

《政务单位新媒体宣传策划、爆款策划》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今数字化时代，新媒体的影响力日益凸显。对于中国移动互联网公司来说，如何利用新媒体进行有效的宣传策划，尤其是打造爆款内容，成为提升品牌知名度、拓展市场份额的关键。同时，政务新媒体的发展也为企业提供了新的思路和借鉴。政务新媒体在信息传播、公众服务、形象塑造等方面取得了显著成效，其成功经验可以为企业新媒体策划提供有益的参考。

随着社交媒体的普及和用户需求的不断变化，新媒体策划需要不断创新和突破。中国移动互联网公司作为行业的领军者，有责任也有必要提升自身的新媒体策划能力，以适应市场的竞争和发展。本课程旨在为中国移动互联网公司的员工提供专业的新媒体策划培训，帮助他们掌握新媒体策划的方法和技巧，提升爆款策划能力，为公司的发展注入新的活力。

【课程收益】

- 1、深入了解新媒体策划的核心要素和方法，提升策划能力。
- 2、学习爆款策划的策略和技巧，提高内容的传播力和影响力。
- 3、借鉴政务新媒体的成功经验，拓展策划思路。
- 4、掌握新媒体平台的特点和运营规则，提高宣传效果。
- 5、通过案例分析和实战演练，提升实际操作能力。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

新媒体和宣传部负责人、同事等

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、新媒体策划概述与趋势分析（9:00 - 10:30）

- 1、介绍新媒体的发展历程、特点和趋势。
- 2、分析新媒体策划的重要性和作用。
- 3、讲解新媒体策划的核心要素和方法。

成功案例分析：以“人民日报”新媒体为例，分析其在内容策划、形式创新、传播策略等方面的成功经验。“人民日报”新媒体通过多样化的内容形式、及时的热点追踪和互动性的传播方式，成为了政务新媒体的标杆。

二、新媒体平台特点与运营策略（10:45 - 12:00）

- 1、介绍常见的新媒体平台，如微信、微博、抖音、小红书等。
- 2、分析不同平台的特点、用户群体和运营规则。
- 3、讲解针对不同平台的运营策略和技巧。

中午休息：12:00 - 13:30

三、爆款策划的策略与方法（13:30 - 15:00）

- 1、分析爆款内容的特点和要素。
- 2、讲解爆款策划的策略和方法，包括选题策划、内容创作、传播推广等。
- 3、分享爆款策划的案例和经验。

成功案例分析：以“丁香医生”微信公众号为例，分析其如何打造爆款文章。“丁香医

生”通过专业的医学知识、生动的表达方式和精准的传播策略，推出了多篇爆款文章，吸引了大量粉丝关注。

四、政务新媒体的成功经验与借鉴（15:15 - 16:30）

- 1、介绍政务新媒体的发展现状和趋势。
- 2、分析政务新媒体的成功案例，如“上海发布”“平安北京”等。
- 3、讲解政务新媒体在内容策划、服务创新、互动传播等方面的经验。

成功案例分析：以“上海发布”为例，分析其如何通过及时发布权威信息、提供便民服务和开展互动活动，成为了上海市民获取信息的重要渠道。

五、新媒体策划实战演练与案例分享（16:45 - 18:00）

- 1、分组进行新媒体策划实战演练，根据给定的主题和要求，制定新媒体策划方案。
- 2、各小组展示策划方案，进行互评和教师点评。
- 3、分享更多的新媒体策划成功案例，总结经验和教训。

成功案例分析：以“抖音美好奇妙夜”为例，分析其如何通过整合抖音平台的资源和优势，打造了一场盛大的新媒体盛宴。

六、成功案例分享（摘选部分讲解）

1、“人民日报”新媒体

在内容策划方面，“人民日报”新媒体紧扣时事热点，推出了一系列有深度、有温度的报道和评论。例如，在抗击疫情期间，“人民日报”新媒体及时发布疫情动态、防控措施和感人故事，为全国人民抗击疫情提供了强大的精神动力。

在形式创新方面，“人民日报”新媒体采用了图文、视频、直播等多种形式，满足了不同用户的需求。例如，“人民日报”客户端推出的“AR看两会”等创新形式，让用户更加直观地了解两会动态。

在传播策略方面，“人民日报”新媒体充分利用社交媒体的传播力，通过微博、微信、抖音等平台进行广泛传播。同时，积极与网友互动，提高用户的参与度和粘性。

2、“丁香医生”微信公众号

选题精准，关注用户关心的健康问题。“丁香医生”微信公众号通过数据分析和用户调研，了解用户的需求和痛点，推出了一系列针对性强的选题，如“如何预防感冒”“减肥的正确方法”等。

内容专业，由专业的医生团队撰写。“丁香医生”微信公众号的文章内容严谨、科学，具有很高的权威性和可信度。同时，文章的表达方式生动、易懂，让用户能够轻松理解专业的医学知识。

传播推广策略得当。“丁香医生”微信公众号通过朋友圈分享、微信群推广等方式，扩大了文章的传播范围。同时，积极与其他媒体合作，进行内容转载和推广，提高了品牌知名度。

3、“上海发布”

及时发布权威信息，成为上海市民获取信息的重要渠道。“上海发布”每天及时发布上海市的政务信息、民生资讯、交通出行等内容，为市民提供了便捷的服务。

提供便民服务，增强用户粘性。“上海发布”推出了“交通查询”“医院挂号”“天气预报”等便民服务功能，让市民能够通过微信公众号轻松获取各种生活服务信息。

开展互动活动，提高用户参与度。“上海发布”经常举办“上海城市形象口号征集”“上海最美景点评选”等互动活动，吸引市民参与，增强用户对上海的认同感和归属感。

4、“抖音美好奇妙夜”

整合抖音平台的资源和优势，打造了一场盛大的新媒体盛宴。“抖音美好奇妙夜”邀请了众多明星、网红和达人参与，通过精彩的表演、互动游戏和抽奖环节，吸引了大量用户

观看和参与。

创新的内容形式和互动方式。“抖音美好奇妙夜”采用了直播、短视频等多种形式，让用户能够随时随地观看和参与活动。同时，通过互动投票、弹幕互动等方式，提高了用户的参与度和粘性。

强大的传播推广策略。“抖音美好奇妙夜”通过抖音平台、微博、微信等社交媒体进行广泛传播，同时与各大媒体合作，进行宣传报道，扩大了活动的影响力和传播范围。

5、“共青团中央”新媒体

“共青团中央”新媒体在内容策划方面，紧扣青年关注的热点话题，如就业创业、志愿服务、文化娱乐等，推出了一系列有针对性的内容。例如，在“五四”青年节期间，“共青团中央”新媒体推出了“青春向党·奋斗强国”主题活动，激发了广大青年的爱国热情和奋斗精神。

在形式创新方面，“共青团中央”新媒体采用了动漫、短视频、直播等多种形式，吸引了广大青年的关注。例如，“共青团中央”官方微博推出的“青年大学习”系列动漫视频，以生动有趣的形式讲解党的理论知识，受到了广大青年的欢迎。

在传播策略方面，“共青团中央”新媒体充分发挥共青团的组织优势，通过各级团组织的官方微博、微信等平台进行广泛传播。同时，积极与青年互动，提高用户的参与度和粘性。

6、“央视新闻”新媒体

“央视新闻”新媒体在内容策划方面，注重新闻的权威性和及时性。通过及时发布国内外重大新闻事件、解读政策法规、关注民生热点等内容，为用户提供了全面、准确的新闻资讯。

在形式创新方面，“央视新闻”新媒体采用了直播、短视频、H5等多种形式，丰富了新闻的呈现方式。例如，“央视新闻”客户端推出的“VR看两会”等创新形式，让用户更加直观地了解两会现场。

在传播策略方面，“央视新闻”新媒体充分利用央视的品牌优势和资源优势，通过电视、广播、网站、客户端等多种渠道进行广泛传播。同时，积极与网友互动，提高用户的参与度和粘性。

7、“平安北京”

“平安北京”在内容策划方面，以安全防范、交通出行、治安管理等为主题，推出了一系列实用的内容。例如，在春节期间，“平安北京”发布了“春节安全防范指南”，为市民提供了安全出行、防火防盗等方面的建议。

在形式创新方面，“平安北京”采用了图文、视频、直播等多种形式，增强了内容的可读性和吸引力。例如，“平安北京”官方微博推出的“警察故事”系列视频，通过讲述警察的真实故事，展现了警察的风采和奉献精神。

在传播策略方面，“平安北京”充分利用社交媒体的传播力，通过微博、微信、抖音等平台进行广泛传播。同时，积极与网友互动，提高用户的参与度和粘性。

8、“深圳卫健委”

“深圳卫健委”在内容策划方面，以健康科普、医疗服务、疫情防控等为主题，推出了一系列有价值的内容。例如，在疫情期间，“深圳卫健委”及时发布疫情动态、防控措施和科普知识，为市民提供了全面的疫情防控信息。

在形式创新方面，“深圳卫健委”采用了漫画、短视频、直播等多种形式，让内容更加生动有趣。例如，“深圳卫健委”官方微信推出的“卫你画健康”系列漫画，以幽默风趣的方式讲解健康知识，受到了市民的欢迎。

在传播策略方面，“深圳卫健委”充分利用社交媒体的传播力，通过微博、微信、抖音

等平台进行广泛传播。同时，积极与网友互动，提高用户的参与度和粘性。

9、“成都发布”

“成都发布”在内容策划方面，以成都的文化旅游、美食美景、城市建设等为主题，推出了一系列有特色的内容。例如，在成都大运会期间，“成都发布”及时发布大运会的赛事动态、场馆介绍和志愿者风采等内容，为大运会的成功举办营造了良好的氛围。

在形式创新方面，“成都发布”采用了图文、视频、直播等多种形式，展现了成都的魅力和活力。例如，“成都发布”官方微博推出的“成都夜太美”系列视频，通过展示成都的夜景和夜生活，吸引了大量网友的关注。

在传播策略方面，“成都发布”充分利用社交媒体的传播力，通过微博、微信、抖音等平台进行广泛传播。同时，积极与网友互动，提高用户的参与度和粘性。