

# 如何在知乎上做好内容营销？

产品名称	如何在知乎上做好内容营销？
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

## 产品详情

产品驱动的营销，已过去了。现在以人为本，有关系有人脉，才是目前主流的营销模式，而内容营销是当下成本低，也是营销界的香饽饽，获客的主流形式。研究表明，超过90%的B2B都在使用内容营销，超过80%的B2C营销商使用内容营销，可见内容营销是未来的运营趋势。但是，内容营销并不是蹭个热点，写篇软文，就是内容营销了。同理，内容营销不是人云亦云的照搬网络热帖，更不是肆意\*屏博取眼球，而是基于用户定位基础之上的触及。因此，接下来的内容一起来看下内容营销到底怎么做？针对知乎引流，我们研究一套比较高效的方法，同时我们整理了大量知乎推广资料（包含知+、知乎信息流，知乎运营算法指南、知乎好物、知乎行业解决方案，以及案例），参考价值非常大可以让你少走很多弯路。

一、知乎内容营销价值内容的质量、相关性只是影响内容成功的40%，选择一个适合的平台进行高效投放才是重要的，而以内容为主的小红书、知乎等平台，价值具体如下：1、知乎权重高，易上排名知乎百度指数已经超过14万，在搜索引擎里每天都越来越多的用户在搜索知乎，在站外搜索平台，用户搜索时，知乎的优质内容会被优先展现，知乎在百度搜索上的权重达到10；在搜狗搜索上有知乎专区；在Google上也有很高的权重。2、热点内容持续发酵，带来长效曝光一个好内容，知乎三个月内\*\*\* TOP 1000的问题中，44.9%的问题已经创建一年以上，平均创建时间为19.7个月，至今仍被不断激活流通。这就是知乎长尾效应。3、高效覆盖用户知乎内容效果广告已实现PC端、WAP端、APP端”三端“打通，实现跨端连屏，多元场景帮助广告主全面覆盖核心用户路径，精选\*\*资源、更优性价比开拓广阔的创意空间。二、知乎内容营销怎么做1、确定你的受众群体消费主体是谁，性别，年龄区间等等，地理位置、心理特征及行为习惯，一般定位越精细，越可以内容方向。案例1：江小白，围2、做好选题选择尽量要贴近目标受众用户的生活，能帮助用户解决内容的渴望和需求，如七夕前，可以以送什么情人节礼物，鲜花、巧克力、钻戒等等，增加用户的搜索热点，也符合用户当前的搜索需求，这样就可以直接获得\*\*，以及后续的变现。3、做好内容创作内容创作是非常复杂的事情，它不于文字，它可以包括文字、图片、信息图、音频、视频等多种形式存在。内容营销中的“解决方案”和“产品”并不是割裂的。实际上，用户通过内容内容了解产品，需要包含创造、组织、分配、详述过程。如：科学种草的「康世品物」，用知识科普激发用户好感，促进商品带货能力，实现了阅读量4537次，插件点击量461次，插件点击率10%，收藏量328次。4、对内容进行评估内容营销中的评估是重要的，是评判内容营销是否成功的重要基础工作。具体参考数据如下：（1）能见度：触及率、曝光次数（2）喜爱度：能够引起点击者的兴趣程度有多少，跳出率多少（3）行动度：点击后驱动采取行为消费的比例有多少（4）分享度：分享次数占曝光次数的比例是多少，衡量内容被传播的情形。5、内容营销投放内容营销的终目的是能够实现引流。所以，手段参考如下：（1）使用5118工具查询行业热门关键词，结合数据分析用户的需求，拓展长尾

词，优选搜索量高，转化率高、难度低的关键词植入内容中。这样可以\*\*关键词的曝光次数，对转化也会有帮助。（2）用内容做引流，利用优质的内容，植入广告内容。但前提必须想清楚，如何将内容做到大限度的曝光。