

2023年部队个人年终述职报告警察 部队 年终个人述职报告(模板5篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。什么样的计划才是有效的呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

岗位信息发布工作计划篇一

微信已经成为日常生活中不可缺少的一个应用了，微信公众号也被很多人看好，觉得这是另一个风口。这里给大家分享《57招让你实现从0到10万+：公众号运营实战手册》读书心得，希望对正在学习微信公众号的你有所帮助。

《57招让你实现从0到10万+：公众号运营实战手册》读书心得

3月份的计划要阅读的书籍是《新媒体运营》，但因为一次偶然的因素接触到粥佐罗的《公众号运营实战经验》，对其运营的模式和套路深感兴趣，于是改变了我3月份的读书计划。

这本书是讲述了如何在没有实质性内容的情况下，通过对公众号名称、排版、图片和标题等各个环节去吸引读者关注；在不去采访和研究的前提下，如何靠知识经验的累积去实现10万+的文章。这样的运营套路，是比较符合我们目前的运营模式，我们现在也是主张先学习模仿再总结经验去创新。那么学习和模仿，就是用现有的资源做整合，产出我们自己的内容输出。

下面列举书中的几个观点：

1、如何才能吸引用户的注意力？

文章的排版要赏心悦目、阅读界面有条理、不让读者望而生畏。

文字要流畅，这关系到文章的完读率。

增强文章的逻辑性，逻辑性能加强用户注意力的锁定。

结合音频或视频进行内容的输出形式，读者会更喜欢。

文章的信息量和信息的密度要把控到位，不要出现太多没用的信息。

2、热点为什么稍微晚一些，阅读量就会下降很多？

当用户不再是朋友圈第一个发这类信息的第一人时，而这就导致了热点的后续传播度不高，从而整体的阅读量就不那么理想。所以获取信息的方法很重要，获取后还要能为我们的用户产出有阅读价值的文章。

3、标题该不该套路？

标题永远是文章中重要的一个环节，而且它的套路性非常强。衡量其好坏从来都不是有多标新立异，而是我们要善于总结分析历史数据，善于对好的资源进行储存、分析和模仿。

文中总结出了一个借势热点的标题公式：热点关键词+内容定位+用户痛点(我们的观点)。我觉得这个公式是比较符合实际的。

这本书虽然侧重点在于写出10万+文章的技巧总结，但同样的写了运营公众号的全部秘诀和技巧，都很值得公众号从业者学习参考。其中包括给公众号取名、更新频率、选题和累积素材、做版面设计、运营推广、加强粉丝粘性等。通过各种案例分析，梳理了详细而系统的实战经验。

《公众号运营实战手册》这本书真的是干货满满，梳理的很多技巧是细节层面的，也是我们目前做的还不够好的。如果我们能全面充分去执行书中总结的技巧套路，那么对于整个微信的运营效果会更上一层楼。

岗位信息发布工作计划篇二

公众号运营的最终目的是为了变现，但在变现问题上，很多公众号运营者都不了解，没有做好定位。那公众号运营要怎么实现流量变现呢？或许这本《公众号运营和流量变现》会给你答案。

《公众号运营和流量变现》读后感

老话常说“活到老学到老”，还是有一定道理所在，人总是要不断地去学习，充实自己，这样的我们会觉得生活、人生很是有意义。最近读了一本书，《公众号运营及推广》，从中学习到了一些以前没有接触过的东西，为此内心也有了一些感悟以及体会。

社会不断向前发展，当下很多年轻人甚至老年人都喜欢玩微信，除了日常的聊天和朋友们联系之外，不少人都喜欢在微信公众号上浏览或者是关注自己喜欢看的内容以及有趣的软文等，丰富生活，充实自己的精神世界。

近期的我向公司借阅了公众号这本书，抽空学习了下，粗略地感受到了公众号想要更好地运营及推广，也不是一个容易的过程，其中有很多的讲究。

其中具体想要提高阅读量，保持持续的内容输入，就要做到以下两个方面

1、内容选题能力

在做爆款文章的维度上看，选题是非常重要的的一环。

2、内容写作能力

文笔的要求是只要你有一定的语言组织能力，能通过文字把事情讲述清楚就可以了，毕竟公众号运营比拼的是综合能力。

3、内容运营能力

内容运营是指通过一系列的运营手段，让内容价值得以最大化。包括连接更多用户，获取更多的用户，指的是如何包装内容和分发内容。取标题、加配图、做排版、提炼小标题、做音频和视频。

4、用户感知能力

内容服务是围绕用户的需求和痛点所展开的，需要研究用户的属性，了解用户的痛苦、焦虑，然后为用户提供解决方法。

5、用户运营能力

通过一系列手段，与用户发生更多的连接，加深与用户的关系。引导用户投票、点赞、评论，需要日复一日的认真执行下去。

6、大众审美能力

审美能力足够，做出来的内容就是有品位、有灵魂的。

二、输出的前提是高质量输入方面

1、带着目标和预期阅读

为自己制定目标和计划后，边读边思考，边读边找答案。

2、强制性做笔记和输出

你在做输出的时候，最好是把你的输出公开，比如发在朋友圈，或者讲给你的同事听。因为一旦决定公开，就会更加注重语言表达和逻辑，会在意别人能不能看懂、听懂。

3、更聚焦的主题是阅读

阅读的内容过于杂乱，会导致分散精力和注意力。最好的方式是主题阅读，在一个小周期内解决一个问题。

4、反复地阅读经典文章

学习是一个需要不断重复的过程，很多知识仅仅看一遍是无法完全掌握的。

5、阅读时，请带着批判性思维和学习的心态

6、阅读过程中不断带入自己的工作场景

最后这本书中论述的选题、目标用户、解决的用户需求和痛点、开头结尾值得学习的地方、值得借鉴的地方。让我感受到了一个有影响力的公众号，一定是能够被人记住的公众号，而之所以能被记住的公众号，就是因为其具有与众不同之处，有自己的特色。

说起特色，那就是公众号个人的作品有专属于自己的风格，这样的作品会有很多的机会吸引相似灵魂的群体加入阅读。如今的信息时代，微信公众号在传播信息、提升影响力方面有巨大作用，吸引不少行业涌入其中，从而也展现出了公众号运营的背景不断发生变化，这个行业运营获得的利润也越来越多。

阅读了这本书，虽然只是看了一个大概，不过也是有收获的，

以上就是个人的一个小感悟，不同的行业，资源发挥得当，定位把握好，那么成功也会不远。

岗位信息发布工作计划篇三

- 1、通过点对点，一对多。
- 2、挖掘高端潜在客户，加强与顾客之间的互动性，微信账号收到的消息后实时互动，更加人性化。
- 3、做好微信推送内容，让顾客真诚的感受到内容的实用，受惠。
- 4、提高品牌的知名度，增加品牌的营销力。

二、微信公众平台的功能分析：

订阅号：每天都可以群发一条群发信息。群发的信息直接出现在订阅号文件夹中。订阅号群发信息时候，手机微信用户将不会收到像短信那样的消息提醒。

服务号：服务号，顾名思义，主要是给客户提供服务的。一般银行和企业做客户服务用的比较多。服务号一个月只能群发一条信息。服务号群发信息的时候，用户手机会像收到短信一样接收到信息，显示在用户的聊天列表当中。

主要区别：

- 1、服务号可以申请自定义菜单，而订阅号不能。
- 2、服务号每月只能群发一条信息，订阅号可以每天群发一条消息。
- 3、服务好群发的消息有消息提醒，订阅号群发的消息没有，

并直接放入订阅号文件夹当中。

三、究竟选择订阅号还是服务号？

这个问题其实可以直观的理解为——公众号需不需要每天进行微信群发？

1、订阅号的优缺点：大家必须接受的一点事实，就是微信对订阅号消息的折叠的优点是降低了用户的打扰，缺点是降低了订阅号群发消息被阅读的可能。不过，不需要发那么多信息或发出去的消息粉丝根本就没有阅读，又有什么意义？

（注：这里所指账号一般为企业类公众账号）

2、服务号的用途：相对而言，一般餐饮行业、快销行业、数码电子企业、酒店、汽车等等行业的微信账号需要群发的消息无非为促销优惠活动、新品上市等信息，一月一次的频率通常已经可以满足需求了，真的需要每天群发一条的频率吗？你必须在信息发送频率与用户体验之间做出平衡。

四、微信营销推广优势：

1、传统营销模式，往往由于客户资料更新慢，损失了大把的优质客户资源。微信营销进行企业宣传，真正做到不漏掉任何一个潜在客户。

2、针对性强，以往的短信、电话轰炸往往目标分散或者不能概括所有潜在客户群。微信营销，定位搜索针对不同潜在客户群运用不同的营销宣传模式，多管齐下，让企业宣传不再又冷又硬，达到更好地宣传效果。

3、更直观，更全面，微信营销系统不仅可以发送文字、图片更能即时传送音频视频，多角度的对企业进行宣传推广，实现精准消息推送。

五、微信公众账号的推广策略：

1、一对一的消息推送

2、内容与互动

专注于内容建设通过与微信粉丝内容互动，加深粉丝对该店微信账号的记忆度，增加粉丝对我们的好感度，从而激发粉丝持续关注微信账号。

3、做一个不被粉丝遗忘的服务号

第一步要思考的是：服务号怎样才不被粉丝遗忘？对于安卓用户，要感谢微信给予将公众号添加到桌面的功能，给了公众号“育才家园”，用户每天都可以再桌面看到你的图标自然不易被遗忘。对于苹果用户，可以通过比“亲子幼教营”还好玩的小东东让粉丝记得你。这里，第三方平台提供了一个不错的解决办法，例如微库平台上的小游戏。这些小游戏不仅提供一种娱乐，且游戏平台给予了每一个使用微库的账号一套独立的积分系统，每一局游戏都将获得相应的积分并能累积，累积的积分可以用于在其积分商城兑换礼品，这才是吸引粉丝的关键所在。

同时，此类游戏中的一些规则、元素或道具可以调整，企业可以替换成自己的商品或商标。例如，微库的游戏平台已经开放了一款对对碰的游戏：游戏可以设置粉丝每天进来玩多少次、游戏的得分机制以及游戏得分与积分的兑换比例等。最重要的一个特点是游戏中的六种水果元素也可以自定义，比如上传自己的六款产品图片作为游戏元素，相信这样玩起来变得更有自己的品牌特色，增加粉丝对自身的记忆度。

4、做一个一目了然的服务号

第二步要做的.是：时刻向粉丝展示自己的“最特色”才是正

事，而且一定要在最显眼的位置。这时候微信为服务号开放的自定义菜单给了我们最好的选择。粉丝每次进入服务号都能在最显眼的位置看到每个服务号的特色功能导航，我们再也不用担心粉丝不知道如何获取相应服务[soeasy]

自定义菜单的优势不仅在于可以在最显眼的地方最直接的展示特色功能，而且还可以让粉丝无论过多久才回到服务号来仍然知道要如何与服务号进行有效互动。如果没有自定义菜单，运营的公众账号不注重互动的逻辑引导，一旦关注了很久之后再与公众号互动时，关注时自动回复的功能引导消息早已被其他消息覆盖，粉丝也早已忘记了相应的规则，这时自定义菜单的重要性就显现出来了。

六、具体微信营销推广形式：

岗位信息发布工作计划篇四

- 1、针对微信的认证对提升企业的信任度很重要，所以想尽一切方法早一点通过微信认证，越往后越难办理，先大乱后大治。
 - 2、千万不要一个人坐在家里学习微信营销，要经常去一些微信营销的qq群，看一看大家都在聊什么，在这些群里你能学到很多东西。
 - 3、推送，不一定要每一次都推送文章，推广一些小的知识和技巧，以及笑话。旅游，自驾，也是很好的方法，只要能帮助到潜在顾客和读者都可以，每一次都推送一条跟微博一样的内容，因为信息量小，不会影响订阅客户的生活，并且可以学到新的知识，这样的公众账号是很受欢迎的。
- 品，千万不要向自己的朋友推销产品，这样会让朋友感到你这个人太没有人情味，太功利什么都跟着利益跑，很多朋友都会离你而去。

6、推送内容,晚上或者下午推送内容最好,因为要考虑这些时间段读者有足够的时间来阅读,白天推送内容,适合做产品的促销,当时顾客可以订购产品,带来产品真正的销售。

7、企业先学好服务500、1000个微信客户,用户多少不代表营销能力,仅仅是一个数量,用户的互动价值和关注价值才是微信营销的核心,多创造和读者沟通的话题,读者关心的话题让整个公众账号活跃起来。

10、重视互动。因为它不像微博,可以吸引大量的人转发和评论,只有通过顾客的沟通来取得顾客信任。

11、在准备营销产品之前,做好整个产品营销策划,推送的内容最重要,因为内容会直接影响读者的`购买,内容预热是最好的方法。预热多久很关键然后铺垫最后达成成交。

12、现在大家有一个误区,希望一切都通过微信营销来实现,最终要顾客购买产品之前,不要忘了让顾客拨打订购电话,人与人交流最能解决购买当中的疑问。

岗位信息发布工作计划篇五

为深入贯彻落实《_科学技术普及法》和《全民科学素质行动计划纲要》,充分发挥科普工作在提高居民群众素质,促进全区经济发展和社会进步中的作用,经党工委办事处研究决定,在全街开展创建“全国科普示范区”活动。根据区科协《关于关区创建一年全国科普示范区的通知》(政号)精神,对照《全国科普示范县(市、区)标准》,结合我街实际,制定实施方案。

一、指导思想

以科学发展观为统领,以党的十七届五中全会精神为指导,按照“政府推动、全民参与、提升素质、促进和谐”的方针,

在街道党工委办事处领导下，动员和组织各方面力量全面实施《全民科学素质纲要》，深入开展创建年全国科普示范区活动，普及科学技术知识，传播科学思想，弘扬科学精神，提高公民科学素质，创造和谐社会环境，为推动全区经济社会发展、建设“首善之区”提供强大支撑。

二、总体目标

继续开展创建全国科普示范区活动，深入实施社区科普益民计划，坚持“全民参与，提升素质，促进和谐”的方针，营造良好科普工作格局，推动科普工作群众化、社会化、经常化、规范化、法制化；科普设施逐步完善，科普队伍不断壮大，在提高重点人群科学素质、增强社区科普服务能力、优化科普工作的社会环境等方面发挥示范带动作用。

三、主要任务

（一）健全组织机构。

2、加强科普志愿者队伍建设。以辖区单位（学校、非公企业等）、社区科普分会为基础，充分利用科技人才资源，不断吸收热心科普工作、责任心和事业心强、有较丰富工作经验的同志进入科普志愿者队伍。加强对科普专兼职工作人员进行业务培训；不断扩建科普志愿者服务队伍。

（二）逐步抓好科普阵地建设

1、继续完善基层科普设施。积极实施全国科普活动站、科普宣传栏、科普员（简称“全国科普‘站栏员’”）建设，主要公众活动场所建有3处以上科普画廊，所有街道建有科普活动室、科普画廊（宣传栏）等设施，配有科普宣传设备。60%以上的社区有专用或合用科普活动室、科普画廊（宣传栏）等。科普画廊和科普宣传栏的内容定期更新。

2、积极科普示范创建开展活动。街道建成一个科普示范社区，各社区建成一个科普示范楼院；建成一所科普示范学校，举办科普宣传周（月、日）等科普活动；每年组织2次以上科普重大活动，同时充分利用学校、公共场所、科技示范楼院、科普示范基地等公共设施面向公众开展科普活动，科普活动覆盖面达到全区常驻人口的70%以上。

（三）形成科普工作的良好社会环境。

1. 开展群众性、社会性和经常性科普活动。每年围绕“节约能源资源、保护生态环境、保障安全健康”工作主题开展科普月、科技活动周、科普日等活动，并覆盖所有街道；每年开展科“科教进社区”活动；在街道、社区围绕居民需求举办身边科学应用展示、科普讲座、培训、科学健身、科普游园等经常性的科普宣传活动。