

公众号推文阅读量多少算高,公众号什么文章阅读量高

产品名称	公众号推文阅读量多少算高,公众号什么文章阅读量高
公司名称	天津联合尚世网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市南开区黄河道与广开四马路交口西南侧格调春天花园34-3、4-1504-06（注册地址）
联系电话	1893920100 18939200100

产品详情

公众号推文阅读量多少算高

理论上讲，公众号发布的文章数量越多，当天阅读量越高，转化越多。

比如某公众号有10万粉丝：发布1篇头条文章，1万阅读量，转化200个粉丝。发布1篇头条文章，再发布1篇非头条，就能转化400个粉丝吗？

当然没这么好的事了。

因为头条阅读量1万，但次条阅读量很可能只有1K甚至更低，头条+次条总阅读量就只有1.1万。目前业内公众号头条文章阅读率是5%左右，次条文章阅读率不足1%。

更何况，现在多数公众号头条阅读率低于5%，一个10万粉丝的公众号，次条文章阅读量如果能达到2000。就谢天谢地了。

所以接下来出现了三种发布模式。

1、单篇原创

假设，一篇头条+两篇非头条，总阅读量是1.2万，转化300个粉丝。

这三篇文章全都必须是原创，那么创作成本是非常高的，耗时至少10小时以上，回报却很少。这就是很多帐号头条发布一篇原创，次条却不肯写原创文章的原因之一。

对于纯原创型的公众号，只发布一篇原创文章，生产成本低，回报成正比。发布多篇原创文章，生产成本低，回报不成正比。

2、单篇原创+多篇转载

为了解决这种问题，很多做纯原创的公众号，会转载文章到自己的号上。放在非头条位置，而头条依旧发布原创。

只要转载文章质量好，那么阅读量其实就不会和原创区别多大，并且粉丝看的是文章内容，对于是否是原创，并不是考虑因素。

这种情况下，虽然粉丝转化率可能降低了，并且还给其他公众号免费引流了，但创作成本却降下来了。

换句话说，这种模式回报又成正比了，而且比只发布一篇文章回报更高。对于不需要塑造IP影响力的原创公众号，这是一种性价比很高的运营模式。

3、多篇原创

如果具备充足的运营人员、时间、资金、已经规划好商业模式，公众号发布多篇文章是好的模式，业内的自媒体都是采取这种创作模式。

通常不同的原创文章，由不同的作者生产。比如视觉志的文章都是原创，《4000万阅读，增加粉丝50万，视觉志逆天了!》这篇文章，就是由其公司内部编辑创作的。

优质的原创文章，很容易出现爆文，可以塑造品牌，构建出竞争壁垒。的不一定是好的，但肯定是别人没有的，在商业运作过程中，是一个很好的竞争手段。

当然，公众号的原创文章严格意义上来说不能叫，只能是独特。但能做到独特，就已经能在同行里占据一席之地了。1000个铁杆粉丝理论说的就是这个道理。

总结成一点：首先要考虑成本及回报，再决定发布多少文章。

公众号什么文章阅读量高

1. 关注度

选题关注的读者越多，文章阅读量自然就高。

关注度，主要从2方面提升：覆盖人群、痛点程度。

想要覆盖人群广，首先要了解公众号传播机制——基于圈层传播。

公众号阅读量增长主要靠读者分享朋友圈，而朋友圈内大多都是同圈层的人。

运营人，他的好友大多是运营人;浙江人，他的好友大多是浙江人。什么样的人，有什么样的好友，传播什么样的内容。

因此，《震惊!.....》、《吃XX同时吃XX会砒霜中毒》等文章，在老一辈的圈层里传得很广，鲜少看见年轻圈层转发。

文章受众圈层越广，选题覆盖人群也就越多。同样是写家乡的，《厉害了，我的XX县城!》，选题覆盖人群可能只有县城的几十万;如果写《厉害了，我的上海!》，覆盖人群至少数千万!

受众圈层，可以按照人群标签划分，比如年龄、地域、性别、行业、身份……

覆盖人群广，仅仅意味着潜在目标读者多，并不意味着他们会对选题内容感兴趣。读者感兴趣的话题，必定是直戳痛点，满足内心渴望的。

打个比方，选题的覆盖人群同样是孕妇，一个关于孕妇的时尚着装，一个关于孕期饮食禁忌。不用说，都知道对哪个更感兴趣。

2. 价值感

读者看文章，肯定是想收获点价值的。无论是娱乐价值，还是新知。总得来说，价值感分为6点：

1) 引发共鸣

文章阐述的观点，能够引发读者强烈共鸣，让读者看了文章后，忍不住感慨：“文章中说的就是人啊，这就是我想说的话啊。”

2) 颠覆认知

打破读者惯性思维，颠覆认知。烂大街的事情，再写就没什么意义了。要写就写一点耳目一新、新奇特的。记住，狗咬人不是新闻，人咬狗才是。

3) 提供新知

给读者提供新知、干货。解决是什么、为什么的问题。这类文章写得好，很容易成为圈内 KOL。

比如，疫情期间出圈的“回形针”，一条科普什么是肺炎的视频全网播放量超 1.5 亿。

4) 解决方案

提供读者某个问题的具体解决方案。解决的是怎么做的问题。

比如，美食大号“菜菜美食日记”，每次看完文章后，就能照着做出一道菜来。

5) 情感价值

满足读者的治愈、感动、励志、愤怒、快乐、缺乏安全感等情感需求，打动读者。情感类公众号专攻这块。

6) 新闻价值

相关领域的新闻出现时，能在时间，从角度出发，给读者具有独特性、价值性的内容。

比如，做社会新闻的“南方”、互联网新闻的“36Kr”、科技新闻的“爱范儿”……

3. 新鲜度

每个人每天都要接收无数信息，要想引起读者注意，就得不落窠臼。

我印象特别深的是，疫情期间，大多数人都在写：疫情为什么发生、国内外疫情防控对比、疫情下的感人故事……

有个平时阅读只有几百的小号，打破常规选题套路，从传播学的角度，写了疫情期间谣言为什么盛传及个人在群体效应下的反应，轻轻松松突破 10万+。

垃圾分类刚执行时，很多人在吐槽新规，或遇到的奇葩事。有人借势写了《垃圾男人分类图鉴》，1天，阅读量破百万。

新的呈现形式，也能给到读者新鲜感。

例如，每次推送语音的“夜听”、做条漫的“有趣青年”、几句话插表情包的“小声比比”……