洛阳公司搭建自媒体矩阵实现网络营销推广

产品名称	洛阳公司搭建自媒体矩阵实现网络营销推广
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	套餐一:2000 套餐二:15000 套餐三:50000
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

产品详情

现如今，网络上优质的内容是大家趋之若鹜的。内容是自媒体的灵魂，而其中自媒体的内容也值得重视。自媒体矩阵不仅仅是把写好的文章分发到各个平台就完事了，在「内容为王」的时代，不管是个人还是企业，自媒体矩阵都显得尤为重要。

一、什么是自媒体矩阵？

自媒体矩阵是一种多平台分发的内容营销，它首先必须包含一个确定的商业目标，可以是获取流量、品牌影响，促进成交等等。

比较常见以下几类：

1、内容型矩阵

同样的平台

不同的内容

一般常见的：

细分领域（比如时尚类细分成服装领域、美妆领域、配饰领域等等领域）

不同内容（比如电影类分成不同的搞笑类、情感类、科幻类等等内容）

就我们看微博的时候，会发现同样的一家电商自媒体，它的自媒体类型划分了十几个账号，每个账号都是几万到几百万不等的粉 丝量。

2、平台型矩阵

同样的内容

不同的平台

一般常见的：

引流型（比如主体是公众号，其他平台都是用来引流到公众号）

平铺型（比如都是主体，所有的平台都是主内容建设）

举个例子：刚做自媒体的朋友，主体选择的是公众号，前期肯定涨加粉不易，会有一段挫败期，除非功底特别好，一篇爆文产生10W+的阅读量，瞬间带来一批种子受众；但这毕竟不是人人都可以的。

所以前期想做好公众号就可以主体是公众号，一篇文章分发个十几个平台，增加文章的曝光度，比每篇文章都在微博、知乎、大鱼、企鹅、网易、百家号等等各种平台上发布，而终矩阵的结果就会加速粉丝的增长。

3、展现型矩阵

同样的内容

不同的展现

列举一些类型：

文字型（比如就文章）

图片型（比如搞笑图片）

视频型（比如热门视频）

音频型（比如喜马拉雅音频故事）

举个例子：这种类型是比较难做的一类，因为文章写得好，换着用音频去说又是一个味道，再换着用视频拍出个段子又是另外一种感觉，所以这类矩阵一般是文字、图片、音频三类加一起的矩阵。

二、哪些是自媒体平台？

自媒体分广义的自媒体和狭义的自媒体，广义的自媒体可以追溯到上世纪末，当时的个人主页，BBS个人专辑都可以叫自媒体。

狭义的自媒体则是以微信公众号为标志，今日头条，百度百家，腾讯企鹅为主的新媒体开放平台，当然还有现在的短视频平台，抖音、快手、微视等。

所以你得了解各个平台的特点和玩法，再针对性地进行分发甚至二次创作，而不是简单利用分发平台一键群发。

所以真正要做好自媒体矩阵，要依据自己的商业目标，选择良佳媒介组合，输出与市场需求相匹配的创意内容，三者缺一不可。

三、为什么要做自媒体矩阵？

1、低成本获取更多精准流量

聚美优品成立之初，在人人网注册了一个女性马甲，伪装成具有多年BB霜使用经验的美妆达人，写了一篇软文告诉大家BB霜是什么，如何判别优劣即选购等。这篇文章当时获得了几十万次阅读，为聚美优品贡献了几十万的销售额。

2、打造IP

IP的特征是自带流量和转化的，任一条件不满足都不能称为IP。范冰冰是娱乐IP，叶茂中是营销IP，旭旭宝宝是游戏IP。

若想打造自己的IP，你得输出优质的内容来博取用户的关注，自媒体矩阵便是内容的载体。

3、沉淀粉 丝

好的内容会为你留住用户，转化为粉
丝。常规营销通常是用户购买之后，获得优质体验才对品牌有忠诚度。

但是内容营销打破了这种规律，你也许还未购买就已经被深深吸引住，成为了小迷弟/小迷妹。

4、行业环境

随着PC流量越来越低，移动流量越来越碎片化，要想承载内容营销，自媒体矩阵是性价比比较高的方式。

四、如何做自媒体矩阵？

自媒体矩阵的玩法可分企业版和个人版

现在很多中小企业都需要新媒体内容来推广，曝光企业的产品，宣传企业的文化，让各大用户记住。那么企业如何去搭建一个新媒体矩阵。

个人的自媒体矩阵做法：个人做自媒体矩阵，说穿了是空手套白狼。其中收益主要来自于平台补贴，商业合作（对接行业上下游供应商）。

所以你得这么玩（只玩视频）——

选择平台

选择领域

制作内容

1、选择平台

以自媒体平台为主，因为有补贴~

今日头条|流量大稳定

百度百家|单价高

企鹅号|补贴高

大鱼号|专门拿奖金

补贴我以头条为例：

原创粉 丝播放单价涨到3~6倍

签约作者播放单价涨16~20倍以上

假设1万播放5块钱，签约作者就可能是100块钱/万播放。单号单日收益轻松破千…

2、选择领域

领域无好坏之分，凭自己爱好即可，除了社会和军事类，因为经常容易出现审核不过，权重过低的情况。

如果你没有什么特长，也没有什么爱好，就可以试试一些简单的领域，买本书几天就能学会。比如简笔画这种东西，想学得人不少（类似的领域有很多）。

3、制作内容

内容说透了就2点

元素和过程

元素要丰富。

可以是人、宠物、工具、梗、情感、声音、色彩光线，字幕。

过程要连贯。

比如美食号，过程就可以是展现—处理—炒菜—成品。

按这2个方向去想，再去“ 借鉴 ”同行，很快就能做出优质的作品。

然后素材这样找比较高效的——

相关公众号（新榜|搜狗微信）

微博-同领域

相关论坛

自媒咖平台

总之要根据自己企业的产品、业务、品牌等维度设置自己的新媒体账号矩阵，个人或企业自媒体也可以根据个人爱好、兴趣、擅长等维度设置自己的自媒体账号矩阵。

不管个人还是企业，设置新媒体账号矩阵的目的就是从多个维度覆盖自己的用户和受众，让受众和用户成为自己的粉 丝，从而带来经济价值和效益。

自媒体矩阵如何引流到公众号

1、自媒体平台和微信的内容定位一致

和上一篇抖音引流一个道理，内容一定要有很强的关联性，这样才能吸引到同一类型的精准用户，才能大大提升转化率（自媒体内容转微信的转化率）。

如果你的公众号是发情感鸡汤，那你自媒体平台发的内容和领域也一定要是情感和鸡汤类的。内容一致后，对你内容感兴趣的用户才会再次去关注你的公众号。也就实现了间接关注，也是通过抖音实现了间接的变现。

2、在文章末尾留一句话公众号的信息

如上图上面展示的一样，他的内容是属于情感鸡汤类型的。当然，他的公众号也是发情感鸡汤类的美文。内容统一后，引来的粉 丝当然也是喜欢看这类内容的了。

只要在每篇文章末尾留下你的一句话引导文案，就可以轻松引流到你的公众号。

3、多平台注册同一个名字，一篇多平台发

每个平台都注册同一个名字或者类似的名字，就可以实现一篇文章多个平台发布，也都是在文末加上你公众号的一句话引流信息。

这个就是我们所说的自媒体矩阵引流法，这样引流的效率会大大的提高。