

《新媒体运营全平台解析》

一、**学员对象**：需使用了解新媒体运营的一线员工、新媒体运营专员、企业管理层

二、**课程时长**：2天

三、**课程背景**

近几年，随着互联网不断的发展，我们的企业客户不断被蚕食，员工干劲不足，导致我们的服务越来越远离顾客，为了扭转这种局面，某些中小企业转而与同业打起了价格战，致使成本不断增加，利润越来越薄弱，最后只能被市场淘汰。

为了改变现状，许多企业也在不断寻求方向，想利用新媒体运营让员工动起来、走出去、去创新的玩转营销，但是新媒体对于很多人是一个新鲜事物，看似简单实操很难；目前新媒体平台有很多，如何运用及运用好这些平台才是关键。

何威老师利用大量实践和经验，亲自卧底互联网大厂亲自感受新媒体运营逻辑及其魅力，总结出从内容、用户、社交关系、场景、流量分发、商业化、运营等角度，对快手、抖音、视频号平台进行对比分析。本课程旨在让学员深度学习了解新媒体运营平台算法逻辑，让学员更好的认知新媒体，玩转新媒体。

四、**课程大纲**

第一部分：产品、博主、内容对比

一、**产品**：各有基本盘，功能、场景持续相互渗透

- 1：快手 DAU/MAU 变化情况
- 2：快手活跃留存率情况
- 3：快手/快手极速版 MAU 对比
- 4：快手/快手极速版的 DAU/MAU 对比
- 5：快手主 App 和快手极速版产品对比及向“中心化”转型示例
- 6：抖音关注/推荐/朋友页示例

二、**博主特征**：快手重家族，抖音重明星娱乐，视频号依托腾讯生态

- 1：视频号关注/朋友/推荐页示例

- 2：快手、视频号、抖音日活对比
- 3：快手六大家族及核心主播粉丝数量
- 4：抖音创作者画像
- 5：抖音、快手创作者生态：TOP- 1000 KOL
- 6：抖音、快手内容生态
- 7：抖音、快手创作者生态：粉丝量 TOP- 10 KOL

三、内容特征：快手、视频号记录真实百态，抖音重美好生活

- 1：腾讯内容平台拥有大量创作者储备
- 2：2022 年上半年快手内容分布
- 3：2022 年抖音内容分布
- 4：视频号内容分布

第二部分：用户、社交关系、使用场景对比

一、用户：快手上移抖音下沉，视频号处于渗透阶段

- 1、视频号中最受欢迎的三类视频风格
- 2、2022 年 3 月快手、抖音用户年龄分布
- 3、快手用户城市等级结构对比
- 4、抖音用户城市等级结构对比
- 5、快手/快手极速版与抖音 MAU 对比
- 6、微信社交用户规模
- 7、视频号用户地域特征
- 8、视频号内容特征

二、社交关系：快手老铁粉丝，抖音仰望追随，视频号熟人社交

三、场景：快手、抖音侧重娱乐，视频号兼顾娱乐与专业场景

- 1、快手、抖音 DAU 增长
- 2、快手、抖音用户重合度
- 3、抖音、快手年度热门词云
- 4、抖音、快手各粉丝量级 KOL 视频赞评比分布

第三部分：入口、流量分发机制对比

一、入口对比：快手兴趣社区，抖音单列信息流，视频号深入融合微信场景

二、分发机制：快手偏自主选择，抖音重头部精品，视频号依赖微信社交

- 1、视频号在微信生态里的定位
- 2、快手的“去中心化”分发逻辑示意图
- 3、抖音标签算法与分发逻辑
- 4、视频号推荐模块
- 5、视频号关注模块
- 6、基于点赞的分发(左)基于看过并承载入口的分发(右)
- 7、视频号分发逻辑

第四部分：商业化对比

一、平台收入：抖音各赛道领先，快手电商具备比较优势，视频号处于起步阶段

- 1、抖音、快手分发机制差异
- 二、广告：抖音目前大幅领先，快手增长迅猛，视频号潜力巨大
- 1、快手历年各业务收入
 - 2、字节跳动历年估计收入
 - 3、估算抖音 2020 年各业务收入构成
 - 4、2020 年抖音、快手估计广告收入比较
 - 5、快手广告形式

三、抖音增长迅猛，快手趋于成熟，视频号处于起步阶段

- 1、2022 年抖音、快手估计直播打赏收入比较
- 2、全网 Top 20 主播收到打赏金额
- 3、全网收到打赏 Top 50 主播平台分布
- 4、抖音拥有头部明星优势
- 5、快手/抖音直播用户线上付费能力比较
- 6、快手历年直播收入与增长率
- 7、快手直播付费渗透逐渐饱和
- 8、各平台平均付费率(付费用户数/月活)
- 9、快手直播垂类生态更为丰富

四、抖音总 GMV 增长迅猛，快手具备比较优势，视频号与小程序协同拥有广阔空间

31

- 1、2022 年快手和抖音电商 GMV
- 2、2020/2021 年抖音小店和第三方交易/交易额目标

- 3、抖音 2022 年直播带货 Top10 品类销量与客单价
- 4、快手 2022 年直播带货 Top10 品类销量与客单价
- 5、2022 年 9 月- 10 月抖音直播电商客单价分布
- 6、2022 年 9 月- 10 月快手电商客单价分布
- 7、2022 年抖音商品关联带货视频和直播数量对比
- 8、2022 年抖音各品类商品关联带货视频和直播数量对比
- 9、小程序 DAU 变化

第五部分：运营能力愈发成为各平台核心竞争要素

一、复盘各平台发展史，平台运营能力是核心

- 1、抖音发展历史
- 2、快手发展历史

二、运营能力的背后是组织架构与技术体系的效率，关注后续迭代演进

- 1、抖音组织架构
- 2、快手组织架构
- 3、抖音的审核机制

三、新媒体矩阵布局规划

- 1、新媒体矩阵内容规划-腾讯系
- 2、新媒体矩阵内容规划-字节系/快手/小红书
- 3、新媒体矩阵内容规划-自媒体账号
- 4、新媒体矩阵内容规划-新闻源