



《读者》微信的运营之路

北京读者天元文化传播有限公司

周 丹

目录 / CONTENTS

01

《读者》微信的运营思考

02

《读者》新媒体的新征程

WeChat

New Media



2018微信订阅号大事件

订阅号信息流改版

(6•20)

Revision



改版产生的影响

Influence



影响一

订阅号单独对话框改版为信息流模式，微信想要扮演“信息管家”角色，夺回流量分发大权。（提升阅读效率，直接拉入分发渠道，以相对公平的方式去竞争，简化阅读步骤，打破头部流量垄断）



影响二

信息流内容依托的是社交推荐、兴趣推荐、热点推荐的平台算法。



影响三

订阅号3-8条被折叠，订阅号上演一波“取关操作”。（养在深闺人不知的号出现，引发取关，营造自己喜欢的阅读环境）



影响四

改版后大号不再像以前那么轻松10万+，3-8条平均阅读数均下降。大号储存粉丝的优势，很难发挥。



影响五

精心定制的功能菜单栏，价值降低。



影响六

内容创业者致力打造的超级页面，集媒体、CMS系统、电商网站、客服为一体，并通过积累粉丝实现自我导流、自我运营、自我商业化的微信流量生态，被打回了自媒体的起点。





微信运营共识



流量聚集

资本加持

头部霸屏

适者生存

品牌效应

需求多元

深挖用户

分化加剧

产业进化

专业运作

分工细化

competition from the internet



读者



《读者》微信的运营思考

坚守 学习 成长

Follow your heart
Learning and Progress



- 《读者》微信为《读者》杂志官方认证微信订阅号，依托《读者》品牌，内容品质优，观点正，美誉度高。
- 截至2018年9月，拥有440万线上用户，日新增用户5500人，日活跃用户数20万人，最新，新榜文化类周排名第5位，微信全行业综合排名居第46位。
- 目前，《读者》微信已成为《读者》核心品牌，成为内容服务的线上综合平台。
- 拥有一批新媒体签约作者资源、优质音频、媒体资源、出版行业资源。



2018年07月

统计数据截止：8月1日 12时 样本数量：625326

数据说明

#	公众号	发布	总阅读数	头条	平均	最高	总点赞数	新榜指数	加
9	 十点读书 duhaoshu	31/248	2479万+	310万+	99984	10万+	137万+	989.7	
10	 有书 youshucc	31/248	2475万+	310万+	99818	10万+	79万+	987.7	
18	 一星期一本书 yer808	31/186	1845万+	310万+	99228	10万+	47万+	973.1	
24	 百草园书店 Bai-Cao-Yuan	31/248	1815万+	310万+	73215	10万+	47万+	969.8	
44	 十点文摘 shidian3650	31/217	1365万+	310万+	62925	10万+	19万+	953.0	
46	 读者 duzhewelxin	31/217	1381万+	306万+	63671	10万+	12万+	952.2	



早期入局者——错失红利期——奋力追赶中



2017年8月

- 全网排名200名之外
- 定位不清晰
- 没有完善的选题制度
- 上帝视角的冷模式推文
- 传统严肃的话语表述
- 远离热点的自我输出
- 品牌形象缺失，标识不强
- 团队原创策划能力弱

VS

2018年8月

- 全网排名46，文化类第5
- 品牌定位：“博采中外、荟萃精华、启迪思想、开阔眼界”
办刊宗旨，符合新媒体时代的传播规律，心灵伴读。
- 完善选题报送机制和例会制度
- 产品思维打造内容：用户画像、开辟特色栏目、话题互动、打磨标题、用户粘性
- 对热点发声，中立客观的立场态度，体现媒体属性和社会责任感
- 排版统一、slogan、品牌头部包装，统一形象、品牌标识
- 原创策划h5、原创作者招募帖



品牌定位

Brand Positioning



我是谁？

大众的认知
品牌的调性

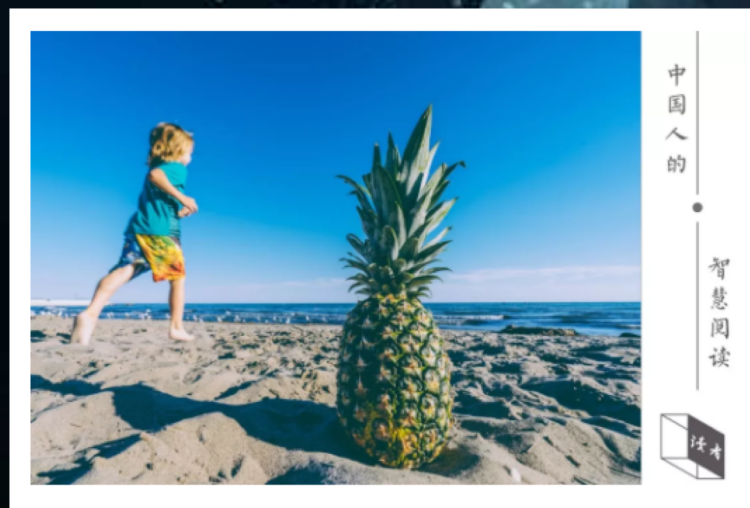
《读者》新媒体

传承
创新





品牌形象



读者·新媒体 中国人的智慧阅读

读者·新媒体 每晚八点 陪你阅读



品牌内核

形象标识

slogan

品牌管理

新品牌塑造





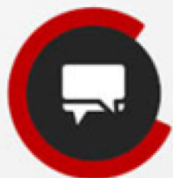
用户画像

User Portrait



性别

女 60%
男 40%



年龄

20~35岁 70%

省份	用户数	
广东省	571593	
江苏省	318431	
山东省	251973	
河南省	244635	
浙江省	235894	
北京	177314	
河北省	164325	
陕西省	163805	
上海	159339	
四川省	149768	

学生

年龄标签：18-24岁
职业标签：学生
收入标签：无收入

就业3-5年内

年龄标签：25-29岁（90后）
职业标签：公司职员、专业人员、机关事业单位人员
收入标签：2000-8000元
教育程度：大专及以上
所在地域：二三线城市

职业成熟期

年龄标签：30-40岁
职业标签：公司职员、专业人员、机关事业单位人员
收入标签：8000+
教育程度：大专及以上
所在地域：二三四线城市



18-24岁和25-34岁人群占比70%

女性用户群体大于男性

人群地域以二、三线、四线为主

职业以学生和公司职员、专业人员为主



读者



数据分析

Data -Analysis



关注竞品——学习

文化类前2：十点读书、有书
全网第一：人民日报
现象级：新世相、拾遗
个人网红：六神磊磊读金庸、咪蒙



阅读数据——自查

每周最优5篇
数据最差5篇

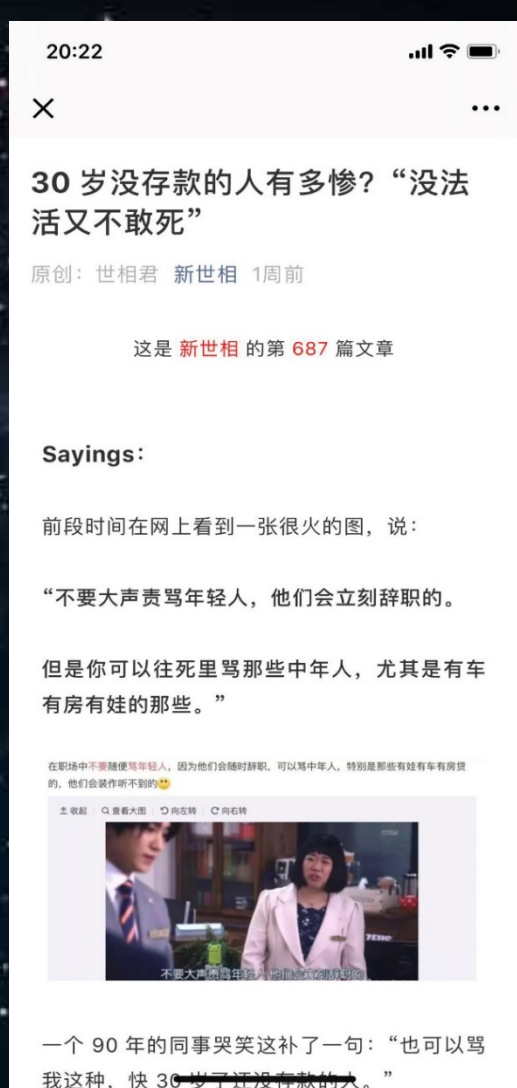
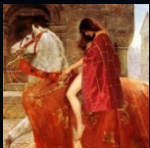


行业数据——聚焦

每周最热文章
爆款刷屏策划
内容业态分析









运营

用户思维

拉新、促活、留存、转化
用户画像、细分人群、心理研判
.....
用户粘性、社群经营、留言回复、
抽奖答谢、情怀
.....

产品思维

形式：图文、音频、视频
调性：资讯？娱乐？深度？文艺？
组织：专题、列表、分类
策划：选题、热点、话题、人物，借势
表达：幽默网感、严肃传统
.....

发散思维

结合热点的创意策划
形式：图文、游戏、投票、征集、测试。
抽奖、评选、赛事、定制服务.....
充分利用人性的弱点，痛点，引爆点、
好玩有趣、娱乐化
.....

品牌思维

调性：真、善、美，亲民
宣传：各种场合的推销、重点策划品牌宣传，
借资源宣传：人民日报的推荐、书店、
新品牌：性格，偶尔皮一下，人格化、人情味
.....

全网思维

微博、微信、人民日报、头条号、
百家号、一点资讯号、喜马拉雅、
蜻蜓FM、荔枝FM等，尽可能地寻
找一切目标用户

商业思维

知识变现、文化电商、
广告、整合营销、政企
服务
.....



栏目垂直化运营

社交情商类

情商、成长、三观、生活；

情商修养、三观养成、
生活方式、处事学问、品德提升

人文社科类

名家、知书、国学

名家名作、文人作者、优秀图书、
国学经典、历史人文

自我成长类

干货、成长、充电

职场干货、职场发展、
成长励志、心路成长

情感心理类

情感、人间、三观、故事

爱情、婚姻、人生故事、
两性、人世间

亲子教育类

亲子

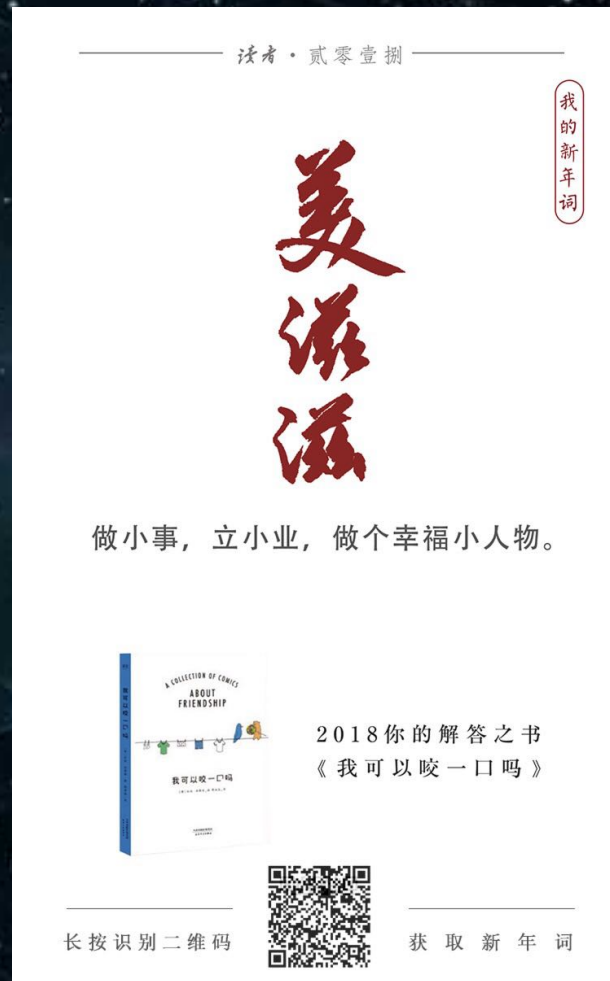
亲子、教育、两代关系、
教养养成、儿童读物、育儿观念

其他

女性 见字 晚安 乐活

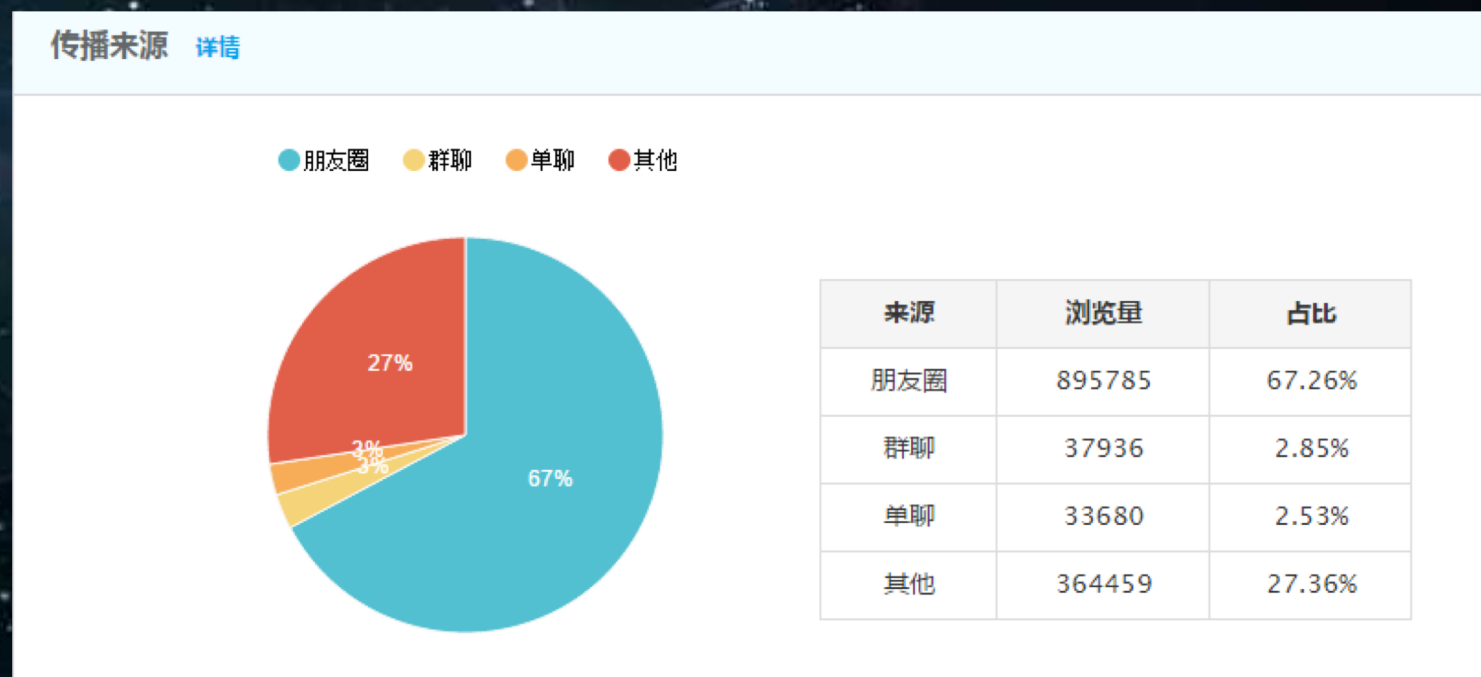


我的新年词

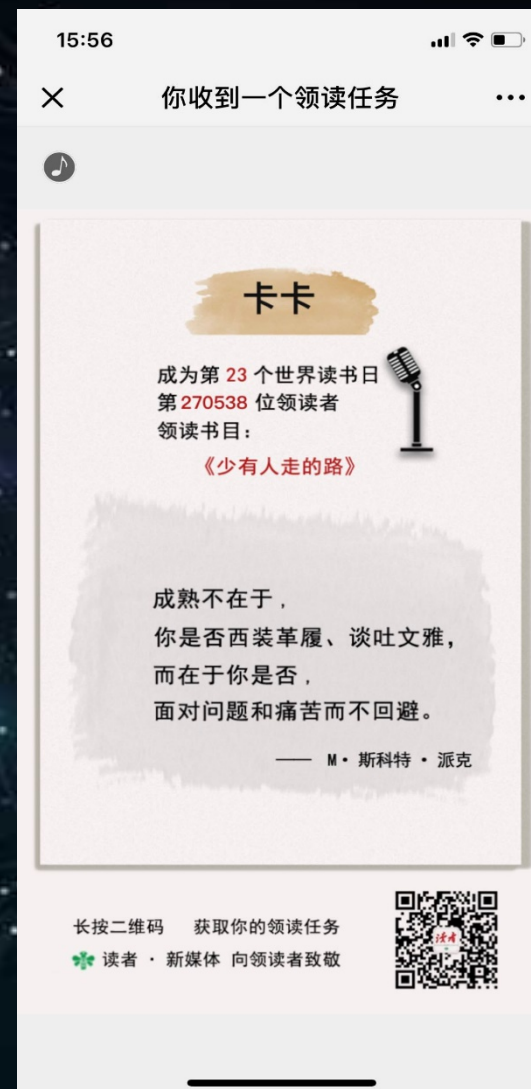
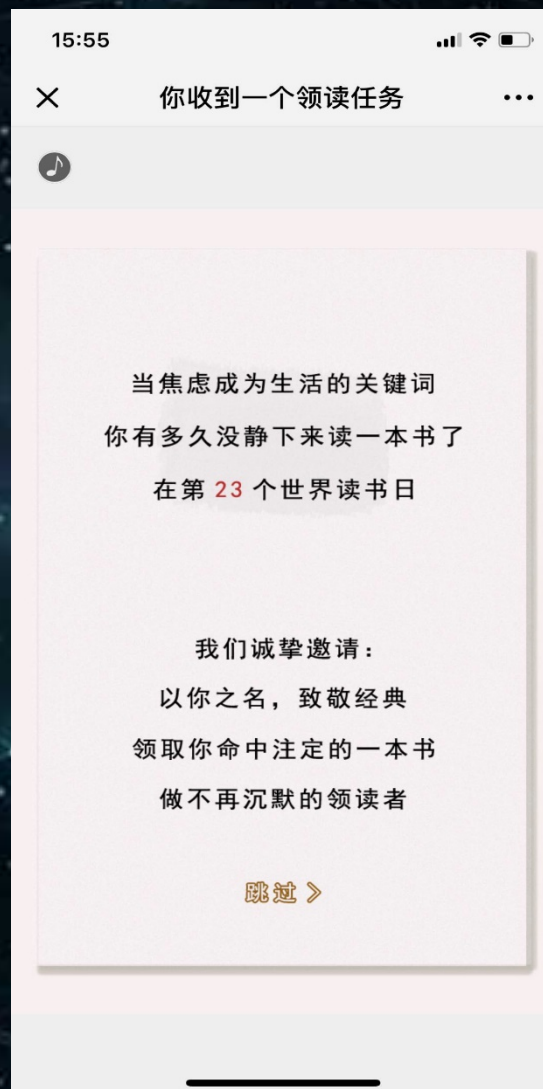
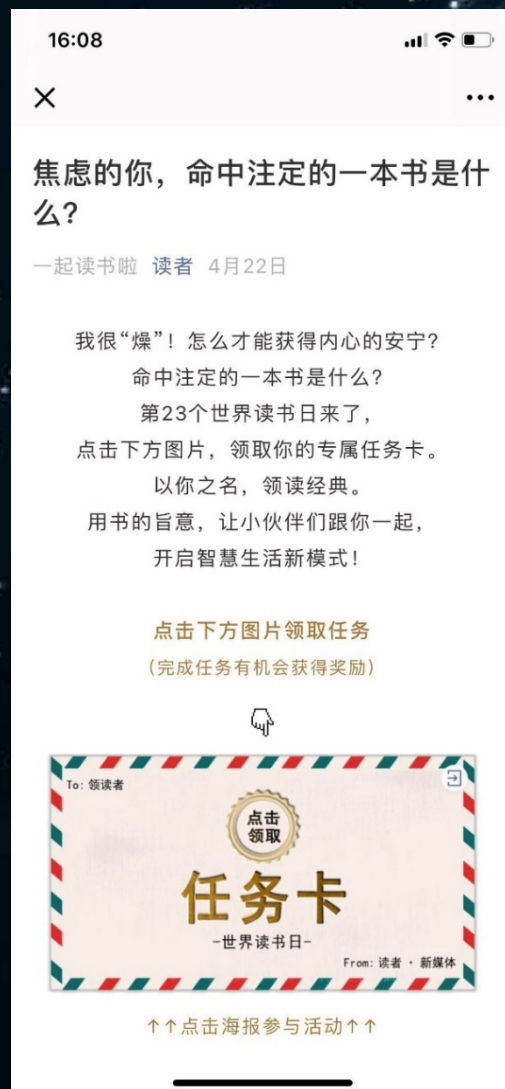


数据：浏览量133万，参与人数87万，三天增粉3万

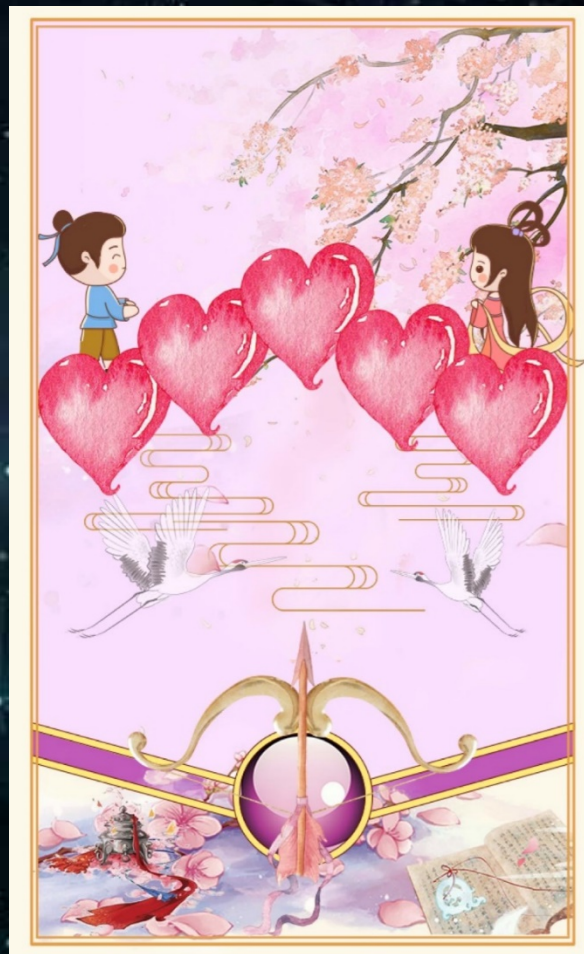
创意——逻辑——风格——执行——复盘



世界读书日领读者计划



七夕爱情JIAN心行动

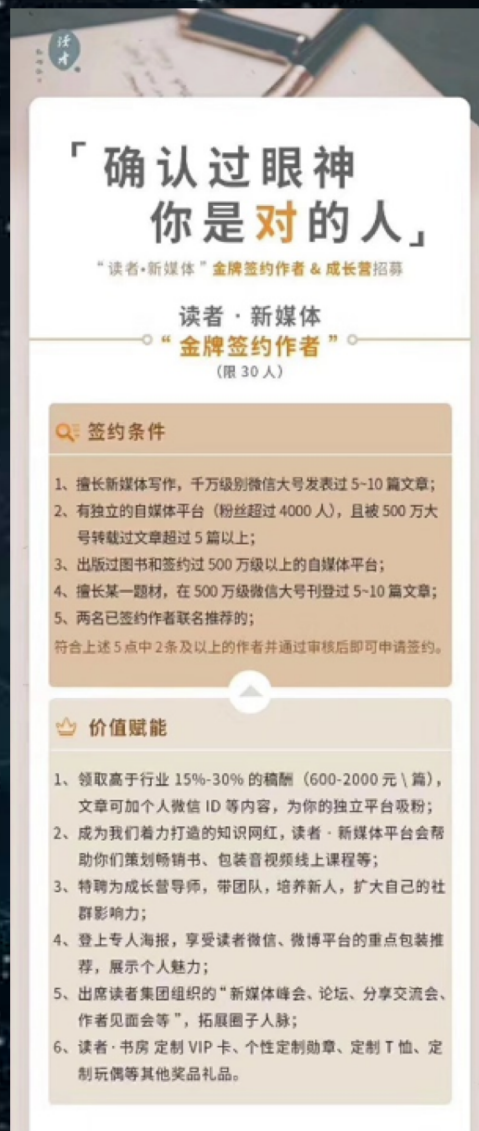


运营工作

- 内容运营：内容改版、栏目设计、选题策划、热点响应、话题等
- 用户运营：用户留言、活动参与、粉丝粘性等
- 活动运营：读者新年签、4.23领读者
- 品牌运营：形象标识、slogan等
- 渠道运营：渠道维护、资源置换、圈内传播等
- 社群运营：包括作者社群、出版社社群、读者社群等
- 营销转化：知识付费、广告、线上电商、线下场景营销

效果

- 核心内容品牌平台
- 电商重点承载平台
- 微信广告策划与执行平台
- 整合营销方案线上执行平台



「确认过眼神
你是对的人」

“读者·新媒体”金牌签约作者 & 成长营招募

读者·新媒体
“金牌签约作者”
(限 30 人)

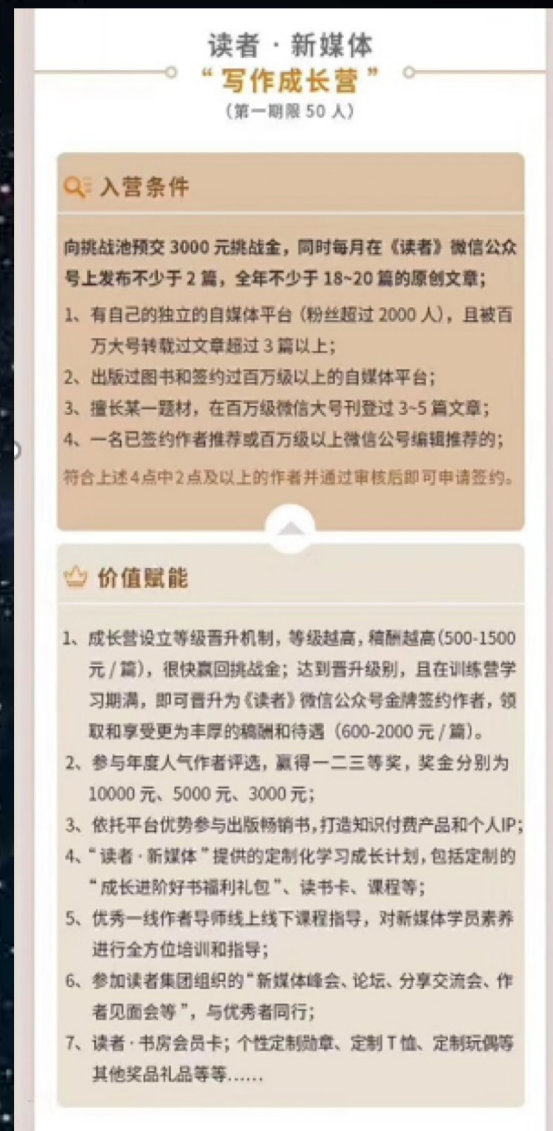
Q 签约条件

- 1、擅长新媒体写作，千万级别微信大号发表过 5-10 篇文章；
- 2、有独立的自媒体平台（粉丝超过 4000 人），且被 500 万大号转载过文章超过 5 篇以上；
- 3、出版过图书和签约过 500 万级以上的自媒体平台；
- 4、擅长某一题材，在 500 万级微信大号刊登过 5-10 篇文章；
- 5、两名已签约作者联名推荐的；

符合上述 5 点中 2 条及以上的作者并通过审核后即可申请签约。

Q 价值赋能

- 1、领取高于行业 15%-30% 的稿酬（600-2000 元/篇），文章可加个人微信 ID 等内容，为你的独立平台吸粉；
- 2、成为我们着力打造的知识网红，读者·新媒体平台会帮助你们策划畅销书、包装音视频线上课程等；
- 3、特聘为成长营导师，带团队，培养新人，扩大自己的社群影响力；
- 4、登上专人海报，享受读者微信、微博平台的重点包装推荐，展示个人魅力；
- 5、出席读者集团组织的“新媒体峰会、论坛、分享交流会、作者见面会等”，拓展圈子人脉；
- 6、读者·书房定制 VIP 卡、个性定制勋章、定制 T 恤、定制玩偶等其他奖品礼品。



读者·新媒体
“写作成长营”
(第一期限 50 人)

Q 入营条件

向挑战池预交 3000 元挑战金，同时每月在《读者》微信公众号上发布不少于 2 篇，全年不少于 18-20 篇的原创文章；

- 1、有自己的独立的自媒体平台（粉丝超过 2000 人），且被百万大号转载过文章超过 3 篇以上；
- 2、出版过图书和签约过百万级以上的自媒体平台；
- 3、擅长某一题材，在百万级微信大号刊登过 3-5 篇文章；
- 4、一名已签约作者推荐或百万级以上微信公号编辑推荐的；

符合上述 4 点中 2 点及以上的作者并通过审核后即可申请签约。

Q 价值赋能

- 1、成长营设立等级晋升机制，等级越高，稿酬越高（500-1500 元/篇），很快赢回挑战金；达到晋升级别，且在训练营学习期满，即可晋升为《读者》微信公众号金牌签约作者，领取和享受更为丰厚的稿酬和待遇（600-2000 元/篇）。
- 2、参与年度人气作者评选，赢得一二三等奖，奖金分别为 10000 元、5000 元、3000 元；
- 3、依托平台优势参与出版畅销书，打造知识付费产品和个人 IP；
- 4、“读者·新媒体”提供的定制化学习成长计划，包括定制的“成长进阶好书福利礼包”、读书卡、课程等；
- 5、优秀一线作者导师线上线下课程指导，对新媒体学员素养进行全方位培训和指导；
- 6、参加读者集团组织的“新媒体峰会、论坛、分享交流会、作者见面会等”，与优秀者同行；
- 7、读者·书房会员卡；个性定制勋章、定制 T 恤、定制玩偶等其他奖品礼品等等……



读者

《读者》新媒体的新征程

产品 运营 执行

SWOT分析法

优势：资源

劣势：限制

机会：时代

威胁：竞争



做什么？

别人在做什么？——

互联网巨头——人工智能

优秀的文化企业——媒体？教育？内容生产出版？旅游？影视？平台？知识付费？文化电商？

我们做什么？——横向、纵向

市场导向

擅长做的事

能撬动的资源

能获得的支持



我们有什么



品牌

《读者》
最大的核心价值



用户

线上+线下
亿万用户



国企

文化国企资源



杂志

38年品牌文化
内容载体



微信

新时代新文化
品牌载体



书房

《读者》
品牌媒介空间



移动端

APP



读者



我们要做什么

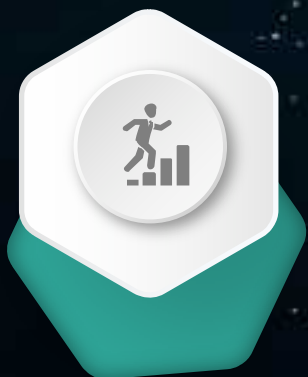
Development ideas

内容矩阵

读者官微+细分领域1+N
文化电商带货变现

整合运营

线上玩法
线下场景



产品开发

网站、app、小程序，
内容变现



IP孵化

平台+作者
孵化培训
价值赋能



线上

文化阅读产品



移动端

APP、网站、小
程序、微信矩阵

媒介思维：

构建吸引力，聚合资源，
做好品牌传播。

品牌



书房

《读者》
品牌媒介空间

线下

文化创意空间

谢 谢



读者