



全能修炼 1

平台架构：破百万大号的设计秘籍



在人与人的交往中第一印象十分重要，这一点对新媒体的营销与运营也同样适用。粉丝数量破百万的大号往往不管是从头像、名称上看，还是从界面版式上看，都是十分有特点的，因为这些都是经过精心设计的。



001 不要白忙，做给谁看——找准用户定位

在企业的新媒体运营中，确定明确的目标用户是至为重要的一环。在进行平台的用户定位之前，首先应该做的是了解平台针对的是哪些人群，它们具有什么特性等问题。

关于用户的特性，一般可细分为属性特性和行为特性两大类，具体分析如图 1-1 所示。

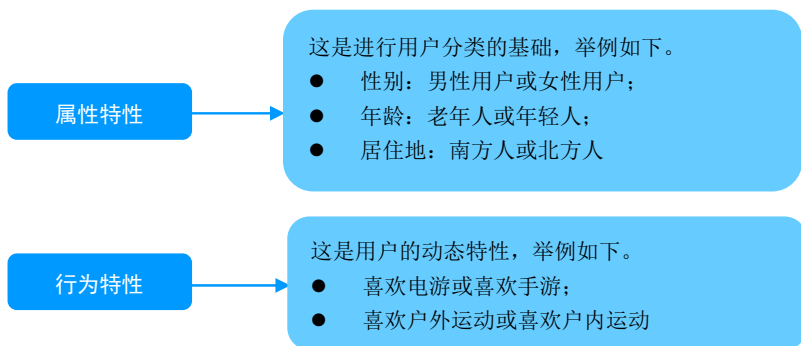


图 1-1 平台用户特性分类分析

在了解了用户特性的基础上，接下来要做的是怎样进行用户定位。在用户定位全过程中，一般包括 3 个步骤，具体内容如下。

- 数据收集。可以通过市场调研的多种方法来收集和整理平台用户数据，再把这些数据与用户属性关联起来，如年龄段、收入和地域等，绘制成相关图谱，就能够大致了解用户的基本属性特征。图 1-2 所示为某产品的用户年龄段分析。

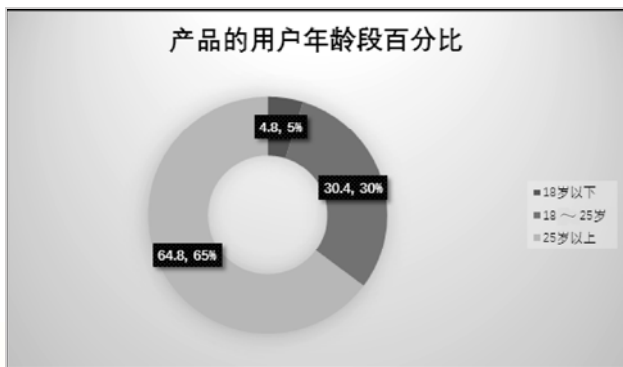


图 1-2 某产品的用户年龄段分析

- 用户标签。获取了用户的基本数据和基本属性特征后，就可以对其属性和行为进行简单分类，并进一步对用户进行标注，确定用户的可能购买欲和可能活跃度等，以便在接下来的用户画像过程中对号入座。
- 用户画像。利用上述内容中的用户属性标注，从中抽取典型特征，完成用户的虚拟画像，构成平台用户的各类用户角色，以便进行用户细分。

002 方向一错，后面全错——做好方向定位

在新媒体运营中，首先应该确定的是企业所要运营的平台是什么类型的平台，以此来决定平台的基调。平台的基调主要包括 5 种类型，分别是学术型、媒体型、服务型、创意型以及恶搞型。

在做好平台定位的同时，应该根据自身条件的差异选择具有不同优势和特点的平台类型，具体分析如图 1-3 所示。

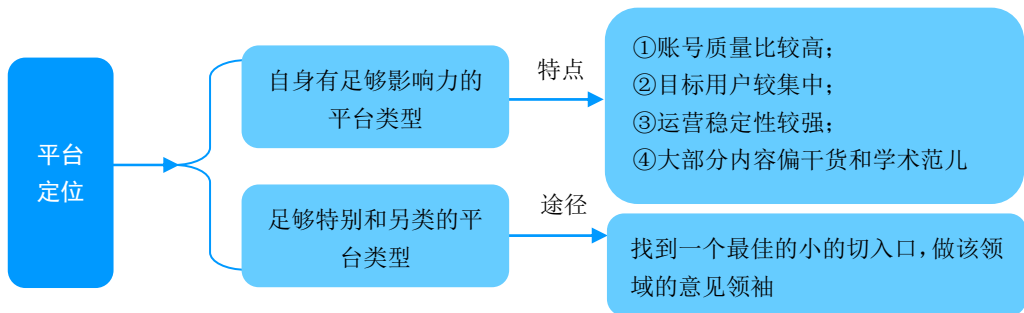


图 1-3 平台定位分析

在新媒体运营中，企业、机构和个人平台运营者主要可通过网红、90 后创业奇才、行业意见领袖、大公司背景以及学术范儿 5 种途径确定平台类型。

另外，在定位平台、选择何种平台类型的同时，还应该对平台的自定义菜单进行相应规划，以便能够清楚地告诉用户“平台有什么”。对自定义菜单进行规划，究其实质，就是对平台功能进行规划，它可从 4 个维度进行思考和安排，分别是目标用户、用户使用场景、用户需求和平台特性。

值得注意的是，做好平台定位是非常重要的，要慎重对待，因为只有做好了平台的定位，并对其基调进行了确定，才能做好下一步要进行的用户运营和内容运营策略，最终促进平台更好地发展。

003 切忌无特色，无优势——明确内容定位

所谓“内容定位”，即企业新媒体平台能够提供给用户什么样的内容和功能。在



运营过程中，关于平台内容的定位这一问题主要应该做好三个方面的工作，具体分析如下。

1) 明确内容的发展方向

明确内容的发展方向是平台内容供应链的初始时期的工作，是做好内容定位的前提和准备。具体分析如图 1-4 所示。

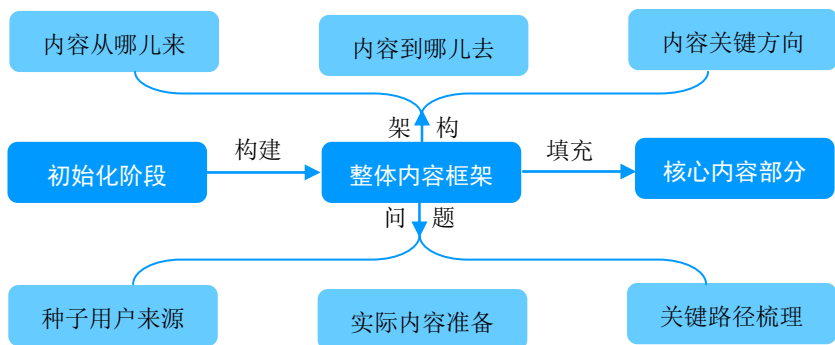


图 1-4 明确内容发展方向的具体分析

2) 明确内容的展示和整合方式

在内容定位中，还应该明确运营阶段的内容展示方式。在打造的优质内容的支撑下，怎样更好地展示平台内容，逐步建立品牌效应，是实现平台影响力扩大的重要条件。关于平台内容的展示方式，一般分为 4 种，如图 1-5 所示。

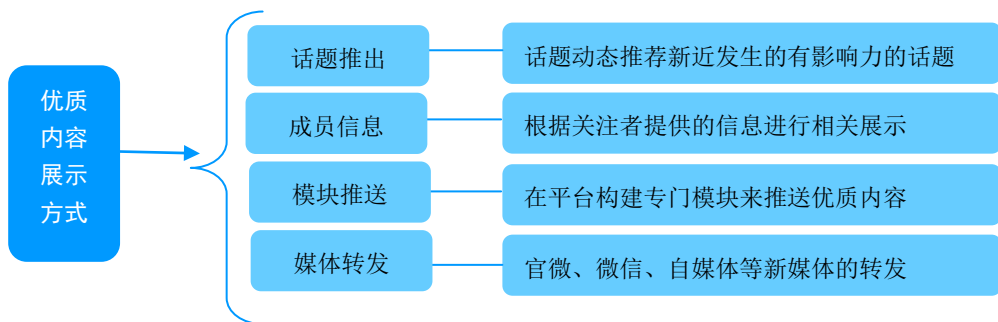


图 1-5 优质内容的展示方式分析

在内容展示过后，接下来是要明确内容的整合方式，以便集结同类优质内容。具体说来，内容整合的方式有三种，即话题问答整合、刊物方式整合和用户内容整合。

3) 明确内容的互动方式

除了应做好初始阶段和运营阶段的内容定位，还应该明确宣传阶段内容定位，即怎样进行平台内容互动的问题。

企业用户进行交流，更有利于新媒体平台内容的传播，用户的接受能力也更强，从而加深用户对于新媒体平台的信任度和支持度。在明确内容的互动方式的内容定位过程中，需要把握几个关键点，如图 1-6 所示。



图 1-6 把握平台内容互动方式的关键点分析

004 视觉冲击，不容错过——吸睛头像设计

在新媒体运营中，账号头像非常重要，一个富有吸引力的头像给平台带来的收益是十分可观的，其所造成的直接视觉冲击能达到文字所不能实现的效果。设置头像时可以考虑使用三种图片，分别是企业 Logo 图片、企业产品图片和其他类型图片，具体分析如图 1-7 所示。

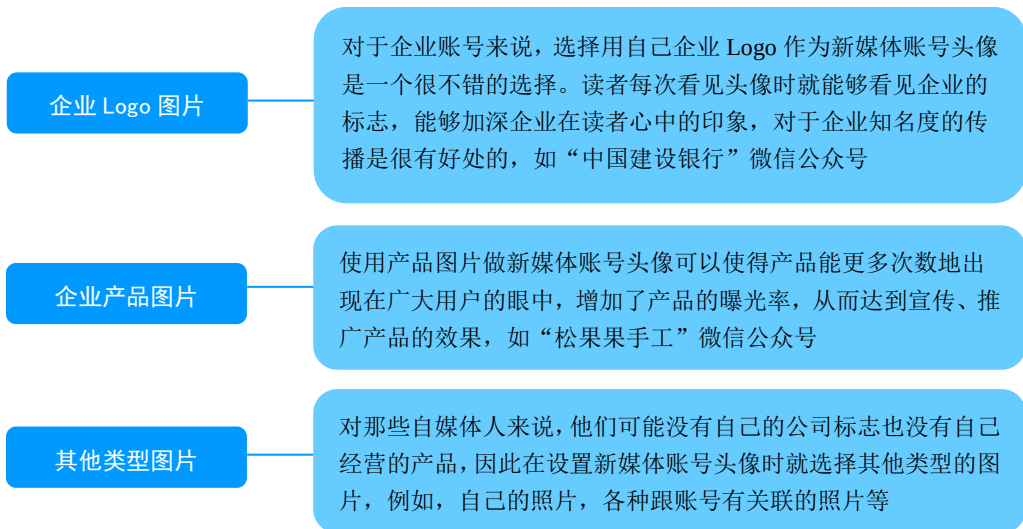


图 1-7 新媒体账号的头像设计



专家提醒

需要注意的是，一定要选择高清的图片，因为有的照片设置成头像之后就模糊不清了，这样对公众号的形象会有一定的折损。

005 避开雷区，轻松记住——合适账号名称

商家要做好新媒体平台定位工作，如何给自己的平台账号取一个合适的名字是不可避免的。合适的名称将会给运营带来很多好处，主要的好处有三点，分别是使平台账号更容易被搜索、更容易引流和更好地展现平台账号服务信息。

因此，商家或者个人取名字的时候要做到以下两点，才能给自己的平台账号取一个最适合的名称，为运营打下良好基础。

1. 八大技巧，留下好的第一印象

要想让用户记住自己的店铺，就必须在取名上下功夫。下面为大家介绍几种常见的取名方法，如图 1-8 所示。

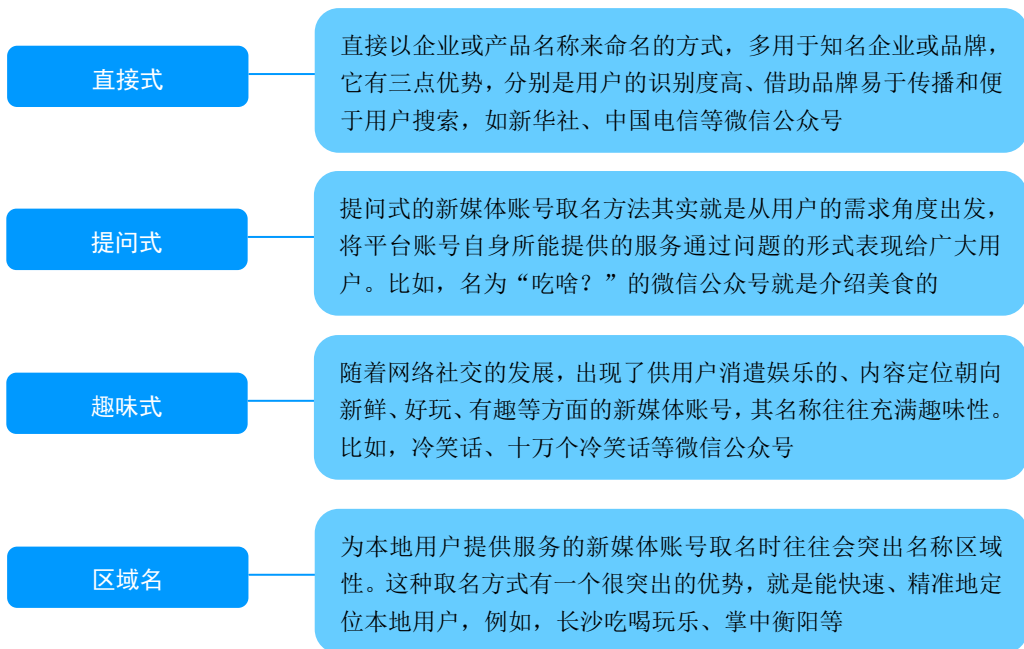


图 1-8 常见的新媒体账号取名方法

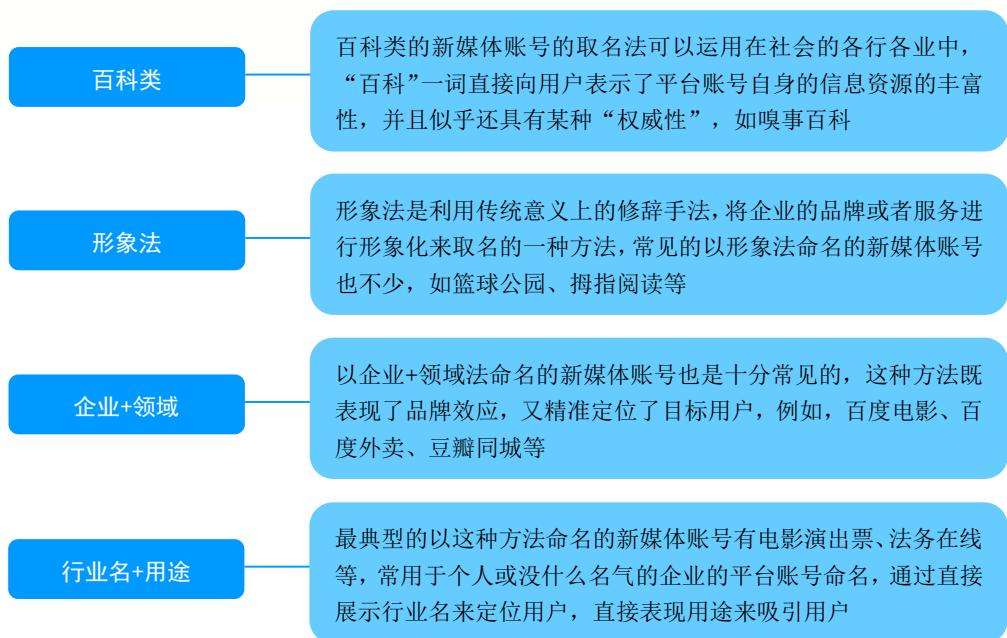


图 1-8 常见的新媒体账号取名方法(续)

2. 三大雷区，千万不要踩

各大企业或者个人在给自己的新媒体账号取名时需要注意，千万不可为了过分追求特别、引人注目而犯下取名时应避免的错误。经过综合分析，以下几点是取一个合适的新媒体账号名称不可踩的雷区，具体分析如图 1-9 所示。

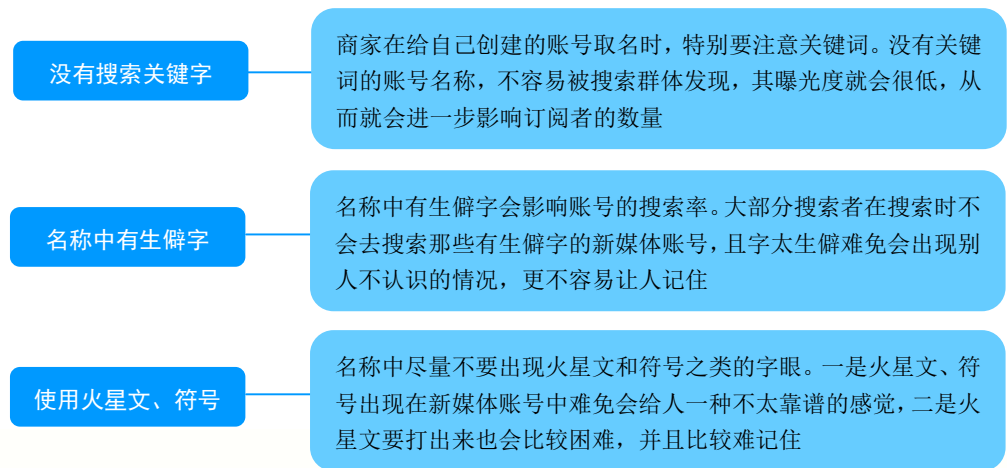


图 1-9 新媒体账号取名时不可踩的三大雷区



006 方便阅读，愿意阅读——完美栏目设置

在新媒体平台上，企业或个人如果要进行平台运营，首先就需要对平台界面进行栏目设置，以便对平台软文进行分类处理，那么了解栏目设置的要求是非常有必要的，主要包括 4 个方面。

1. “眼睛”的艺术：舒适为要

栏目设置作为艺术设计的一部分，是“眼睛”的艺术，读者在阅读时会根据一定的视觉习惯对平台首页的栏目进行有目的的选择。因此，在栏目设置方面，同其他文本设置一样，要遵循一定的视觉习惯，这主要体现在两个方面的问题上，如图 1-10 所示。

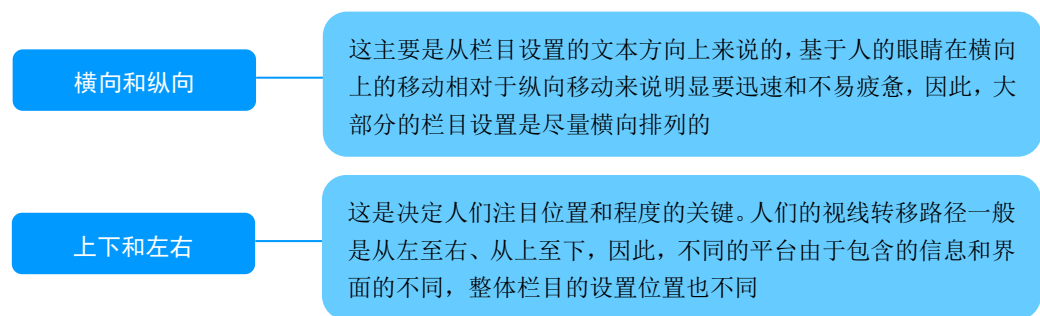


图 1-10 栏目设置吻合视觉习惯要求分析

其中，从上下和左右这一方面来看，在微信、APP 等新媒体平台上，由于手机屏幕所展示的信息有限，因此，在界面上部设置容易引导读者阅读图文内容，而把栏目设置放在下方，这是因为在视区内上部的注目程度比下部高。

2. “手指”的艺术：重在方便

从艺术性和视觉上来说，栏目设置必须吻合视觉习惯，而从实际操作上来说，栏目设置的重点在于方便用户查看，这主要表现在三个方面，分析如图 1-11 所示。

3. 表现的艺术：注意清楚+全面

在新媒体平台设置栏目，目的在于怎样才能清楚、全面地呈现内容，具体如下：

- 所谓“清楚”，即读者在看到栏目名称的时候，就可分辨出该栏目的主要内容，所要寻找的内容在哪一个栏目中可以快速找到。
- 所谓“全面”，即栏目的分类和取名要全面，既要保证平台的运营内容全面呈现，又要保证其栏目名称的设置具有概括性和全面性，不能出现某些内容在所有栏目下无法有序查找的情况。

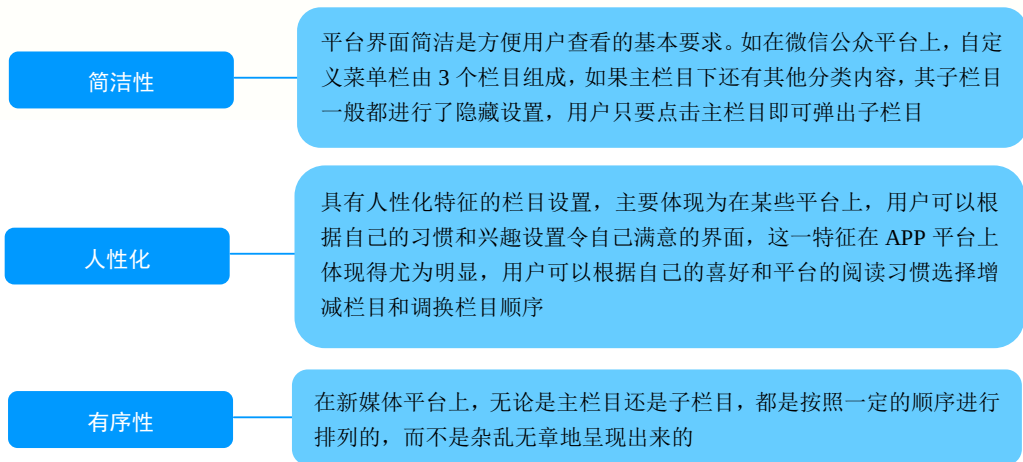


图 1-11 栏目设置的重点

4. 效果的艺术：获取用户关注

企业或个人在新媒体平台上营销和运营，其最终目的是为了吸粉引流。为了实现这一目的，平台运营者不仅在软文内容上提供干货和进行巧妙设置，还积极地通过平台的栏目设置来进行平台互动，以期最大限度地获取读者关注。

首先，在主栏目的设置上，很多平台都设置了与读者互动的活动栏目。其次，在一些新媒体平台(如微信公众号)的后台，还提供了自动回复功能，通过这一功能与自定义菜单的结合，可以引导读者浏览信息，提升平台主动性和用户体验，最终实现吸粉引流。

007 做好规划，避免修改——合理菜单列表

新媒体平台菜单列表设置对于运营一个账号来说是必不可少的。新媒体平台菜单栏目设置的重要性主要体现在以下 4 个方面，具体如图 1-12 所示。

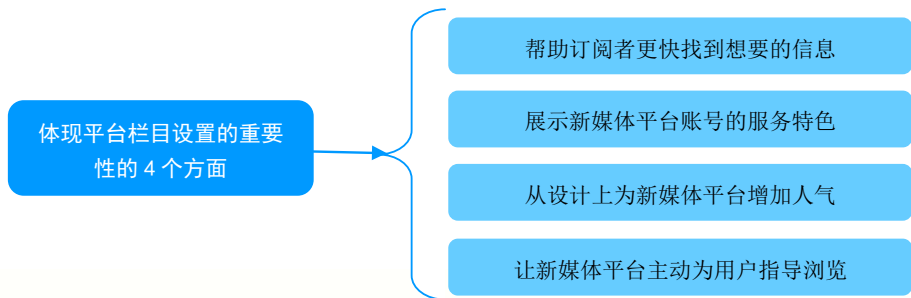


图 1-12 体现平台栏目设置的重要性的 4 个方面



了解了栏目设置对平台的重要性之后，接下来将给大家介绍怎样进行栏目设置，以微信公众平台为例，介绍自定义菜单栏设置的步骤。

在给平台设置自定义菜单栏前，首先需要清楚在平台上可以添加多少个菜单——根据规定，一个公众号可以添加 3 个一级菜单，而一个菜单下最多可添加 5 个子菜单。接下来为大家介绍怎么添加菜单栏。

在微信公众平台后台的功能栏中找到“自定义菜单”按钮，并点击该按钮，就会出现“自定义菜单”页面，然后单击“+添加菜单”按钮，就会进入“菜单编辑中”页面，如图 1-13 所示。



图 1-13 单击“+添加菜单”按钮

在这个页面已经出现了一个一级菜单，只要在页面中的“菜单名称”栏中输入想要设置的名称即可。按照设置一级菜单的方法，运营者还可以对每个一级菜单设置子菜单。

在进行自定义菜单栏设置之前，要先规划好每个菜单栏的作用，这样取名字时就比较方便，而且后期也不需要再重复修改菜单名称。

008 宣传推广，处处皆可——图文跳转页面

有很多新媒体运营者通过把菜单名称设置为图文跳转页面来宣传推广自己平台的相关信息文章，这样可以让用户的点击率更高一点，而且会让用户有好奇心，只要激起了用户的好奇心，那么你的新媒体账号就可以吸引用户的大量关注。

这里主要介绍一下怎样设置微信公众号菜单名称的图文跳转页面，具体步骤如下。

- 步骤 01 单击微信公众平台后台左边操作栏中“自定义菜单”按钮，即可进入编辑“自定义菜单”页面，会看到已经编辑好的菜单栏。单击已经编辑好的菜单栏，会出来已经编辑好的子菜单，单击“小程序”子菜单即可进入子菜单

的设置页面，如图 1-14 所示。



图 1-14 子菜单设置页面(1)

步骤 02 进入子菜单设置的页面后，会看到有 3 个菜单内容，选中“发送消息”单选按钮，会出现 4 个内容形式，如果运营者只是设置菜单名称的图文跳转页面，保持默认设置即可。如果没有就需要单击“新建图文消息”按钮，如果运营者的素材库中有现成的图文消息就直接选择即可，在此直接单击“从素材库中选择”按钮选择素材，如图 1-15 所示。

步骤 03 执行操作后，弹出“选择素材”对话框，选择素材，保存选择的素材后，菜单名称图文跳转页面就设置完成了，最后及时保存编辑好的内容。图 1-16 所示为设置好的菜单名称图文跳转页面。



图 1-15 子菜单设置页面(2)



图 1-16 设置好的菜单名称图文跳转页面

009 吸引点击，盈利可期——网店跳转页面

很多运营者都有自己的微店或是淘宝店，他们会把菜单名称的图文跳转页面设置



为自己微店或者淘宝店的网页跳转页面，这样不仅可以吸引用户点击，还可以为自己的微店或者淘宝店带来盈利。下面为大家介绍在微信公众平台上怎样将图文跳转页面设置为微店或者淘宝店。

将图文跳转页面设置为微店或者淘宝店的链接，要建立在上一节设置菜单名称的图文跳转页面的基础上，因为上一节内容的步骤 01 与将图文跳转页面设置为微店或淘宝店链接的步骤是一样的，所以我们从步骤 02 开始。

进入到子菜单设置的页面之后，选中“跳转网页”单选按钮，在下方的“页面网址”右侧会出现一个文本框，此时只需将微店或者淘宝店的网址复制并粘贴上去即可。图 1-17 所示为页面地址输入页面。



图 1-17 页面地址输入页面

010 实时、高速的互动——自动回复超链接

有时候刚关注了新媒体账号之后，它会发给你一段话，这段话里面还有蓝色的字体可以点击。比如，点击一段话中的“点击绑定”就会跳转到绑定界面，这种就是自动回复框中的文字超链接。

那么，自动回复框文字超链接要怎么设置呢？下面将以微信公众号的“被关注回复”为例进行具体的讲解。

单击平台后台左侧的“自动回复”按钮，单击“被关注回复”按钮，在“被关注回复”页面中编写“加上希望可以跳转的文字”，然后单击“保存”按钮保存。图 1-18 所示为编写的要跳转的文字的页面。



图 1-18 编写要跳转的文字的页面

设置完成后，有新用户关注了微信公众号就会收到这条可以跳转的消息。点击蓝色字体之后便会发生链接跳转，自动回复框中的文字链接就添加成功了。