# 202\_新媒体编辑实习月报和方法

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2023-12-18

*20\_新媒体编辑实习月报和方法一1、实习单位简介：\_\_公司位于\_\_市，是一家以新媒体运营和移动互联网产品研发为主要业务的互联网创业公司，旗下产品\_\_为\_\_超过\_\_家企业提供微营销技术服务。公司成立于\_\_年，截止目前合作客户超过\_\_家，其中深...*

**20\_新媒体编辑实习月报和方法一**

1、实习单位简介：

\_\_公司位于\_\_市，是一家以新媒体运营和移动互联网产品研发为主要业务的互联网创业公司，旗下产品\_\_为\_\_超过\_\_家企业提供微营销技术服务。公司成立于\_\_年，截止目前合作客户超过\_\_家，其中深度服务的本地客户包括：\_\_等。

2、实习岗位简介：

(1)岗位职责。

我所在的岗位是公司运营部的新媒运营岗位，担任新媒体运营一职。运营部下面有\_\_等几个自有本地媒体，还同时托管十数个其它企业或者媒体的\_\_公众平台。我负责的是自有的\_\_公众号以及托管的\_\_公众号，主要负责两个公众号的\_\_文章编排、活动策划、数据统计以及与托管方对接等。除了这些本职工作，还负责\_\_的社群管理以及其它客户对接洽谈。

(2)能力要求。

1、具有较强的新闻、热点敏敢性，有较强的文案功底。

2、网感好，创意优，执行力强，有良好的策略思考能力并能独立撰写方案，一定程度掌握图片处理软件;

3、知识面广，思维活跃，工作主动，有责任感，能承受较大的工作压力;

二、实习目的

在这次实习之前，曾做过新媒体方面的工作，但主要限于\_\_文章的编排工作。为了提高我的新媒体运营的综合能力，除了深化文案写作能力，再学习运营方面的知识，我加入了\_\_网络科技有限责任公司并担任新媒体运营一职。

三、实习内容及过程

1、本职工作。

(1)工作内容介绍。

实习伊始，我的本职工作就已经展开。在这里，先说一下我的本职工作吧，就是运营\_\_和\_\_两个公众号。

\_\_是公司新搭建的一个本地旅游类公众平台，和公司其它本地类公众平台，形成本地新媒体矩阵。\_\_由于是新开号，老板要求只发原创文章，不着重吸粉、引粉，直到开通原创标识，可以在文章底部留言评论，然后了再做活动吸粉，积累一定粉丝量后，进行商业化运作。

\_\_公众号是以莲湖区旅游局为认证主体的公众号，由\_\_旅游局托管给我们公司，为半政府性质的公众号，所以商业化程度不高，发文主要以回坊的风俗、美食、景点、物质文化遗产、非物质文化遗产以及其它和回坊、回民相关的内容为主。

由于\_\_要拿下原创标识，所以规定每天发文一篇，所发文章均为纯原创文章，不得转载外部资源;\_\_要求一周发三篇，对于原创度没有要求，在我任职期间，此公众号发文的原创比例占\_\_%左右。

实习期间，\_\_和\_\_所涉及的整个工作流程都是由我负责(除了公司技术部门第三方平台的接入)，包括所发文章的素材收集整理文案编写、图片编辑、文章排版、发文，还有数据的统计分析，简单的报表的制作(\_\_要求制作周报和月报给莲湖区旅游局)以及与莲湖区旅游局对接的其它事项。

实习刚开始时，事情不多，所以自己就把已经半年多没做了的\_\_公众平台的各个板块再熟悉了一下，比如后台的留言管理、数据分析板块等。然后又继续熟悉了一下\_\_编辑器，构思编辑器等一些排版，基本上也是边做公众号的同时就慢慢熟悉了。公司规模不大，业务体系不多，技术部的基本不需要怎么了解，我就大致了解了我们公司运营部的一些业务体系，由于我们公司是做本地类公众号的，所以在实习前期，对于\_\_本地类尤其以\_\_等本地生活类公众号有了个初步的窥探。公司运营部除了我和老板(指\_\_网络科技有限公司运营总监，主管运营部)，其它全是\_\_后，相处就非常融洽。实习前期，因为自己在以前做过新媒体，手不生，而且公司氛围很好，所以障碍不多，融入很快。

(2)遇到的问题及解决方法。

随着两个\_\_公众号的继续运营，我也遇见了更多的问题。

首先说下\_\_吧，因为这个问题是深层次的问题，就是产能不足。当然，也不是严重的产能不足，就是遇到了一个小小的瓶颈一样，不知道写点啥了。在\_\_刚开始运营的前半个多月，基本上呈现的是高歌猛进的状态，几乎每天都有的写，但是随着写得越来越多，这种状态慢慢消失，到了20多天左右，就不知道写点啥了。因为\_\_定位于本地旅游，在前期写公众号文章时基本上就是写景点，而且大部分都是自己去过的景点。这些景点因为自己实实在在地体验过，写起来有的说，有的写，出文也比较快。但是把这些景点写完之后，就出现了一些障碍，没有去过怎么写?就犹如我每天开着\_\_，却要写\_\_的保养技巧一样，怎么弄?

不过问题总要面对和解决。首先我是大量的搜资料，上网查，后来就干脆从图书馆借了一本\_\_旅游的书，然后参照着内容，结合当下的时间段或者热点来写。后来我想到其实不必要总是写景点，也可以写一些和旅游相关的，比如当时写过\_\_等一些跟非景点的文章。其实还有就是，深度挖掘景点的故事，或者旅游的故事，但这个需要耗费大量的时间去查阅相关资料，由于实习期间工作较多，这种深度挖掘景点故事的做得不多，比如做过\_\_等7—8篇文章。

再了说下\_\_公众号遇到的问题，就是作为一个外地汉族人，对于\_\_回坊的文化、宗教、美食、习俗等真的是知之甚少。又一次因为不知道“板油”是猪油，将之写在了文章里。后来文章被旅游局方面打回来，还被批评一顿，因为猪是回民的禁忌之一嘛。

不过这个问题的解决办法也只有一个，大量阅读相关资料，增加相关的知识储备，发掘能出文章的点子。比如做过\_\_等文章。

其实，“产能不足”这个问题是一直存在的，我把它戏称为“公众号运营初期的基本矛盾”，即：日益增长的产能需要与知识储备不足的矛盾，这个矛盾在我实习的前两个月是一直存在的，知识深度深浅不一而已，随着对于相关领域的知识储备的增加，这个矛盾才渐渐不太突出。

以上就是我本职工作的一些概况。当然，新媒体运营肯定不止是\_\_文章的编排了，所以，我在实习期间也接触了一些其它方面的知识，比如第三方后台、一点代码知识、社群管理、活动组织策划、客户洽谈与对接等等，这都对我的新媒体运营整体的能力的提高有很大帮助。

2、学习第三方后台。

进入公司半个月后，我开始接触一些第三方后台方面的知识。我们公司技术部有自己的第三方后台管理工具，有门店管理、微网站、关键词回复、以及开发各种\_\_小游戏、抽奖活动等。运营部一般用到\_\_游戏以及抽奖活动比较多。我当时就试着用我们公司的第三方后台，设置了一个其它公众号的拼图游戏和摇一摇抽奖，并将它运用于\_\_一次活动中。

以前做公众平台，只做过\_\_文章的编排、\_\_后台数据整理分析等，不过到了我们公司技术部了解学习之后，更觉得\_\_第三方后台运用得好，也是吸粉引流的一大利器，而且更加方面快捷，效率更好，比如对活动效果的分析、名单的统计等。

3、社群管理。

20\_\_年被称为“社群经济元年”，因为在\_\_公众平台颓势凸显，发力愈难得情况下，用社群来与粉丝互动，增强粉丝黏性，留存粉丝，便成为\_\_公众平台引粉引流的另一个突破口。

有点遗憾我在今年才具体地接触了社群运营。因为\_\_和\_\_都不需要组建社群，我在实习期间组建了另一个\_\_公众平台\_\_的社群。社群学问也挺大的，比如刚刚开始运营，了解到的游戏设置、奖惩制度、第三方平台的接入、社群机器人的设置等这些浅层的东西。继续运营的话，就是更深层一点的东西，比如管理员的选用、话题引导以及怎样协调时间，因为，社群运营也是件比较累人的活儿，需要经常去群里查看。老板甚至都给我们讲了怎么防止管理员架空群主。社群管理让我见识到很多，虽然研究不深，但也算打开了那道门。

4、策划线上活动。

策划组织线上活动是新媒体运营必须要做的啊，本来公司没有啥线上活动，但是我跟老板请示了一下，想给\_\_公众号和\_\_公众号做个线上活动，涨涨粉!

老板还是很好说话很大方的，让我自己去弄吧!然后给了我一批“行游天下旅游护照”作为活动奖品。因为这个活动没那么复杂，就没有写策划案，直接跟技术部的人沟通了一下，让他们做了一个抽奖页面，然后再接入公众号。

\_\_做的过程还是比较顺利，但是吸粉效果不佳。我分析了一下原因，一个是粉丝基数太小，另一个则是奖品不够吸引人。

不过有些意外的是，\_\_公众号的托管方没有允许此次活动。大概因为他们是半政府性质的吧，觉得靠做活动来引粉不好吧，不多做评价了。

5、洽谈客户。

客户是我们的衣食父母，所以学一学跟客户的洽谈还是非常有必要的。实习期间老板先带着我跟客户洽谈了两次。

那两次我只是在“旁听”，基本上不说话，老板偶尔会问我一两个问题，事后老板会再跟我讲解一下洽谈的技巧，比如“如何引导话题”“如何让客户更加信服自己”“如何在洽谈时保持自己利益最大化”等等，感觉跟客户洽谈就如一场小型的心理战，敌进我退，敌退我进!

后来老板派我出去谈过三位客户(两个广告客户，一个托管客户)。其实这三个客户的订单都已经基本确定了，知识剩下的一些较细的事项和具体地款项由我来谈判交接一下。

我发现广告客户是比较好说话的，洽谈也比较顺利，他们要求不多，大致问一下平台的基本情况、活动预期效果，再讨价还价就差不多了。托管客户就比较复杂了，他们会问你各种问题，简单一点的就如粉丝量、转发量、活跃度以及粉丝主体等，复杂一点的就是一些详细的数据了，比如以前的案例数据、预期增长量等。我也更加认识到谈判的复杂性，以后要为每一次谈判做详尽的准备!

6、学习本地类媒体运营。

我们公司要打造本地媒体矩阵，所以新媒体编辑们对于本地号的一些写作啊、运营的常识以及技巧都要知道。所以在实习期间接触了比较多的本地号运营知识。

我首先觉得最重要的是要嗅觉好，本地的一些新闻事件要第一时间发在公众号上。比如停电公告等，发得越早越好，这其实也考验了你获取信息渠道的能力，不然等到别的本地号都发遍了，你才知道这件事，那岂不很尴尬。

要善于抓热点，本地发生的一些较大的新闻事件，如果可以的话，尽量攀热点、抱大腿，比如在\_\_月初在体育场进行的\_\_的比赛。

**20\_新媒体编辑实习月报和方法二**

一、实习说明

1、实习单位简介：

别具一格网络科技有限公司位于\_\_省\_\_市，是一家以新媒体运营和移动互联网产品研发为主要业务的互联网创业公司，旗下产品\_\_超过202\_家企业提供微营销技术服务。公司成立于20\_\_年，截止目前合作客户超过500家。

2、实习岗位简介：

(1)岗位职责

我所在的岗位是公司运营部的新媒体运营岗位，担任新媒体运营一职。运营部下面有我爱\_\_、家在\_\_、\_\_同城等几个自有本地媒体，还同时托管十数个其它企业或者媒体的微信公众平台、我负责的是自有的“惠游\_\_”公众号以及托管的“老回坊”公众号，主要负责两个公众号的微信文章编排、活动策划、数据统计以及与托管方对接等。除了这些本职工作，还负责“家在\_\_”的社群管理以及其它客户对接洽谈。

(2)能力要求

1、具有较强的新闻、热点敏敢性，有较强的文案功底。

2、网感好，创意优，执行力强，有良好的策略思考能力并能独立撰写方案，一定程度掌握图片处理软件;

3、知识面广，思维活跃，工作主动，有责任感，能承受较大的工作压力;

二、实习目的

在这次实习之前，曾做过新媒体方面的工作，但主要限于微信文章的编排工作。为了提高我的新媒体运营的综合能力，除了深化文案写作能力，再学习运营方面的知识，我加入了别具一格网络科技有限责任公司并担任新媒体运营一职。

三、实习内容及过程

1、本职工作

(1)工作内容介绍

实习伊始，我的本职工作就已经展开。在这里，先说一下我的本职工作吧，就是运营“惠游\_\_”和“老回坊”两个公众号。

“惠游\_\_”是公司新搭建的一个本地旅游类公众平台，和公司其它本地类公众平台，形成本地新媒体矩阵。“惠游\_\_”由于是新开号，老板要求只发原创文章，不着重吸粉、引粉，直到开通原创标识，可以在文章底部留言评论，然后了再做活动吸粉，积累一定粉丝量后，进行商业化运作。

“老回坊”公众号是以莲湖区旅游局为认证主体的公众号，由莲湖区旅游局托管给我们公司，为半政府性质的公众号，所以商业化程度不高，发文主要以回坊的风俗、美食、景点、物质文化遗产、非物质文化遗产以及其它和回坊、回民相关的内容为主。

由于“惠游\_\_”要拿下原创标识，所以规定每天发文一篇，所发文章均为纯原创文章，不得转载外部资源;“老回坊”要求一周发三篇，对于原创度没有要求，在我任职期间，此公众号发文的原创比例占50%左右。

实习期间，“惠游\_\_”和“老回坊”所涉及的整个工作流程都是由我负责(除了公司技术部门第三方平台的接入)，包括所发文章的素材收集整理文案编写、图片编辑、文章排版、发文，还有数据的统计分析，简单的报表的制作(“老回坊”要求制作周报和月报给莲湖区旅游局)以及与莲湖区旅游局对接的其它事项。

实习刚开始时，事情不多，所以自己就把已经半年多没做了的微信公众平台的各个板块再熟悉了一下，比如后台的留言管理、数据分析板块等。然后又继续熟悉了一下135编辑器，构思编辑器等一些排版，基本上也是边做公众号的同时就慢慢熟悉了。公司规模不大，业务体系不多，技术部的基本不需要怎么了解，我就大致了解了我们公司运营部的一些业务体系，由于我们公司是做本地类公众号的，所以在实习前期，对于\_\_本地类尤其以“\_\_扑通”“\_\_帮”“我爱\_\_”“在\_\_”等本地生活类公众号有了个初步的窥探。公司运营部除了我和老板(指别具一格网络科技有限公司运营总监，主管运营部)，其它全是90后，相处就非常融洽。实习前期，因为自己在以前做过新媒体，手不生，而且公司氛围很好，所以障碍不多，融入很快。

(2)遇到的问题及解决方法

随着两个微信公众号的继续运营，我也遇见了更多的问题。

首先说下“惠游\_\_”吧，因为这个问题是深层次的问题，就是产能不足。当然，也不是严重的产能不足，就是遇到了一个小小的瓶颈一样，不知道写点啥了。在“惠游\_\_”刚开始运营的前半个多月，基本上呈现的是高歌猛进的状态，几乎每天都有的写，但是随着写得越来越多，这种状态慢慢消失，到了20多天左右，就不知道写点啥了。因为“惠游\_\_”定位于本地旅游，在前期写公众号文章时基本上就是写景点，而且大部分都是自己去过的景点。这些景点因为自己实实在在地体验过，写起来有的说，有的写，出文也比较快。但是把这些景点写完之后，就出现了一些障碍，没有去过怎么写?就犹如我每天开着奇瑞qq，却要写玛莎拉蒂的保养技巧一样，怎么弄?

不过问题总要面对和解决。首先我是大量的搜资料，上网查，后来就干脆从图书馆借了一本\_\_旅游的书，然后参照着内容，结合当下的时间段或者热点来写。后来我想到其实不必要总是写景点，也可以写一些和旅游相关的，比如当时写过《蓝瘦，香菇，旅游途中遇到这些事儿，太尴尬》、《丈母娘让我从\_\_带回去特产，怎么办》等一些跟非景点的文章。其实还有就是，深度挖掘景点的故事，或者旅游的故事，但这个需要耗费大量的时间去查阅相关资料，由于实习期间工作较多，这种深度挖掘景点故事的做得不多，比如做过《一脚踏三省，最美青木川》、《沧海月明珠有泪，蓝田玉暖日生烟——贵圈真乱》、《秦川自古出帝王，黄土处处埋宝藏》等7—8篇文章。

再了说下“老回坊”公众号遇到的问题，就是作为一个外地汉族人，对于\_\_回坊的文化、宗教、美食、习俗等真的是知之甚少。又一次因为不知道“板油”是猪油，将之写在了文章里。后来文章被旅游局方面打回来，还被批评一顿，因为猪是回民的禁忌之一嘛。

不过这个问题的解决办法也只有一个，大量阅读相关资料，增加相关的知识储备，发掘能出文章的点子。比如做过《羊羹美味尝，唯属同盛祥》、《回坊里的小日子》、《你好，我叫回坊，这是我小时候》等文章。

其实，“产能不足”这个问题是一直存在的，我把它戏称为“公众号运营初期的基本矛盾”，即：日益增长的产能需要与知识储备不足的矛盾，这个矛盾在我实习的前两个月是一直存在的，知识深度深浅不一而已，随着对于相关领域的知识储备的增加，这个矛盾才渐渐不太突出。

以上就是我本职工作的一些概况。当然，新媒体运营肯定不止是微信文章的编排了，所以，我在实习期间也接触了一些其它方面的知识，比如第三方后台、一点代码知识、社群管理、活动组织策划、客户洽谈与对接等等，这都对我的新媒体运营整体的能力的提高有很大帮助。

2、学习第三方后台

进入公司半个月后，我开始接触一些第三方后台方面的知识。我们公司技术部有自己的第三方后台管理工具，有门店管理、微网站、关键词回复、以及开发各种微信小游戏、抽奖活动等。运营部一般用到微信游戏以及抽奖活动比较多。我当时就试着用我们公司的第三方后台，设置了一个其它公众号的拼图游戏和摇一摇抽奖，并将它运用于“惠游\_\_”一次活动中。

以前做公众平台，只做过微信文章的编排、微信后台数据整理分析等，不过到了我们公司技术部了解学习之后，更觉得微信第三方后台运用得好，也是吸粉引流的一大利器，而且更加方面快捷，效率更好，比如对活动效果的分析、名单的统计等。

3、社群管理

20\_\_年被称为“社群经济元年”，因为在微信公众平台颓势凸显，发力愈难得情况下，用社群来与粉丝互动，增强粉丝黏性，留存粉丝，便成为微信公众平台引粉引流的另一个突破口。

有点遗憾我在今年才具体地接触了社群运营。因为“惠游\_\_”和“老回坊”都不需要组建社群，我在实习期间组建了另一个微信公众平台“家在\_\_”的社群。社群学问也挺大的，比如刚刚开始运营，了解到的游戏设置、奖惩制度、第三方平台的接入、社群机器人的设置等这些浅层的东西。继续运营的话，就是更深层一点的东西，比如管理员的选用、话题引导以及怎样协调时间，因为，社群运营也是件比较累人的活儿，需要经常去群里查看。老板甚至都给我们讲了怎么防止管理员架空群主。社群管理让我见识到很多，虽然研究不深，但也算打开了那道门。

4、策划线上活动

策划组织线上活动是新媒体运营必须要做的啊，本来公司没有啥线上活动，但是我跟老板请示了一下，想给“惠游\_\_”公众号和“老回坊”公众号做个线上活动，涨涨粉!

老板还是很好说话很大方的，让我自己去弄吧!然后给了我一批“行游天下旅游护照”作为活动奖品。因为这个活动没那么复杂，就没有写策划案，直接跟技术部的人沟通了一下，让他们做了一个抽奖页面，然后再接入公众号。

“惠游\_\_”做的过程还是比较顺利，但是吸粉效果不佳。我分析了一下原因，一个是粉丝基数太小，另一个则是奖品不够吸引人(虽说市场价值100元，但是粉丝需求不强烈)。

不过有些意外的是，“老回坊”公众号的托管方没有允许此次活动。大概因为他们是半政府性质的吧，觉得靠做活动来引粉不好吧，不多做评价了。

5、洽谈客户

客户是我们的衣食父母，所以学一学跟客户的洽谈还是非常有必要的。实习期间老板先带着我跟客户洽谈了两次。

那两次我只是在“旁听”，基本上不说话，老板偶尔会问我一两个问题，事后老板会再跟我讲解一下洽谈的技巧，比如“如何引导话题”“如何让客户更加信服自己”“如何在洽谈时保持自己利益最大化”等等，感觉跟客户洽谈就如一场小型的心理战，敌进我退，敌退我进!

后来老板派我出去谈过三位客户(两个广告客户，一个托管客户)。其实这三个客户的订单都已经基本确定了，知识剩下的一些较细的事项和具体地款项由我来谈判交接一下。

我发现广告客户是比较好说话的，洽谈也比较顺利，他们要求不多，大致问一下平台的基本情况、活动预期效果，再讨价还价就差不多了。托管客户就比较复杂了，他们会问你各种问题，简单一点的就如粉丝量、转发量、活跃度以及粉丝主体等，复杂一点的就是一些详细的数据了，比如以前的案例数据、预期增长量等。我也更加认识到谈判的复杂性，以后要为每一次谈判做详尽的准备!

6、学习本地类媒体运营

我们公司要打造本地媒体矩阵，所以新媒体编辑们对于本地号的一些写作啊、运营的常识以及技巧都要知道。所以在实习期间接触了比较多的本地号运营知识。

我首先觉得最重要的是要嗅觉好，本地的一些新闻事件要第一时间发在公众号上。比如停电公告等，发得越早越好，这其实也考验了你获取信息渠道的能力，不然等到别的本地号都发遍了，你才知道这件事，那岂不很尴尬。

要善于抓热点，本地发生的一些较大的新闻事件，如果可以的话，尽量攀热点、抱大腿，比如在\_\_月初在体育场进行的国足和叙利亚的比赛。

**20\_新媒体编辑实习月报和方法三**

职责：

负责公司新媒体平台的日常运营、内容更新与维护;为粉丝策划提供优质、有高度传播性的内容;

定期提供运营、推广效果分析报告，通过对推广资源数据及客户反馈的分析，不断调整推广策略;

拓展、维护各个渠道和资源，能够整合跨界资源。

岗位要求：

全日制本科及以上学历，1年以上新媒体编辑、运营经验，设计类、文学类等相关专业优先考虑;

热爱社交媒体，如微博、微信等，对新媒体营销和传播方式有独到的见解;

有深厚的文字功底，撰稿能力强，擅长多种风格文案稿件;熟悉新媒体运营，并有新闻撰写经验，能独立策划传播方案;

善于捕捉热点，策划相应内容主题和包装，有软文营销经验者优先考虑;

执行力强，具备强大的自我驱动力，善于协调沟通及统筹;有审美，熟悉ps，具备一定的图片处理能力。

**20\_新媒体编辑实习月报和方法四**

职责：

1、负责公司公众号相关内容采集，编辑与发布，负责项目推广执行涉及的相关软文及配图文案的撰写。

2、负责公司品牌所有相关自媒体文案撰写及定期维护，主动挖掘网络推广渠道，并提供文案支持及内容的发布。

3、根据公司营销策略和方案，撰写宣传资料和相关活动文案，独立完成各项文案及相关文字工作。

4、按时完成上级交办的其他工作。

任职要求：

1、新闻学、传播学、广告学、中文系、市场营销等相关专业。

2、有新媒体编辑、网络编辑、家居行业领域从业经验者优先。

3、具有扎实的文案功底和突出的话题策划能力，较强的执行力和信息采编能力。

4、长期混迹互联网，时常关注社会时事热点。

5、具有团队精神，善于沟通，具有强烈的创意意识和探索欲望，能适应快速的变化。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！