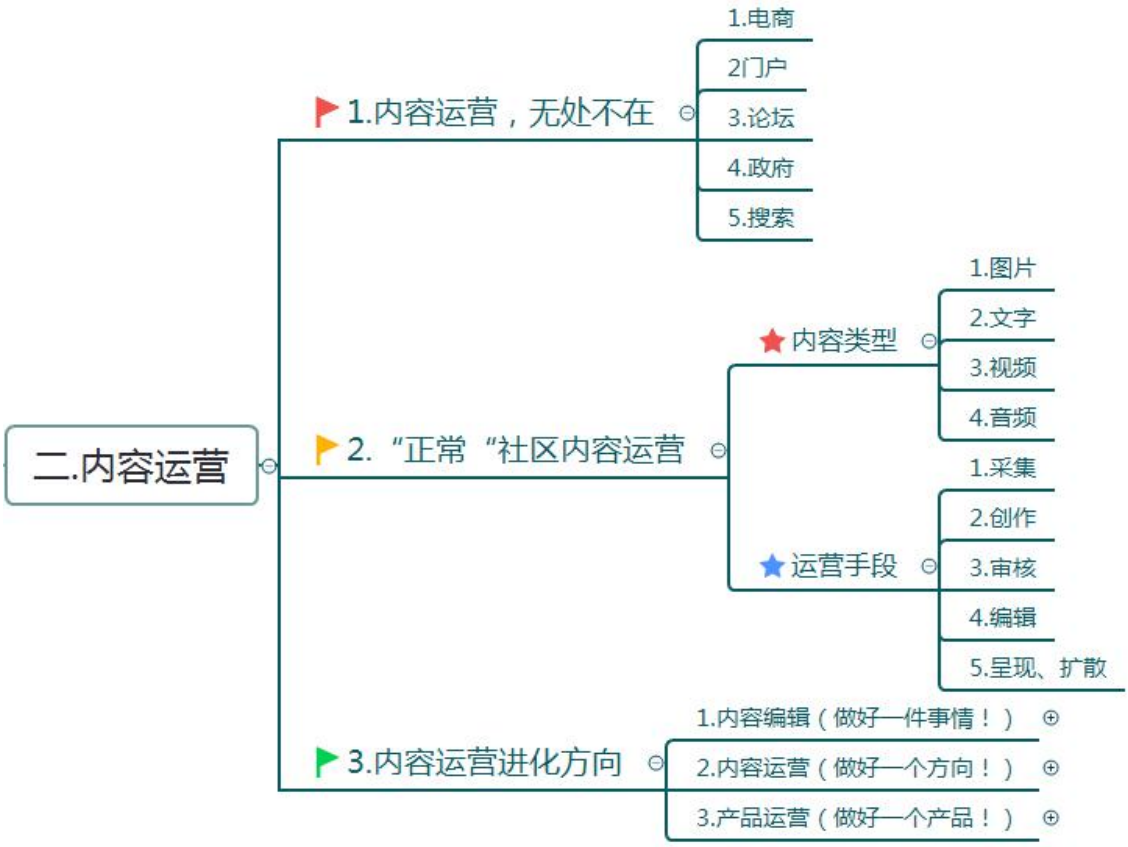
在运营的过程中，内容是无处不在的，我们要明确自身的内容定位、用户需求、产品调性等等因素，来确定自己的内容生产和流通机制。

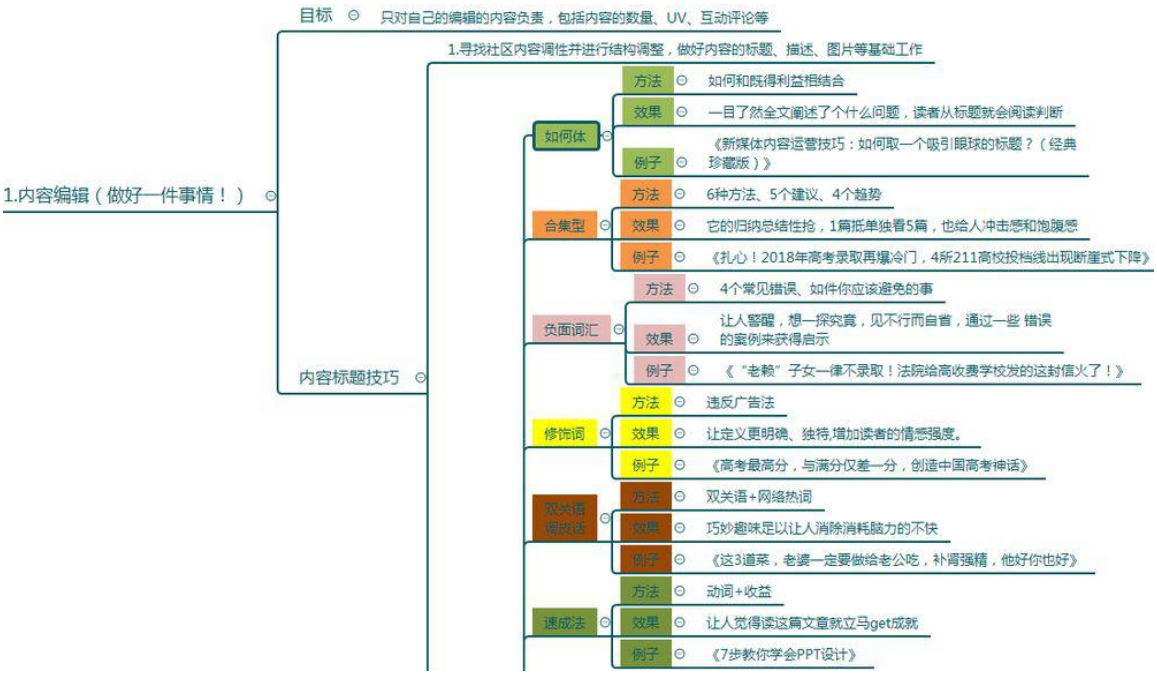
同时，不断监测运营数据变化，在实践中迭代运营策略和手段。这便是做内容运营的框架和流程。

一.从零开始成为内容运营（互联网装 x 词汇大全）

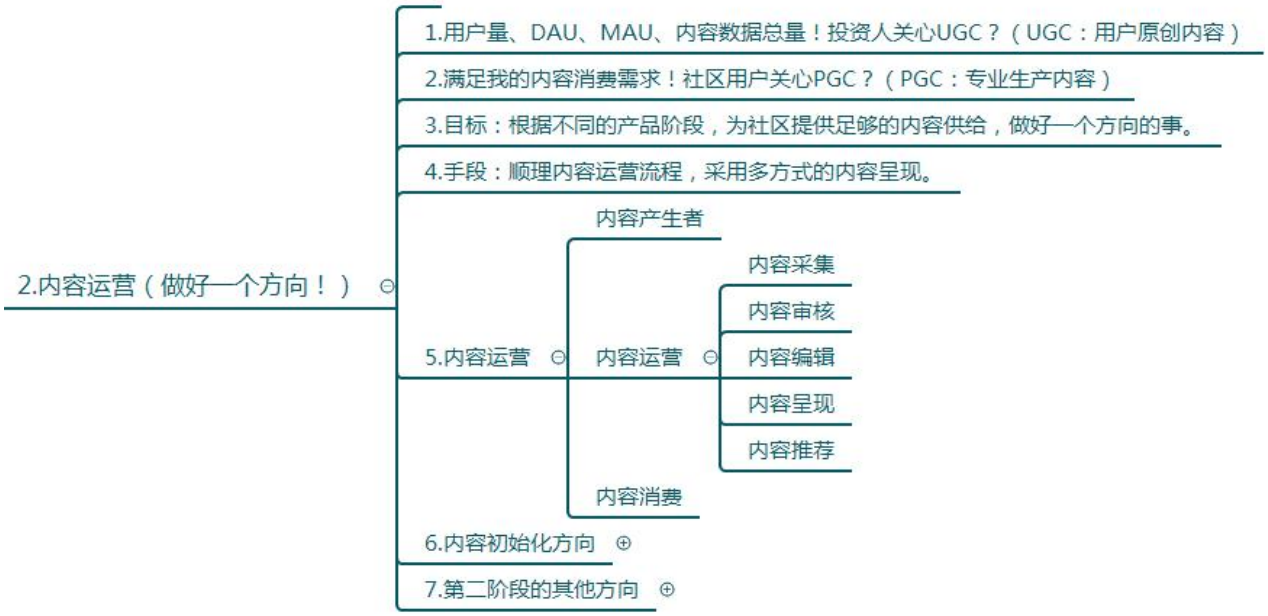
二.正常的内容运营模型及运营手段

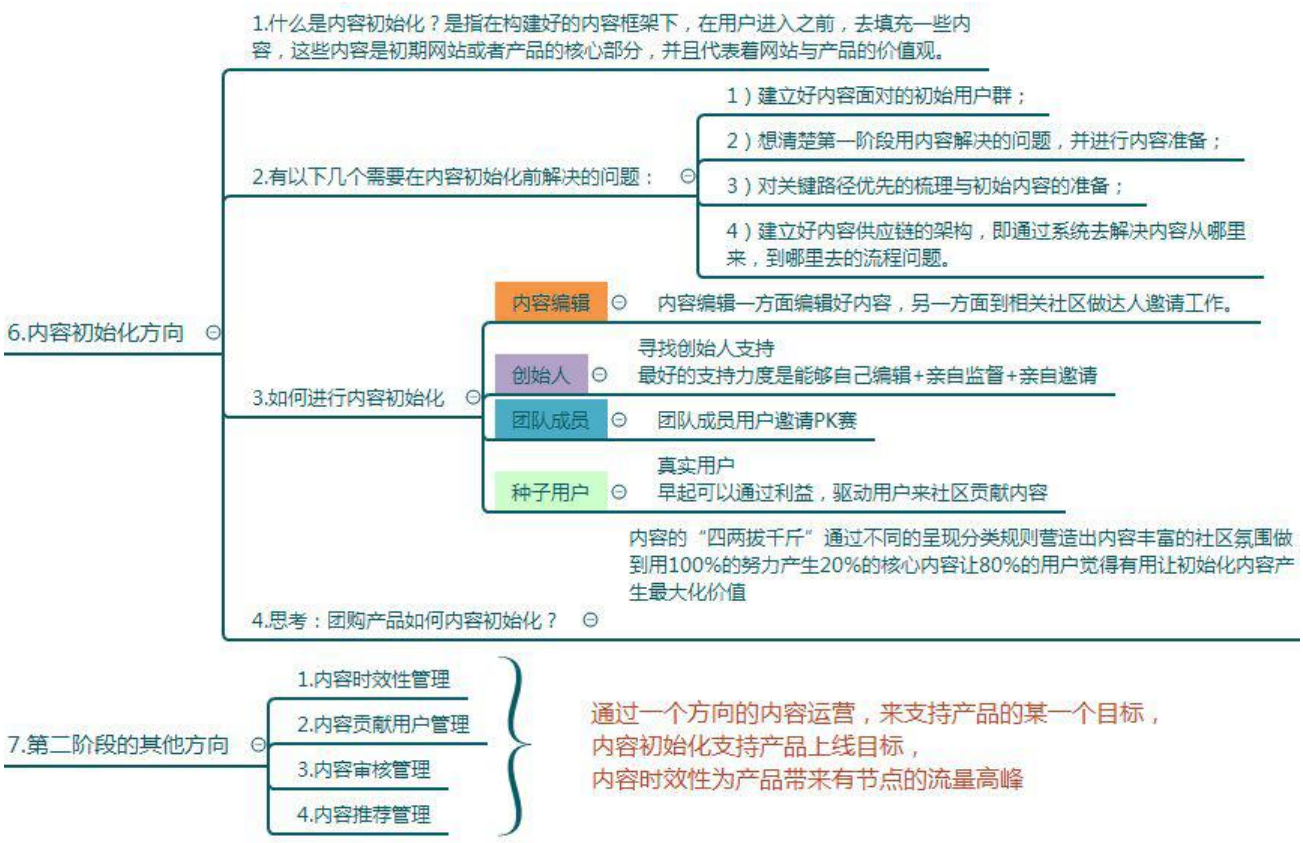


1、13 个方法解读内容标题技巧（点击可查看大图）



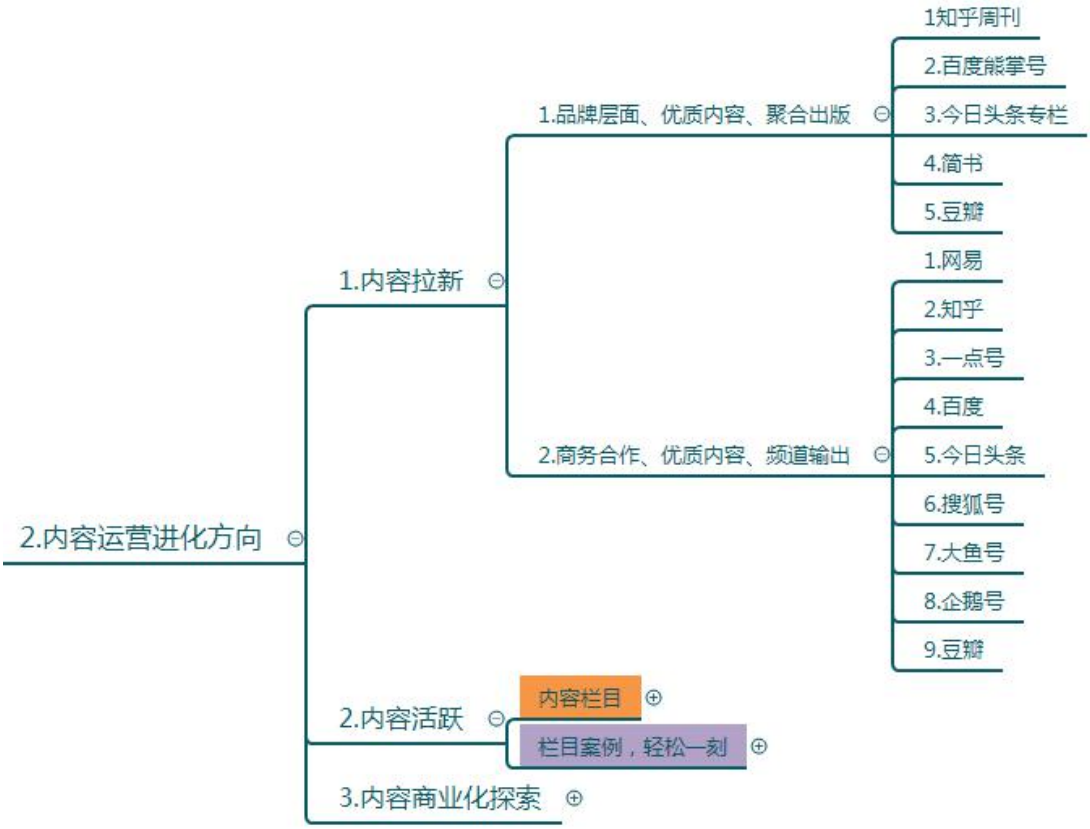
2.内容运营专注一个方向

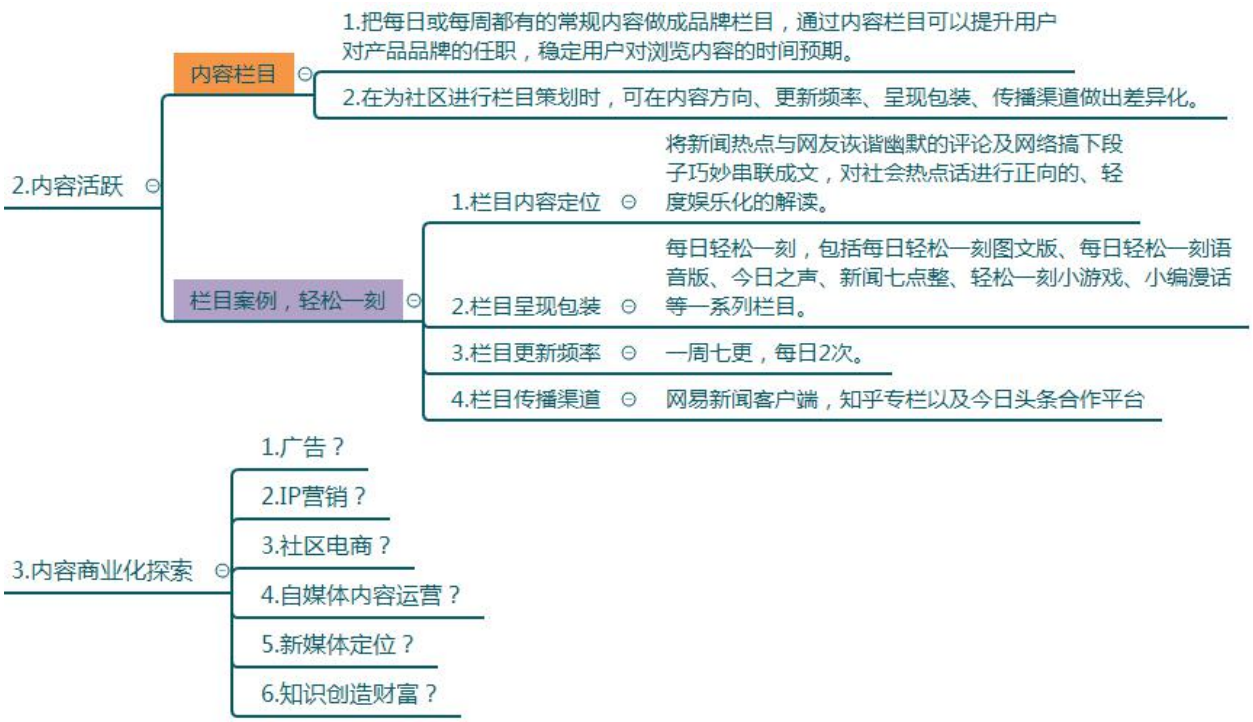




3.八招内容方面的产品运营

4.内容运营的 3 个进化路线




2.内容活跃
内容栏目
1.把每日或每周都有的常规内容做成品牌栏目，通过内容栏目可以提升用户对产品品牌的任职，稳定用户对浏览内容的时间预期。
2.在为社区进行栏目策划时，可在内容方向、更新频率、呈现包装、传播渠道做出差异化。
栏目案例，轻松一刻
1.栏目内容定位
将新闻热点与网友诙谐幽默的评论及网络搞下段子巧妙串联成文，对社会热点话进行正向的、轻度娱乐化的解读。
2.栏目呈现包装
每日轻松一刻，包括每日轻松一刻图文版、每日轻松一刻语音版、今日之声、新闻七点整、轻松一刻小游戏、小编漫话等一系列栏目。
3.栏目更新频率
一周七更，每日2次。
4.栏目传播渠道
网易新闻客户端，知乎专栏以及今日头条合作平台
3.内容商业化探索
1.广告？
2.IP营销？
3.社区电商？
4.自媒体内容运营？
5.新媒体定位？
6.知识创造财富？