钱呢？相信此时你的心中已经有了答案，那不妨就以这些事物为基础进行自媒体的定位。

3. 从理想职业发现兴趣

曾经在网看到一道题目，如果不考虑现实因素，你希望从事什么行业？有人希望成为一名图书管理员，这样就可以每天都和书籍打交道；有人渴望成为一名摄影师，用镜头去记录生活的美好；有人希望成为一名文字工作者，用笔尖去记录人生。

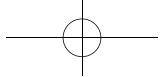
你向往的职业，通常就是你的兴趣所在，但可能由于现实的限制，你无法选择这样的工作。幸运的是，互联网时代，我们可以通过自媒体副业从事自己感兴趣的行业，在探索中精进、在精进中成长、在成长中变现，梦想总是要有的，万一实现了呢？

2.2.3 从大众领域找到定位

不是所有擅长和感兴趣的事情都适合作为自媒体定位，有些注定很难作为自媒体的发展方向，比如钓鱼和星象之类。那是不是代表我们别无选择了？不，我们还可以从大众领域找到定位。大众领域就是关注度比较大、受众群体比较多的热门领域。根据笔者的经验，下面5个是比较热门的适合自媒体定位的大众领域(见图2-4)。



图 2-4 从大众领域找定位



1. 情感领域

情感领域包括爱情、婚姻、人际关系等，情感领域无论在哪个自媒体平台都可以获得比较大的关注度。人是情感动物，无论什么年纪、什么性别、什么地位，都需要社会关系提供的情感支持，特别是处在三四线城市的人，生活压力相对较小，娱乐选择不多，关注点更是集中在情感需求方面。

2. 娱乐领域

娱乐八卦一直是一个流量聚集口，哪里有娱乐八卦，哪里就有话题，明星参演电视、明星穿着、明星互相关注、明星参加真人秀节目，这些话题都是人们茶余饭后的谈资，因为名人、明星本身自带影响力，一举一动都能牵动大众的神经。

3. 财富领域

在这个经济高速发展的时代，人们对财富的积累越来越重视。学生需要努力赚钱来实现经济独立；职场新人需要努力赚钱提升生活质量，并投资自我成长；中年人有养家的压力，上有老，小有小，中间还背负着车贷房贷，更是不敢放松；老年人也有赚钱充实生活，安享晚年的需求。打开自媒体，各种月入过万、实现财务自由、副业赚钱、年入百万这类字眼异常吸睛，话题的热度更是与日攀升。总之，只要与财富有关的话题，总能第一时间引起大家的关注。

4. 时尚领域

有人说，抓住女性市场就等于抓住“钱脉”，这话不无道理。女性更加注重生活品质，因此女性的生意要更好做一些。此外，在女性力量崛起的今天，女性赚钱的能力越来越强，她们追求精致的生活品质，投资自我更是毫不手软。因此，穿衣打扮、美容护肤、时尚精致的生活态度是女性普遍比较关注的话题。

5. 育儿领域

现代家长非常注重教育，都铆足了劲培养孩子，为了成为一名合格的家长，他们非常愿意学习育儿知识，希望从新手爸妈变成教育专家，教导出德、智、体、美全面发展的优秀宝宝。教育观念的转变，使得育儿类自媒体账号变成了名副其实的热门领域，不管是教育产品还是教育讲座，家长都十分关注，并且乐意支付一定的学习费用。

2.2.4 从创新领域找到定位

找到一个创新的领域，是很多自媒体人的理想，认为只要是空白市场，就没有竞争对手，更容易获得大众的关注与认可。但其实空白领域也不是那么简单的：首先，你会发现任何领域，基本都有人涉足过；其次，开拓空白市场，意味着未知之旅，我们不知道这个领域到底有没有市场需求，能否解决用户的问题，成功的概率也许只有一半。

不过，除去上述未知因素，如果我们能够找到一个创新领域，并且通过实践证明该领域能够得到用户的认可，那么就很容易成为这个领域的头部账号，占领势能高地。如果你愿意去冒险尝试，探索未知，这里为你提供3个思路(见图2-5)。

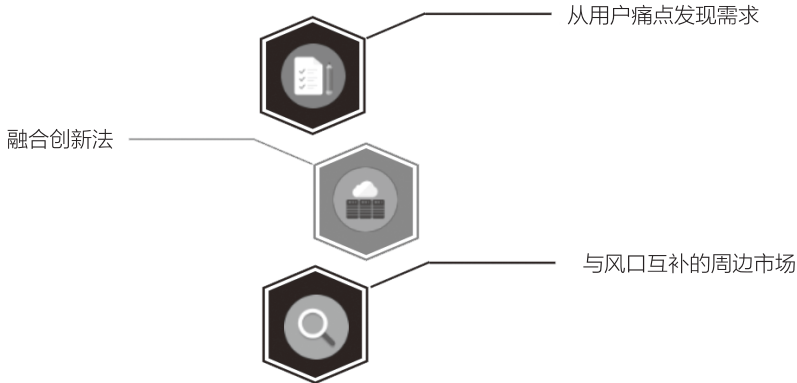


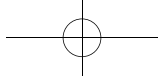
图 2-5 从创新领域找定位

1. 从用户痛点发现需求

根据心理学的“蔡戈尼效应”可以得出，人对于未被解决和未完成的事情总是念念不忘，用户的需求痛点往往就是创造空白市场的最佳切口。

在成立樊登读书会之前，樊登发现身边很多人想要读书却没有时间，于是他成立了读书会，通过音频把一本书读薄，让用户在碎片时间也能学到知识。现在读书会的会员已经遍布全国各地，成为独占鳌头的读书App，这个商业计划也为樊登带来了巨大的财富价值。

千万不要想当然去创造一个领域，而是要洞察用户需求，结合市场反馈量身定做出个性化方案和产品，从而解决某类用户的痛点需求，占据大片市场。



2. 融合创新法

如今自媒体的内容类型已包含了方方面面，如果我们的形式没有创新，只是千篇一律地模仿别人，那么很难被人记住。因此，自媒体应融合创新的方法，让读者产生耳目一新之感。在头条平台有这样一位自媒体作者，她的内容领域是分享职场干货，但形式却是以一页纸的方式把内容分享出来，以此与其他同类创作者产生差异化。

类似的案例还有很多，比如以手绘的方式分享时间管理干货，以漫画的方式分享爱情故事，通过两个领域的完美融合，反而产生了别具匠心的效果，这样更容易和别人区分开，形成独树一帜的鲜明风格，在同质化的内容中独占鳌头。

3. 与风口互补的周边市场

现代社会，只要有什么风口起来了，马上就有人扎堆赶上，做的人多了，平均到每个人手里的钱就少了。我们可以抛弃传统思维，反其道而行之，永远做与风口互补的事情，这样可以避开激烈的竞争，又能借助风口起势，积累到创业的第一桶金。

做自媒体也是如此，当人人都去做某方面的内容时，如果我们只是一味跟风，也是很难“出圈”的。这时候我们应该另辟蹊径，利用发散思维寻找互补市场。

不过需要提醒的是，空白市场虽好，但也有风险，一定要在有足够的了解和规划下再进入。如果没有七成以上的把握，最好还是选择同行涉及的已知领域，至少可以对标别人的方法和路径，快速切入属于自己的赛道，用最快的速度突围而出。

2.3 自媒体精准定位

通过前面的介绍，相信很多读者已经锁定了自己的写作方向，可能有些人的备选项仅有一个，但也有很多人有好几个待选项。面对众多的选择，不少朋友会陷入纠结而迟迟无法开始。那么，如何选择才能做出最好的决策呢？

在进行自媒体的精准定位时，理智的选择应该考虑内外因素(见图2-6)，内因指的是契合你的热情和天赋，外因指的是市场需求。是否容易变现、变现渠道多不多、受众群体大不大，把这些问题弄明白了，做出的选择才能长久坚持下去。

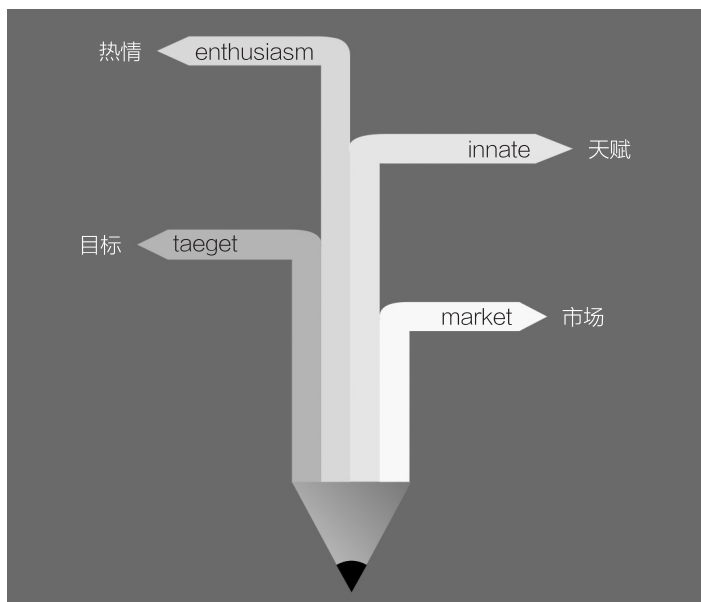
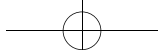


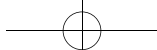
图 2-6 选择应考虑的内外部因素

这里重点说一下，怎么了解市场需求：第一，通过荔枝微课、知乎话题和喜马拉雅等平台中的相关专题，了解想要做的内容领域的热度，在当当网观察这方面的书籍销量怎么样，爆款书多不多；第二，打造最小可行化产品，从阅读数据来看话题的热门程度；第三，付费咨询以了解某领域的市场情况，受众是什么群体，什么平台比较适合，有哪些变现方式等。

以笔者为例，入门自媒体是从投稿开始的，写过四五种风格的文章，准备运营公众号时也很纠结到底写什么，职场文、鸡汤文和情感文都能驾驭，而且经过测试效果都还不错，当时也特别纠结选择什么领域。最终笔者通过定位选择打分表得到最优解(见表2-1)。

表 2-1 定位选择打分表

定位	职场	情感	鸡汤
热情(包括内在动机、兴趣度)	6	5	4
天赋(包括优势、特长、能力、积累)	6	5	5
目标关联(包括变现方式、现有产品、目标客户)	6	5	5
市场需求(包括但不限于有多少愿意付费的客户)	8	9	7
合计	26	24	21
排序	1	2	3



当然了，并非所有定位都能满足这4个因素，但只要有其中一种因素，加上有市场需求，我们就可以尝试一下。比如你感兴趣的加有市场需求的，你擅长的加有市场需求的，目标关联的加有市场需求的，这些组合方式都没有问题。

现在请你坐下来，通过上面介绍的方法写下你的定位选项，并打磨你的第一个作品投入市场，正式开启你的自媒体之旅。