

微信公众号文章量化分析

CPDA 数据分析师 [苏州] 刘雁南

分析背景

根据 2016 年 1 月中旬到 7 月中旬的公众号推文数据，对文章进行分析，以分析出文章质量的优劣，从而进行一步将文章特征细化，最终达到为公众号内容运营优化提供指导依据。

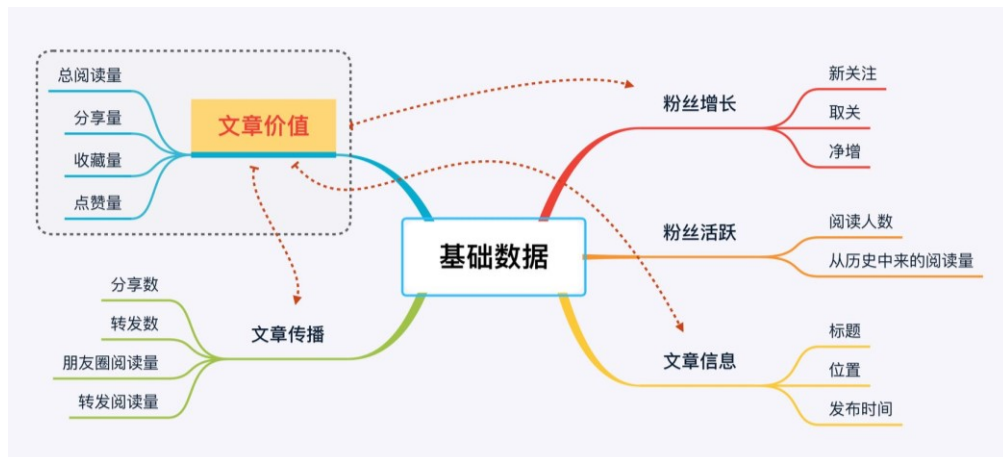
1 现有数据基本情况

1.1 现有数据共计 202 条，为 2016 年 1 月中旬至 2016 年 7 月中旬数据。

1.2 现有数据中包括：发文时间、文章标题、图文位置、送达人数、取关人数、新增关注、净增粉丝、分享人数、收藏人数、从公众号分享到朋友圈数量、朋友圈转发数量、朋友圈阅读量、好友转发量、公众号会话阅读人数、来自历史文章的阅读人数、图文阅读量、总阅读量。

1.3 现有数据基本完整，仅有两篇文章缺少标题。

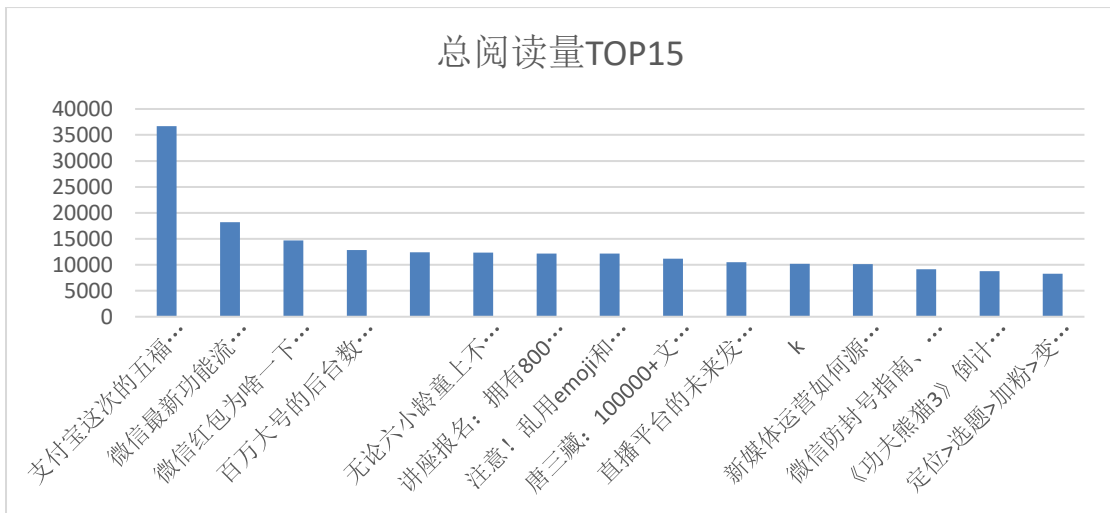
1.4 由于本次数据分析的主要目标是对用户阅读行为进行分析，从而对文章画像，为内容运营优化提供指导，因此重点分析文章价值对粉丝增长、文章传播的影响，同时分析文章信息与文章价值之间的关联度。



2 文章价值分析

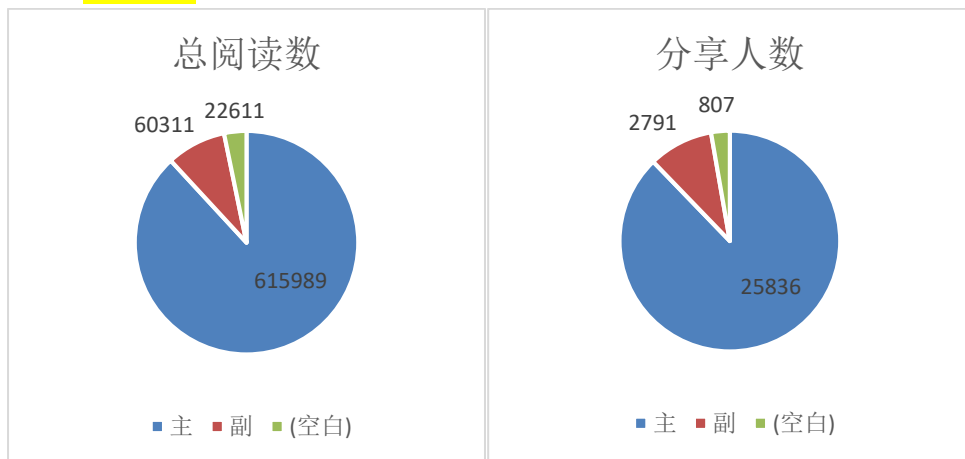
2.1 直接以文章标题进行分析

2.1.1 文章标题有缺失，根据总阅读量排名前 15 位中，有两篇文章缺少标题，需要补充。



2.2 文章信息对文章价值的影响

2.2.1 由现有数据可看出，在公众号主图文的位置文章的总阅读数远高于副图文的阅读数；主图文位置文章的分享人数也远高于副图文。



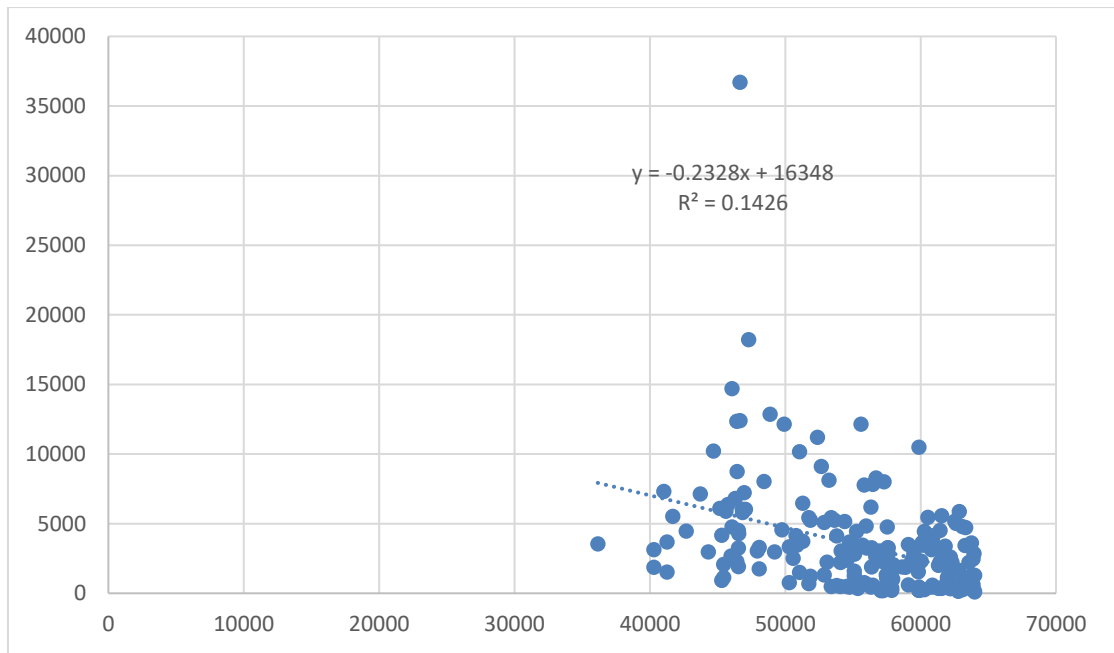
2.2.2 在内容运营时，可以参考此情况：将需要重点宣传和有质量的文章放在主图文位置，便于客户在第一时间掌握和第一时间分享，迅速增加阅读量、分享量，进一步增加粉丝量。

2.3 总阅读量的主要影响因素

2.3.1 首先考量送达人数与总阅读量的关系。

2.3.1.1 送达人数以公众号粉丝为基数，一般认为，送达人数越多，则阅读量相应增长。

2.3.1.2 根据现在数据分析，送达人数与阅读量非正相关，反而是送达人数增长时，会带来一定的阅读量下降，因此，送达人数不能作为内容运营的主要目标。



2.3.2 通过分析，把原始数据中的一些数据做合并处理。

2.3.2.1 关注净增粉丝数，以此确认文章的质量优秀，为公众号带来新的粉丝。

2.3.2.2 关注文章收藏人数，这能说明文章有质量，客户愿意收藏后仔细阅读或者是反复阅读。

2.3.2.3 关注分享数，这里包括了从公众号直接分享、在朋友圈再次分享。这都能说明因为文章质量好，客户愿意分享并因此而引发讨论。

2.3.2.4 关注因分享而带来的阅读量，这里包括了在朋友圈的阅读人数、来自好友转发的阅读数。这能说明分享的客户群体本身认同文章内容，并因这些分享而带来新的粉丝、新的阅读量，从而能进行广泛传播。

2.3.2.5 关注自带流量，这里包括直接在公众号进行的阅读、来自历史文章的阅读、图文阅读。这是公众号一直在累积客户的结果，如果公众号持续产出优质的文章，阅读量会保持在一个恒定的较高的水平。

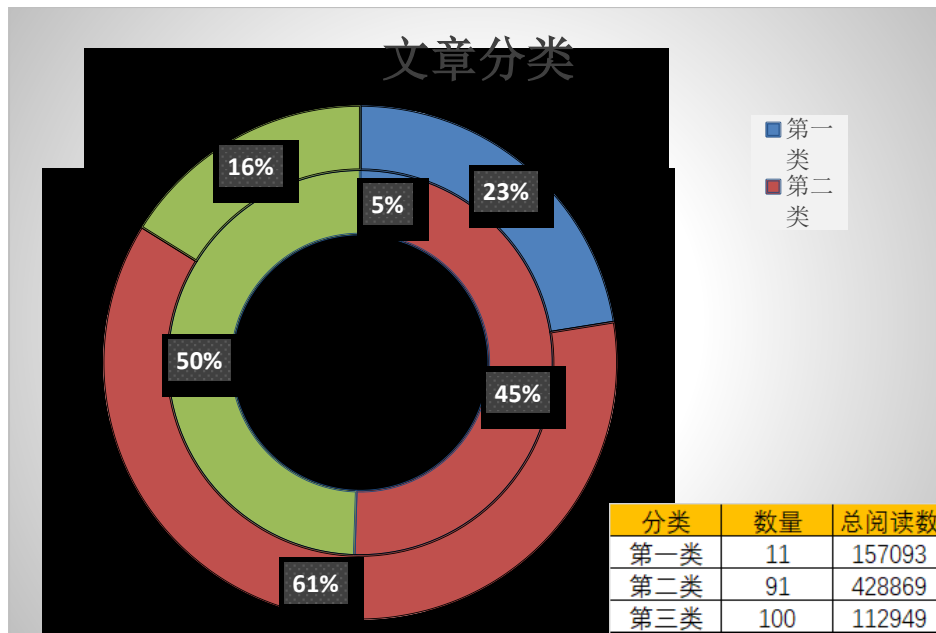
2.3.3 通过以上数据的分析，将文章分为三个类别，分好的三个类别用总阅读量进行检验，基本符合实际情况。

2.3.3.1 三个类别的文章中，按其数量和总阅读量分析：

第一类文章数量占总数据量的 5%，提供了总阅读量的 23%，这类文章为最优质的文章，可以在后期重点关注，可以将文章的模式做出总结；

第二类文章数量占总数据量的 45%，提供了总阅读量的 61%，这类文章可以成为日常的主要推送类型，保持公众号文章的曝光度；

第三类文章数量占总数据量的 50%，提供了总阅读量的 16%，这一类文章需要进一步分析，从中总结出最不成功的模式，在未来的运营中要重点避免这类型的文章大量出现。



2.3.3.2 重点关注第一类文章，是占比小，但总阅读数高的类型。需要总结这一类文章的标题、内容、板式等，以此判断客户的关注重点。

文章标题	总阅读数
微信可以向全世界打电话了	7311
微信红包为啥一下火了？今晚20点摇一摇还会怎么玩	14690
无论六小龄童上不上春晚，这家公司都赢了	12355
	12404
支付宝这次的五福红包有多尴尬？	36698
微信最新功能流出，预告了新媒体的未来	18225
百万大号的后台数据告诉你：爆文是怎样炼成的	12849
讲座报名：拥有800万小老婆的关爱八卦成长协会凭啥能躺着把钱赚	12148
注意！乱用emoji和表情包可能被判刑	12141
多开微信会被封号	7788
直播平台的未来发展的7个趋势	10484

3 总结

- 3.1 该公众号客户对于与“微信”相关的内容较感兴趣。
- 3.2 主图文的位置文章的总阅读数远高于副图文的阅读数，因此需要重点推广、宣传的内容应该放于主图文。
- 3.3 分类总结文章：
 - 3.3.1 第一类文章数量占总数据量的 5%，提供了总阅读量的 23%，这类文章为最优质的文章，可以在后期重点关注，可以将文章的模式做出总结；
 - 3.3.2 第二类文章数量占总数据量的 45%，提供了总阅读量的 61%，这类文章可以成为日常的主要推送类型，保持公众号文章的曝光度；
 - 3.3.3 第三类文章数量占总数据量的 50%，提供了总阅读量的 16%，这一类文章需要进一步分析，从中总结出最不成功的模式，在未来的运营中要重点避免这类型的文章大量出现。