

写给所有的社群运营者

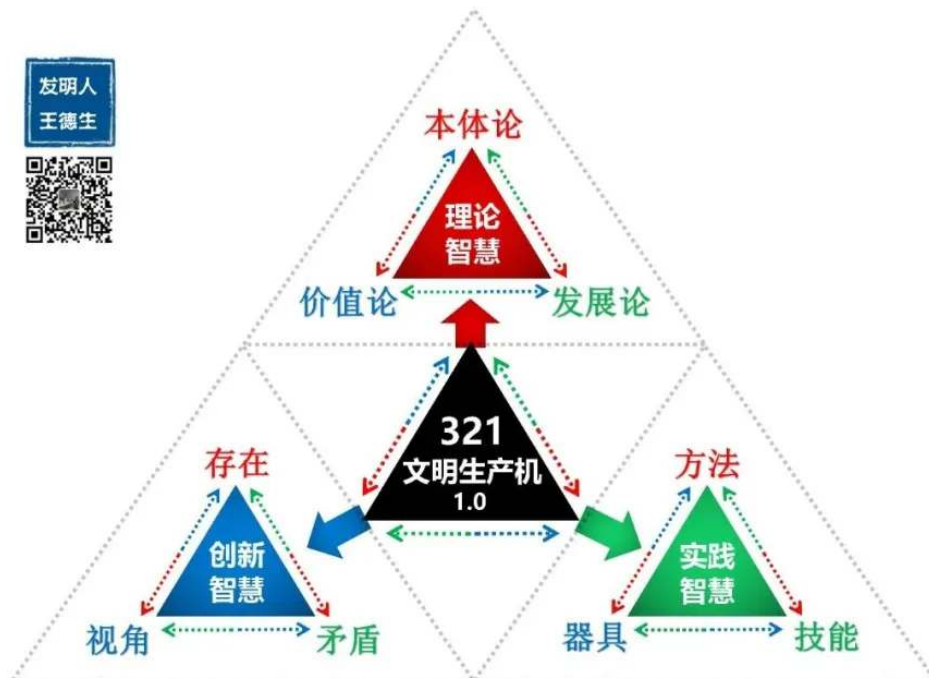
原创 约翰老师 五宝爸约翰聊英语 2023年7月23日 07:55 贵州

写给所有的社群运营者

在前面的文章中我提到，我们现在正处于一个社交时代。在这个时代里，全国各地天南海北的人，因为社群的存在，大家聚集在一起。

任何一个社群中，都会有群成员和群主。通常，群成员是消费者，群主是生产者。那么，如何才能从消费者转变成生产者呢？也就是说，建立社群之后，如何做好运营呢？今天我们来探讨一下这个问题。

要想做好社群运营，首先得知道什么是运营。运营是生生不息、不断创新的过程，通过这个过程，让一群人和你一起，在某一个视角或者某一个角度，大家的生命发生改变。这样的运营才是有价值的。要做好运营，一定要懂人，而且呢，要懂价值论和发展论，还要懂矛盾，要有矛盾意识。请大家想一个问题，在社群里面，每天有多少次是主动跟别人发生矛盾的呢？是不是很少很少，基本上都是等着别人来跟自己发生矛盾。那么问题就来了，这种情况下，是很难成为一个生产者的。



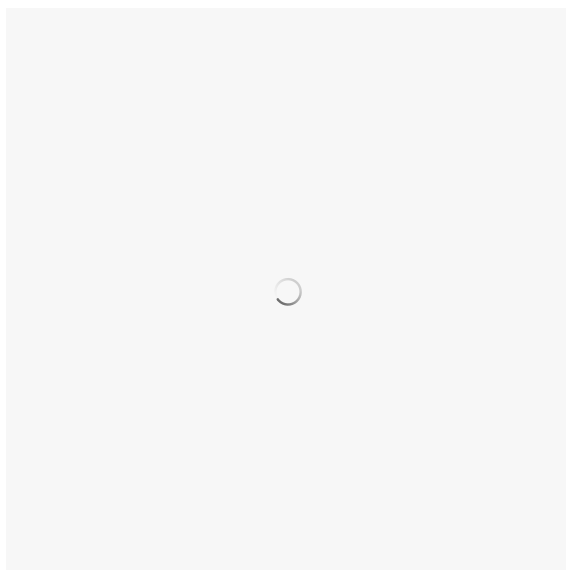
超级奶爸约翰

作为一个生产者，到底要生产什么呢？可以确定的是，生产的东西得能给人提供价值。这个东西可以是知识，可以是技术，也可以是艺术。我所说的艺术并不仅仅指艺术品，还有一部分叫情感。因为，艺术是可以拿来治疗人的情感情绪的。比如，我们都知道有

本书叫《说话艺术全知道》，就是因为你说的话能够治愈别人的情感，那你说的话，就是有价值的。给别人提供知识、技术和艺术，其实就是改变一个人。要想改变一个人，就必须要跟他人发生矛盾。没有矛盾，是很难改变一个人的。

在这里我举一个例子。曾经有个自己开线下绘本馆的家长找到我，想要学习如何运营。他告诉我，每天绘本馆里面有大概300个人到访，但是都没有跟这些人发生矛盾，也没有针对年度会员建群。我建议他立即建群，开始在群内进行分享。但是，分享什么呢？我觉得可以分享四个方面的内容。第一，以短视频的形式分享老师上绘本课的场景；第二，馆里有人报绘本课了，可以在群里发红包大家一起庆祝一下；第三，馆里举行线下活动的信息可以发到群里，邀请大家到馆参加；第四，平时的一些读书感悟可以分享到群里。这四个角度中，其中第二个，发红包，这个就是从情感的角度跟别人去发生矛盾，这个时候不需要改变别人的认知；第三个，邀请大家到馆参加活动，就是从意志的角度去跟别人发生矛盾，改变别人的意志；第四个，分享读书感悟，就是从改变别人认知的角度去跟别人发生矛盾。

由此可以得出一个结论：要想改变一个人，我们可以从认知、意志和情感三个角度螺旋地去突破。具体从哪个角度去突破，就需要我们去跟这个矛盾。比如有些人更喜欢到馆里参加线下活动，有些人更喜欢理论性的东西，比如读书感悟，有些人则更关心自己的孩子在这里是不是很开心，这里的环境以及老师会不会让人感觉很舒服。所以，从不同角度去生产的时候，我们的侧重点是不一样的。



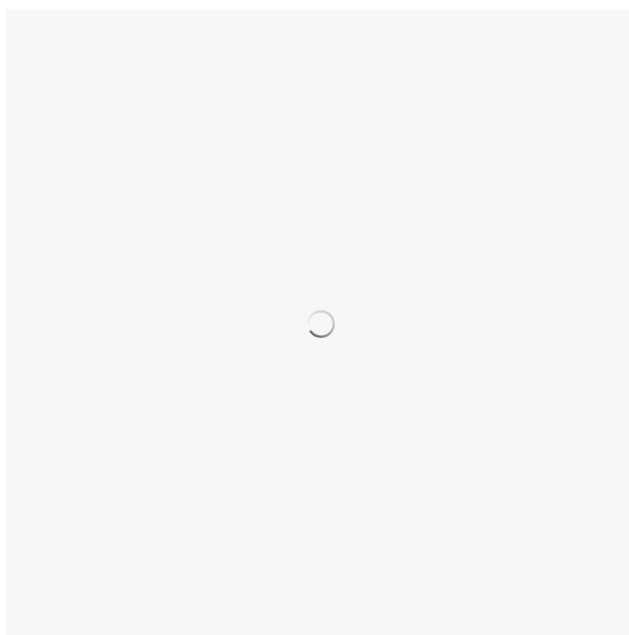
现在一般都用微信群来做社群运营，我们就来说说微信群的社群运营如何做。

第一点，需要知道和使用群发助手功能。要使用这个群发助手功能，需要给微信好友添加标签，比如这个朋友是从哪里来的，小红书，公众号还是朋友介绍？添加好标签之后，就可以通过标签快速选中需要群发的对象。那么发一些什么内容呢？因为是群发，

所以更多的是分享你近期要做的事情，比如最近的感悟、最近安排的活动，你的成长或者收获，也可以发一些课程信息。

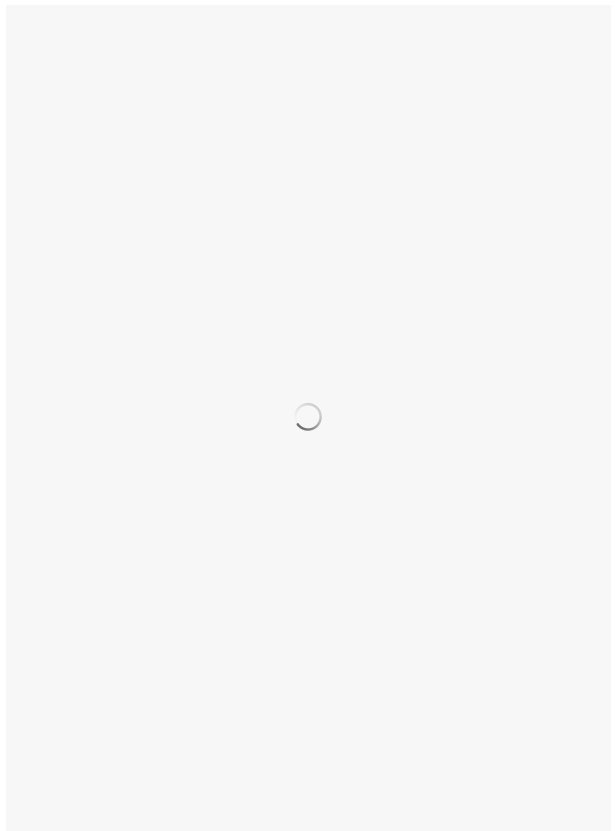
第二点，要想真正了解一个人，了解他的需求，可以去翻看他的朋友圈。了解他的需要之后，就可以创造他需要的东西。这就说明了什么呢？说明，你的客户是被创造出来的。并不是说，首先有一个产品，然后再根据这个产品去找客户，这种方法就是传统的营销理论。那么现在的营销是可以做到个性化的。首先需要知道你的客户需要什么，然后给他们去创造一个适合他们需求的产品。

所以，现在就请开始关注你的微信好友，主动关心别人，然后，开始思考，我可以怎样帮助他们，在健康、事业、教育等方面我可以给他们提供什么价值，我可以怎样去改变他们。经过这种思想的转变，我们的客户是不是就会有很多啦？



在做社群运营的过程中，要避免消耗自己，去服务客户，因为这样的运营是不能持久的。就比如很多老师，教学了很多年，做不下去了，为什么呢？就是因为没有实现教学相长。真正的有意义的社群运营，是借助运营这个工具和渠道，在社群里完成一个使命，帮助大家解决生命中的痛苦，和他们一起去成长，这杨才能够持久，能够源源不断，能够生生不息，这才是社群运营最有价值的东西。

深度交流+微信



👍 喜欢作者