



第 1 章

账号定位，打造名片



在运营账号时，运营者需要重点做好两方面的工作。一是通过账号定位，确定运营方向；二是通过账号的开通和信息的设置，打造账号名片。本章就重点对这两方面的内容进行具体说明。



- ▶ 5 个维度，准确定位
- ▶ 4 种方法，提供参照
- ▶ 开通账号，设置信息

账号定位就是为微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的运营确定一个方向，为内容发布指明方向。那么，如何进行微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的定位呢？

在微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的运营过程中，必须做好账号定位。账号定位，简单的理解就是确定账号的运营方向。账号定位具体可细分为行业、内容、用户、产品和人设 5 个维度。只要账号定位准确，运营者就能精准地把握账号的发展方向，让运营获得更好的效果。

1.1 5 个维度，准确定位

1.1.1 行业维度，垂直细分

行业定位就是确定账号运营内容的行业和领域。通常来说，运营者在做行业定位时，选择自己擅长的领域即可。例如，从事摄影的人员，便可以在微信视频号、公众号、小程序和朋友圈中分享摄影类的内容。

如图 1-1 所示，为微信视频号“SkyNi”的主页和内容呈现界面。可以看到，该微信视频号就是通过提供高质量的摄影类内容，来吸引微信视频号用户点赞、分享和关注的。



图 1-1 微信视频号“SkyNi”的主页和内容呈现界面

当然，有时候某个行业包含的内容比较广泛，且平台上做该行业内容的账号

也比较多，此时，运营者便可以通过对行业进行细分，侧重从某个细分领域打造账号内容。

比如，化妆行业包含的内容比较多，单纯做教人化妆的账号可能很难做出特色，这时候我们就可以通过领域细分从某方面进行重点突破。这方面具有代表性的当属李佳琦了，这位号称“口红一哥”的美妆博主便是通过分享口红的相关内容，来吸引对口红感兴趣的人群关注。

又如，摄影包含的内容比较多，而现在又有越来越多的人开始直接用手机拍摄视频。因此，微信视频号“贝贝手机摄影”针对这一点专门深挖手机摄影。如图 1-2 所示，为微信视频号“贝贝手机摄影”的主页和内容呈现界面。可以看到，该账号中便分享了大量手机摄影类的内容。



图 1-2 微信视频号“贝贝手机摄影”的主页和内容呈现界面

1.1.2 内容维度，持续生产

微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的内容定位就是确定账号的内容方向，并据此进行内容的生产。通常来说，运营者在做内容定位时，只需结合账号定位确定需要发布的内容，并在此基础上打造内容即可。

例如，微信视频号“木雕小仙女”的账号定位是做木雕作品展示类账号，所以该账号发布的内容以木雕的制作和展示为主。如图 1-3 所示，为该微信视频号的主页和内容呈现界面。

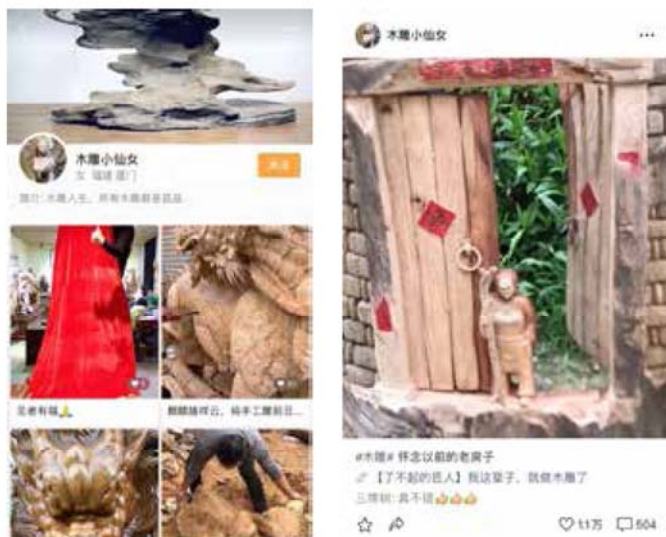


图 1-3 微信视频号“木雕小仙女”的主页和内容呈现界面

确定了账号的内容方向之后，运营者便可以根据该方向进行内容生产了。当然，在微信视频号、公众号、小程序和朋友圈运营的过程中，内容生产也是有技巧的。具体来说，运营者在生产内容时，可以运用以下技巧，打造持续性的优质内容，如图 1-4 所示。

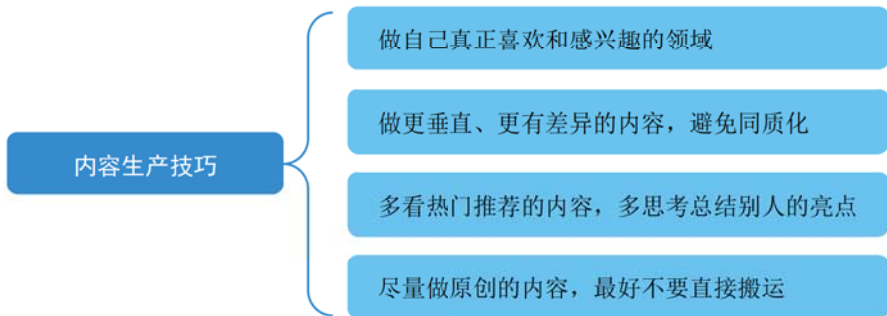


图 1-4 内容生产技巧

1.1.3 用户维度，找准用户

在微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的运营中，找准目标用户是其中非常关键的一环。而在进行平台的用户定位之前，首先应该做的就是了解平台具体针对的是哪些人群、他们具有什么特性等问题。

了解目标用户，是为了方便运营者更有针对性地去发布内容，然后吸引更多目标用户的关注，获得更多的点赞。用户的特性一般可细分为两类，如图 1-5 所示。

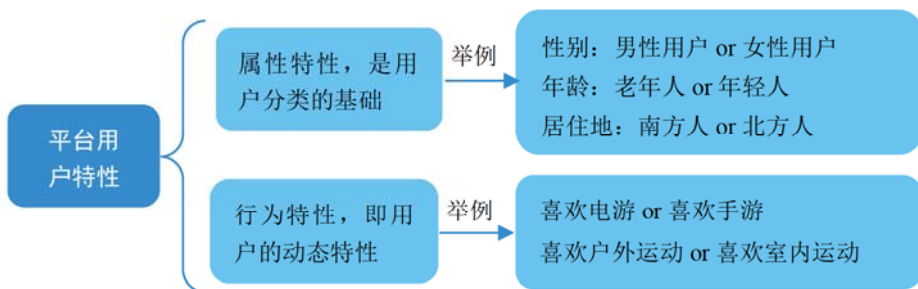


图 1-5 平台用户特性分类分析

运营者在了解了用户特性的基础上，再去进行用户定位。在用户定位的过程中，一般包括 3 个步骤，具体情况如下。

1. 数据收集

数据收集有很多方法可以采用，较常见的方法是通过市场调研来收集和整理平台用户的数据，然后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，这样就能够大致了解用户的基本属性特征了。

2. 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构建过程中对号入座。

3. 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，并在此基础上更好地作出针对性的运营策略和精准营销。

1.1.4 产品维度，围绕货源

大部分运营者之所以要做微信视频号、公众号、小程序和朋友圈的运营，就是希望能够借此变现，获得一定的收益。而产品销售又是最重要的变现方式，因此，进行产品的定位，选择合适的变现产品就显得尤为重要了。

产品定位一般可以分为两种方式：一种是根据自身拥有的产品货源进行定位；另一种是没有货源，根据自身业务范围进行定位。

根据自身拥有的产品进行定位很好理解，就是看自己有哪些产品是可以销售的，然后将这些产品作为销售的对象进行营销推广。

例如，某微信小程序平台中有多种水果可供销售，于是其将账号定位为水果销售类账号。运营者不仅将账号命名为“××水果”，而且还在微信小程序中对多种水果进行了展示。如图 1-6 所示，为该微信小程序的相关界面。



图 1-6 根据自身拥有的产品进行定位

根据自身业务范围进行定位，就是在自身的业务范围内发布内容，然后引导用户去对应的平台购买产品。这种定位方式比较适合自身没有产品的运营者，这部分运营者只需引导用户购买对应的产品，便可以获得佣金收入。

1.1.5 人设维度，打造标签

人设，是人物设定的简称。所谓人物设定，就是运营者通过发布的内容打造人物形象和个性特征。通常来说，成功的人设能在用户心中留下深刻的印象，让用户能够通过某个或者某几个标签，快速想到该账号。

例如，说到“反串”“一人分饰两角”这两个标签，许多人可能首先想到的就是“多余和毛毛姐”这个抖音号。这主要是因为此抖音号中出现的红色披肩长发女性形象是由一个男性扮演的，也就是说，这个人物是反串的。

此外，“多余和毛毛姐”发布的抖音视频中，有时候还会出现一个男性形象，而这位男性就是红色披肩长发的女性形象的扮演者。也就是说，这位男性一人分饰了两角。再加上“多余和毛毛姐”发布的抖音视频内容很贴合生活，而且其中人物的表达又比较幽默搞笑，因此，该账号发布的内容通常会快速地吸引大量抖音用户。

人物设定的关键就在于为所发布内容中的人物贴上标签。那么，如何才能快速地为人物贴上标签呢？其中一种比较有效的方式就是发布相关内容，呈现人物符合标签特征的一面。

例如，微信视频号“浪胃仙本仙”为了凸显自身“大胃王”这个标签，发布了一条短视频。在这个视频中，他直接在店铺中点了30笼蒸饺，并将其全部吃完，如图1-7所示。看到这条视频之后，许多用户不禁惊呼：不愧是大胃王！这样一来，视频中人物的标签便树立起来了。



图 1-7 微信视频号“浪胃仙本仙”发布的短视频

1.2 4种方法，提供参照

1.2.1 根据专长，直接定位

对于拥有自身专长的人来说，根据自身专长做定位是一种最直接和有效的定位方法。运营者只需对自己或团队成员进行分析，然后选择某个或某几个专长，

进行账号定位即可。

例如，“小阿七”是一位拥有动人嗓音的音乐博主，所以，其将自己的账号定位为音乐作品分享类账号，她通过该账号重点分享了自己演唱的一些热门歌曲。

又如，擅长舞蹈的“代古拉k”拥有曼妙的舞姿，因此，她将自己的账号定位为舞蹈作品分享类账号。在这个账号中，“代古拉k”分享了很多舞蹈类视频，这些作品也让她快速积累了大量粉丝。

再如，微信视频号“钢琴课”的运营者擅长弹奏钢琴，因此，其账号名称中直接点出了“钢琴”这两个字。除此之外，他还发布了大量弹奏钢琴的视频，如图 1-8 所示。



图 1-8 微信视频号“钢琴课”发布的相关视频

自身专长包含的范围很广，除了唱歌、跳舞、弹奏乐器等才艺之外，还包括很多方面，就连游戏玩得出色也是一种专长。

例如，游戏《王者荣耀》的一名叫“张大仙”的主播，便将账号定位为自己玩该游戏视频分享的账号，并将账号命名为“荣耀张大仙”，然后在该账号中向用户分享了自己玩游戏的视频。

由此不难看出，只要运营者或其团队成员拥有专长，且该专长的相关内容又是用户比较关注的，那么，将该专长作为账号的定位，便是一种不错的选择。

1.2.2 稀缺内容，更有市场

运营者可以从微信视频号、公众号、小程序和朋友圈中相对稀缺的内容出发，进行账号定位。例如，运营者可以通过自身的内容展示形式，让自己的账号内容具有一定的稀缺性。其中比较具有代表性的当属微信视频号“吃货雪茸堂”和“会说话的二豆”。

“吃货雪茸堂”的定位是一个以分享美食制作为主的微信视频号。但与其他美食制作类账号不同的是，这个微信视频号制作的美食都特别大气。比如，这个账号会分享全羊、全牛的制作方法，如图 1-9 所示。



图 1-9 微信视频号“吃货雪茸堂”发布的相关视频

因为这个账号分享的美食制作的食材都是全羊、全牛等大件的食材，这些食材的成本相对来说比较高，所以，微信视频平台中很少会有类似的美食制作视频。这样一来，“吃货雪茸堂”的视频自然就具有了稀缺性，再加上许多人都有猎奇心理，因此，该账号想不受关注都难了。

微信视频号“会说话的二豆”是一个定位为分享两只小猫日常生活的账号，在这个账号中经常会发布以两只小猫为主角的视频。如果只是分享小猫的日常生活，那么，只要养了猫的微信视频号运营者都可以做。而“会说话的二豆”的独特之处就在于它结合小猫的表现进行了一些特别处理。

具体来说，当视频中的小猫张嘴叫出声时，该账号的运营者会同步配上一些字幕，如图 1-10 所示，这样一来，小猫要表达的就是字幕打出来的内容。而结

合字幕和小猫在视频中的表现，就会让人觉得小猫们很调皮、可爱。

微信视频号平台上宠物类的视频不少，但是，像这种显得有些调皮、可爱的小猫却是比较少的，因此，这个定位为通过字幕分享小猫日常生活的账号，很容易就获取了许多人的持续关注。



图 1-10 微信视频号“会说话的二豆”发布的相关视频

1.2.3 用户需求，更受欢迎

通常来说，用户有需求的内容更容易受到欢迎。因此，结合用户的需求和自身专长进行定位也是一种不错的定位方法。

大多数女性都有化妆的习惯，但又觉得自己的化妆水平还不太高，因此，这些女性通常都会对美妆类内容比较感兴趣。在这种情况下，微信运营者如果对美妆内容比较擅长，那么，将账号定位为美妆号就比较合适了。

例如，微信公众号“认真少女颜九”的运营者本身就是入驻微博等平台的美妆博主，再加上许多用户对美妆类内容比较感兴趣，因此，她在自己的微信公众号中，为用户分享美妆类内容，如图 1-11 所示。

除了美妆之外，用户普遍需求的内容还有很多。美食制作便是其中之一。许多用户，特别是喜欢做菜的用户，通常都会从微信视频号、公众号、小程序和朋友圈中寻找一些新菜色的制作方法。因此，如果运营者自身就是厨师，或者会做的菜色比较多，又特别喜欢制作美食，那么，将账号定位为美食制作分享类就是

一种很好的定位方法。

微信视频号“贫穷料理”就是一个定位为美食制作分享的账号。在该账号中，会通过视频将一道道菜色的制作过程进行全面呈现，如图 1-12 所示。

因为该微信视频号将各菜色的制作过程进行了比较详细的展示，再加上许多菜色都是微信视频号用户想要亲自制作的，所以，其发布的视频内容很容易获得大量播放和点赞。



图 1-11 微信公众号“认真少女颜九”发布的文章

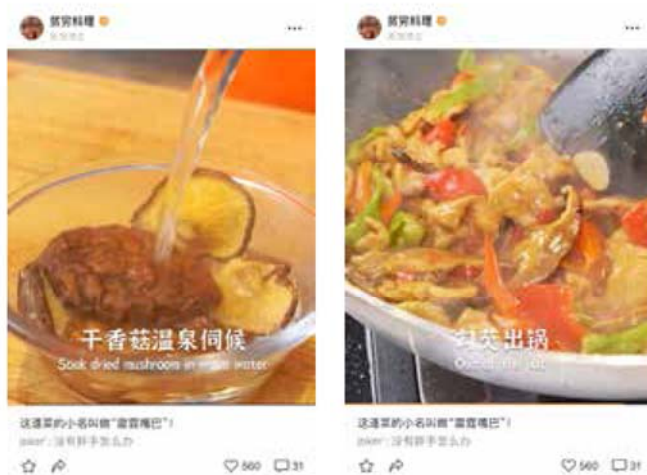


图 1-12 微信视频号“贫穷料理”发布的相关视频

1.2.4 品牌业务，体现特色

相信大家一看这一小节的标题就明白，这是一个微信企业号的定位方法。许多企业和品牌在长期发展过程中可能已经形成了自身的特色，此时，如果根据这些特色进行定位，通常会容易获得用户的认同。

根据品牌特色做定位又可以细分为两种方法：一种是以能够代表企业的物象做账号定位；另一种是根据企业或品牌的业务范围进行账号定位。

微信公众号“三只松鼠”就是经常用一个能够代表企业的物象做账号定位的账号，在这个微信公众号中会经常分享一些内容，而这些内容中会出现三只松鼠的卡通形象，如图 1-13 所示。



图 1-13 微信公众号“三只松鼠”发布的文章

熟悉“三只松鼠”这个品牌的人群，都知道这个品牌的卡通形象和 Logo 就是其发布内容中的这三只松鼠。因此，微信公众号“三只松鼠”的内容便具有了自身的品牌特色，而且这种通过卡通形象进行的表达还会更容易被人记住。

微信公众号“猫眼电影演出”则是一个以企业或品牌的业务范围做账号定位的代表。一看“猫眼电影演出”这个名字就知道，其主要是从事与电影相关的业务。因此，该微信公众号定位为电影信息分享的一个账号。如图 1-14 所示，为微信公众号“猫眼电影演出”发布的一篇文章，可以看到其中对上映电影的票务信息进行了告知。



图 1-14 微信公众号“猫眼电影演出”发布的文章


1.3 创建账号，设置信息

在确定账号的定位之后，运营者还需要开通属于自己的账号，通过一些信息的设置，完成账号的创建，并打造好自己的账号名片。那么，如何开通账号？怎样设置账号信息呢？这一节笔者就来为大家进行介绍。

1.3.1 获得账号，开启运营

对运营者来说，要想开启运营之旅，首先还得有一个可以自主运营的账号。因此，运营者需要通过官方平台创建账号，获得账号的运营权。那么，如何创建属于自己的账号呢？下面笔者就以微信视频号为例对具体的操作步骤进行说明。

步骤 01 登录微信 App，**1** 点击下方菜单栏中的“发现”按钮，进入“发现”界面，**2** 点击界面中的“视频号”一栏，如图 1-15 所示。

步骤 02 进入微信视频号的“推荐”界面，点击界面右上方的  图标，如图 1-16 所示。

步骤 03 操作完成后，进入账号后台界面，点击界面中的“发表视频”按钮，如图 1-17 所示。

步骤 04 进入“创建视频号”界面，运营者可以在该界面中设置账号的

基本信息（系统会默认直接使用微信号的相关信息，如果运营者想要快速注册账号，只需默认设置即可）。①勾选“我已阅读并同意《微信视频号运营规范》和《隐私说明》”复选框；②点击“创建”按钮，如图 1-18 所示。

步骤 05 操作完成后，如果账号后台界面中出现微信视频号的账号信息，就说明账号创建成功了，如图 1-19 所示。



图 1-15 点击“视频号”一栏



图 1-16 点击图标



图 1-17 点击“发表视频”按钮 图 1-18 “创建视频号”界面 图 1-19 账号创建成功

1.3.2 账号头像，事关门面

头像是一个账号的门面，许多用户看一个账号时，通常首先注意的是账号的头像，因此，账号的头像应该是美观大方的。

通常来说，运营者可以根据需要达到的目的设置账号的头像。如果运营者的运营重点是打造自身形象，可以将个人形象照设置为账号头像；如果运营者是以销售产品为主，可以将产品图片设置为账号头像。

那么，如何进行账号头像的设置呢？下面笔者就以微信视频号为例，对具体的操作步骤进行说明。

步骤 01 进入微信视频号的账号后台界面，点击“我的视频号”下方的账号头像一栏，如图 1-20 所示。

步骤 02 操作完成后，进入账号主页界面，点击界面中的...图标，如图 1-21 所示。



图 1-20 点击账号头像一栏



图 1-21 点击...图标

步骤 03 进入“设置”界面，点击账号头像一栏，如图 1-22 所示。

步骤 04 操作完成后，进入“资料”界面，点击界面中的“头像”一栏，如图 1-23 所示。



图 1-22 点击账号头像一栏



图 1-23 点击“头像”一栏

步骤 05 操作完成后，弹出账号头像设置方式列表框。运营者可以选择通过“拍摄”“从手机相册选择”或“使用微信头像”的方式，设置账号头像。以“从手机相册选择”设置头像为例，运营者需要做的就是点击“从手机相册选择”一栏，如图 1-24 所示。

步骤 06 操作完成后，进入“最新项目”界面，在该界面中选择需要设置为账号头像的照片，如图 1-25 所示。



图 1-24 点击“从手机相册选择”一栏



图 1-25 选择需要设置为账号头像的照片

步骤 07 进入账号头像设置界面，选择需要展示为头像的照片部分，点击“完成”按钮，如图 1-26 所示。

步骤 08 操作完成后，返回“资料”界面，如果界面中的头像变成了刚刚选择的照片，就说明账号头像设置成功了，如图 1-27 所示。



图 1-26 点击“完成”按钮



图 1-27 账号头像设置成功

在设置微信视频号头像时有两个基本的技巧，具体如下。

- (1) 头像一定要清晰。
- (2) 个人账号一般使用主播肖像作为头像。
- (3) 团体账号可以使用代表人物形象作为头像，或者使用公司名称、Logo 等。

1.3.3 账号名字，体现定位

运营者在设置账号名称时要注意：账号名字要有特点，而且最好和账号定位相关。那么，如何设置账号名字呢？

在微信视频号中有两种设置账号名字的方式，第一种是在“创建视频号”界面中直接设置；第二种是通过“资料”界面重新设置名字。下面笔者就以通过“资料”界面重新设置名字为例，对具体的操作步骤进行说明。

步骤 01 进入“资料”界面，点击“名字”一栏，如图 1-28 所示。

步骤 02 进入“修改名字”界面，在该界面中①输入需要修改的名字；
②点击“完成”按钮，如图 1-29 所示。



图 1-28 点击“名字”一栏



图 1-29 “修改名字”界面

步骤 03 操作完成后，返回“资料”界面，如果“名字”一栏变成刚刚输入的名字，就说明账号名字设置成功了，如图 1-30 所示。



图 1-30 账号名字设置成功

需要特别说明的是，微信视频号的名字每年只能修改两次。因此，运营者如果要重新设置名字，还需要多加慎重。另外，运营者在设置账号名字时还需要掌握两个技巧，具体如下。

- (1) 名字不能太长，太长的话用户不容易记忆。
- (2) 最好能体现账号定位，让人一看到名字就知道账号的运营方向。

1.3.4 账号简介，要有特色

运营者在填写账号简介时，一定要尽可能地体现自身的特色。只有这样，你的简介内容才会对用户更具有吸引力。那么，如何进行账号简介的设置呢？下面笔者就以微信视频号为例，介绍账号简介的设置步骤。

步骤 01 进入“设置”界面，点击“简介”一栏，如图 1-31 所示。

步骤 02 进入“修改简介”界面，在界面中①输入需要设置的简介内容；
②点击下方的“完成”按钮，如图 1-32 所示。



图 1-31 点击“简介”一栏



图 1-32 修改简介

步骤 03 操作完成后，返回“资料”界面，如果此时“简介”一栏变为刚刚设置的简介内容，就说明账号简介信息设置成功了，如图 1-33 所示。

另外，简介设置成功之后，微信视频号主页中的简介内容也会同步更新，如图 1-34 所示。



图 1-33 账号简介设置成功



图 1-34 主页账号简介内容同步更新

1.3.5 其他资料，自行设置

除了头像、名字和简介之外，运营者还可以对一些其他资料进行设置。以微信视频号为例，运营者还需要对账号运营者的性别和所在地区进行自主设置。

通常来说，系统会根据当前定位，自动选择账号的所在地区。因此，一般来说，账号所在地区不需要再另行设置。当然，如果运营者想将地区设置为其他地方就另当别论了。

接下来，我们就来看看账号运营者性别设置的基本方法。在微信视频号中有两种设置账号运营者性别的方式，一种是在“创建视频号”界面中进行设置；另一种是通过“资料”界面进行设置。下面笔者就来讲解通过“资料”界面设置账号运营者性别的步骤。

步骤 01 进入“资料”界面，点击“性别”一栏，如图 1-35 所示。

步骤 02 进入“设置性别”界面，在该界面中勾选对应的性别；点击右上方的“完成”按钮，如图 1-36 所示。

步骤 03 操作完成后，返回“资料”界面，如果此时“性别”一栏变为刚刚勾选的性别选项，就说明账号运营者的性别设置成功了，如图 1-37 所示。



图 1-35 点击“性别”一栏

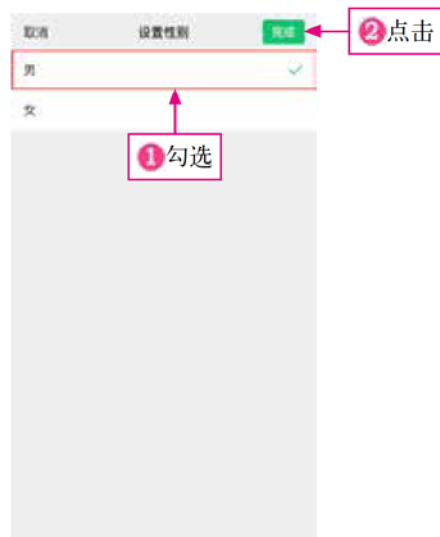


图 1-36 设置性别



图 1-37 账号运营者的性别设置成功