# 新媒体运营的心得体会 医美新媒体运营心得体会(实用9篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-03-21

*体会是指将学习的东西运用到实践中去，通过实践反思学习内容并记录下来的文字，近似于经验总结。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。新媒体运营的心得体会篇一医美行业是指医疗美容...*

体会是指将学习的东西运用到实践中去，通过实践反思学习内容并记录下来的文字，近似于经验总结。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**新媒体运营的心得体会篇一**

医美行业是指医疗美容领域的服务和产品，近年来随着人们对于外貌和身材的重视程度不断提高，医美行业也成为了热门的投资领域。市场竞争激烈，如何在众多医美机构中脱颖而出，吸引患者的关注和信任，成为了医美行业的难点。而新媒体成为了现代医美行业的重要推广渠道，其特殊的传播方式和广阔的受众群体，为医美行业的发展开辟了一条光明的道路。

第二段：理解新媒体

新媒体指利用现代技术手段传播、发布、分发信息的媒介途径，例如微信公众号、微博、抖音等。新媒体具有更快更直观的信息传递速度，信息可交互性强，传播范围广，受众群体多元等特点。对于医美行业而言，新媒体推广是一种全新的传播方式，也是医美机构与患者之间沟通和交流的重要桥梁。

第三段：新媒体在医美行业的应用

新媒体在医美行业中的应用主要包括以下几个方面：一、建立微信公众号和微博等社交媒体平台，发布医美

**新媒体运营的心得体会篇二**

五月的花海，分外迷香。在这一年中承上启下关键性的季节，我们相约武局党校，集中培训网络新媒体相关知识，总结过去工作经验，学习当下先进媒体知识，把握未来宣传工作要领，助力铁路媒体宣传工作强基达标提质增效，为服务铁路发展营造好的社会舆论环境和口碑。

xx月31日至xx月2日，我有幸参与了局党校举办的20xx年全局网络新媒体工作培训班。此次集中学习，汇聚了来自我局69个单位100多个优秀通讯骨干，大家齐聚一堂，集中充电，相互学习，交流经验，共同近距离聆听新浪微博、腾讯大楚网等资深媒体人的精彩授课，感受一次思想的洗礼。培训过程中各位领导及媒体专家的讲座，或深刻、或睿智、或沉稳、或思辨，无不滋养着我的心田。讲师们丰富的网络案例，精湛的理论阐述，使我受益匪浅。

在当下万物皆媒的环境下，微博、微信无疑是市场份额最多，关注度，运用最广泛的媒体形式。

首先，微博依然是突发事件集中爆发平台、第一信源。是公众知情权和表达意愿的重要诉求通道。是政府、企业形象宣传、危机管理不可替代的平台。铁路身肩公益，决定了其微博的政务属性。铁路微博突出面向百姓贴心服务，及时发布信息、加强与民众的互动性，已成为铁路做好网络舆论正面引导，提升公信力，树立良好社会口碑的重要抓手。运营好铁路微博平台需要设立专项管理制度，增强风险防范意识。面对广大网民，要端正服务态度，勤思考，多互动，善总结。

其次，微信已然成为人们不可或缺的生活方式。自宜车新媒体成立以来，微信运营开始步入正轨，《视频直播》、《乘着火车去踏青》、《企业宣传片》、《vr全景》、《夜话读书》等栏目内容丰富，形式多样的新媒体作品均受到用户一致好评，有效的传播了宜车声影。虽然成绩显著，但问题也不少。目前平台涨粉遭遇瓶颈、缺乏粉丝互动、关注群体不均衡男女比例达7/3等问题突出。

针对出现的问题，我们可以从这几个方面入手：一是改变传统的“5w”文字表述方式，以贴近用户、通俗化、短句式的方式加以改造，降低用户的抵触心理，提高作品传播率。二是创新利用媒体形式，实现媒介交互融合，例如全景视频直播、全景趣味动图、线上直播等，以丰富平台内容，增强吸粉能力。三是研究用户心理，参考用户先知需求、价值需求、忌难求简需求。四是及时回复粉丝评论，把用户当伙伴、当朋友，虚心听取粉丝意见建议，同时适当开展活动征集粉丝意见，吸引新用户，留住老用户。

网络是把双刃剑，随着移动互联网时代全面到来，面对互联网资本构成日趋复杂化及网络交互性日益增强的局面，网络舆论异军突起，形势严峻。一般而论，面对错综复杂的新型舆论环境，铁路部门往往处于寡不敌众的劣势，而观众“天然地”具有善良、同情、公正等道德优势，加之新信息传播技术带来的诸如匿名、暗示、传染等适合“起哄嫁秧”的集合心里机制，舆情处理工作难度之大可想而知。

笔者认为可以从以下几个方面着手：一是成立舆情监督机构，完善舆情考核机制，建立舆情应对机制，及时的发现舆情、研判舆情、处理舆情。二是坚持诚实为本、及时发声、依法依规的舆情处理原则。处理舆情反映要快，应对要灵活，回复要准确，处理过程要细致。三是处理舆情要有前瞻性，未发声、先研制，错了态度要诚恳，遭遇诬陷坚决斗争，误解误传巧妙解释，特殊情况下可以向相关媒体寻求帮助。力避“化危为险”、力求“化危为安”、力争“化危为机”。

网络评论是网络媒体的旗帜和灵魂，有着重要的社会教育意义和社会引导作用。随着我国铁路的高速发展，社会监督越来越严苛，群众的各种呼声接踵而来，如何答疑解惑、调节舆论温度、平衡社会心态、协调社会行为、避免传播误区成为铁路舆情处置的重要使命和严峻考验。笔者认为可以从以下几个方面助力铁路网评提质上量。

1、增加评论的附加值。即作为评论员，你应该懂的比别人多一点，能说出来的东西比别人多一点，能够提供的有价值信息比别人多一点。

2、增加评论的可信度。俗话说的好，隔行如隔山，不同领域有不同的专业知识，而专业的知识才更能让人信服。

3、提升评论的文字功底。文理通畅的文章才能赢得更多的关注。相反，平淡无味或过于艰涩的行文，必然会让人失去阅读的兴趣。

所以，要写好评论，除了有独特的观点触角，更要有扎实的文字功底。四是增加标题的含金量。一个好标题是一篇成功文章的一半。级别越高的媒体，稿件来源越发是供远过于求，一个夺人眼球的标题，是稿件能否步入编辑“法眼”的敲门砖。同时，标题中要能够直观表达笔者不同寻常的思想和高度，要在芸芸众生中给人标新立异的感官。

海不择细流，故能成其大，山不拒细壤，方能就其高。开放的体制之下才能迎来百花齐放百家争鸣的壮阔景象。在新媒体建设的道路上唯有不拘一格，开放舞台，才能广纳人才，实现创新突破。未来的宜车新媒体，需要集大家之智慧，只有坚持公平、公正、开放、共享的运营理念，发扬媒体成员创新、勤劳、协作的优良品质，才能真正实现讲好宜车故事，传播宜车声影的`目的。

**新媒体运营的心得体会篇三**

媒体是指信息传播的媒介，有信息就有媒体。媒体在每一件事中都有不行替代的作用。正如诗经中有语云：“匪我衍期，子无良媒”道出了媒体举足轻重的作用。新媒体是媒体的一个相对概念，相对于以前的报纸，广播，电视等传统媒体，现今的网络、微信、微博、数字电视就是新媒体。随着科技的进展，会有越来越多的新媒体诞生并被人们所接受。营销是指企业发觉或挖掘消费者的需求，从整体气氛的营造去推广和销售产品，让消费者深刻了解该产品进而购置该产品的过程。

我们在老师的带着下，了解到基于web1.0到web3.0的网络营销进展史。web1.0时代，20世纪90年月进入了web1.0时代，企业网络营销主要通过企业网站和各种平台传播大量的营销信息，将企业产品和服务的价值传递给消费者或潜在消费者，以期得到更多的客户，其传播方式主要有网站平台信息展示、网络广告、电子邮件等。web2.0时代每个用户可以参加到网站设计、网络内容制造过程中，网络开始表达出用户作为创造者的生产性功能。企业网络营销主要通过激发用户的参加，将企业产品和服务价值实现互动的有效传递，获得消费者或潜在消费者的认同以培育客户的忠诚度。web3.0时代每个用户可以打造自己的互联网门户，或者创造属于个人的互联网应用平台，通过属于自己的一个平台进行信息沟通。网络服务可根据每个人关注的信息类型、个人需求和偏好来传递相关信息营销2.0时代，有效的营销法则从aidma演化为aisas：那就是从创意吸引受众留意attention，激发受众参加的兴趣interest，然后受众开始搜寻相关信息search，随着信息的积累，提高信念，开始参加行动或者购置行动action，最终share（共享）产品的消费体验，形成口碑传播。由此我们也加深了对门户网站、网络视频、搜素引擎、e—mail、网络论坛、博客、微博、sns、im营销的解读。

当然，这些理论学问都不是照本宣科，而是在老师通过一个个新颖的案例共享，激发我们的兴趣，然后对我们提问，同学们加入自己的思索进行商量后回答，渐渐熟知到这些新媒体营销方式与分类。我们学习这门课程的时间虽然不长，但大家都觉得获益匪浅，让我们对新媒体营销有了一个更加全面细致的认识。课堂内容相当充实，讲到了大数据，微信营销，o2o物联网等在营销中的应用，讲到了粉丝思维，用户参加感，热点事件营销的\'一些原理。这次培训给我留下深刻影响的一个字是“势”—大势所趋，势不行挡的“势”。雷军说：“只要站在风口上，猪也能飞起来”。这句话让我有了深深的触动。我们不能逆势而为。21世纪是科技的时代，是互联网时代，o2o、物联网、微信就是大势所趋，社会是在向前进展的，我们必需去接受和开创新的事物，不然我们将注定被淘汰。我们面对的是广大的客户群体，我们除了要“造势”以外，还要学会“借势”借助一些热点话题，一些新兴的，广大客户都接受的营销手段，那样我们将会事半功倍，收到意想不到的效果。这门课程中我印象最深刻的是微信营销中的“病毒式”营销，原理是让每一个人都成为我们营销内容的传播者，让我们的产品被更多的客户所了解。人们对自己不喜爱的广告往往是排斥的，所以在营销上硬广不如软文，软文不如图片，图片不如视频，视屏不如游戏，游戏不如利益。让每一位客户都从你的营销当中获得利益，体验到欢乐，并共享给周边的人，那么你的营销就胜利了。

营销是一门科学，当中的原理和方法需要我们长期去摸索和实践，学习这门课程，不仅让我学习到了新媒体时代营销方式方法，更加深了对互联网思维的初步培育，思维的形成并非一朝一夕，还需要日后继续加强学习，不断总结。盼望在以后的工作中，能够将理论联系实际，好好加以运用。

**新媒体运营的心得体会篇四**

作为一名新媒体运营人员，我经历了许多挑战和机会，获得了不少宝贵的经验和心得。在这篇文章中，我想分享一下我在新媒体运营期间的体会和心得。

第一段：掌握核心要素

在新媒体运营的初期，我发现成功的关键是掌握核心要素。这包括目标受众、内容创作和营销策略。了解你的目标受众的需求和兴趣，创作和发布符合他们口味的内容，以及采用恰当的营销策略来吸引和保持他们的关注。在这个过程中，我学会了如何运用数据分析和社交媒体工具来了解受众行为和趋势，并在此基础上进行灵活的调整和改进。

第二段：获取高质量内容

在新媒体运营中，高质量的内容是成功的关键。获取优质的内容需要花费大量的时间和精力，但这是值得的。我们需要不断地寻找更好的渠道和来源来获取有趣和有价值的内容。当然，对于自己来说如果更好的掌握一门技能或者拥有独到的才能，那获取优质内容会更加容易。

第三段：积极与社区互动

不要把社交媒体看作是一种广告平台。它是一个数字社区，这意味着社交互动是成功的重要组成部分。积极互动并回复用户的留言和评论，加强与受众的联系和关系，使他们感受到被尊重和受到重视。这是赚取他们的忠诚和信任的关键。

第四段：重视数据分析

数据分析是新媒体运营中不可或缺的工具。有了数据分析，我们可以了解内容效果、社交媒体活动和营销策略的表现，并进行及时的调整和改进。同时，数据分析也可以帮助我们了解我们的观众和受众，掌握他们的兴趣和需求，并根据他们的观点和反馈来做出决策。因此，学会数据分析和修正是非常重要的。

第五段：始终保持激情

最后，新媒体运营的成功需要不断地追求和热情。新的挑战和机会都应该激励和鼓舞人心。这需要我们持续寻找创意和创新的方式去吸引观众的关注和促进社交媒体影响力的增长。这样的精神和态度将驱动我们朝着目标努力，并实现自身的追求和价值。

总之，新媒体运营是一个充满机遇、挑战、创意和创新的工作。在这个过程中，掌握核心要素、获取高质量内容、积极与社区互动、重视数据分析和保持激情是实现成功的关键。希望以上我分享的新媒体运营体会和经验能给刚入行的朋友们一点启发和帮助。

**新媒体运营的心得体会篇五**

新媒体运营是当今社会中不可或缺的一项技能和职业，对于我来说，学习和从事新媒体运营工作给我带来了很多体会和收获。在这篇文章中，我将分享我在新媒体运营中获得的心得体会。

首先，新媒体运营需要具备良好的沟通能力和创新思维。在运营过程中，与观众和用户的沟通是极为重要的。运营者需要通过熟练运用各种新媒体平台，与观众建立有效的沟通渠道，了解他们的需求和反馈。同时，新媒体运营还需要不断创新，提供吸引用户的内容和活动。只有通过有效的沟通和创新，才能吸引更多的用户，提高品牌影响力。

其次，新媒体运营需要时刻保持关注和学习。新媒体平台和技术发展迅速，运营者需要时刻保持对新动态的关注，并学习适应新环境。我发现，经常浏览相关的行业资讯和参加行业的培训能够帮助我不断更新知识和理论，并充实自己的能力。同时，与同行交流和分享经验也是提高自身能力的途径之一。

第三，数据分析对于新媒体运营至关重要。数据是运营工作的基础，也是衡量运营效果的重要指标。通过数据分析，我们可以了解用户的行为和偏好，从而针对性地优化我们的运营策略。因此，掌握数据分析工具和数据处理能力是一位优秀的新媒体运营者必备的能力。

第四，危机处理和公关能力对于新媒体运营至关重要。在运营过程中，难免会遇到一些危机和负面舆情。对于这些情况，运营者需要迅速反应，及时处理，尽力减少对品牌的负面影响。因此，危机处理和公关能力对于运营者来说是一项必要的技能。通过及时回应和公开沟通，我们可以有效地处理危机，并保护品牌的声誉。

最后，新媒体运营需要不断学习和进取。新技术和平台的不断出现和发展，意味着运营者需要不断学习和适应。只有跟上时代的步伐，才能更好地拓展运营的边界。与此同时，积极主动地参与各类活动和项目，提升自身的经验和能力也是至关重要的。

综上所述，新媒体运营是一项需要不断学习和进取的工作。良好的沟通能力、创新思维和关注学习是取得运营成功的基本条件。此外，数据分析、危机处理和公关能力也是运营者必备的技能。通过不断学习和进取，我们可以提高自身的专业水平，并为品牌和用户创造更多价值。我相信，在不断发展的新媒体时代中，只有不断学习和进取的运营者才能把握机遇、迎接挑战，并取得更好的业绩。

**新媒体运营的心得体会篇六**

随着科技的进步，新媒体在运营中扮演着越来越重要的角色，而作为新媒体运营人员，我也经历了许多的挑战和机遇，从中获得了一些心得体会。在这篇文章中，我将分享我的一些看法和经验，以期帮助更多的人在新媒体运营中获得成功。

第一段：掌握新媒体运营的核心要素

在新媒体运营中，我们需要掌握各种工具和技巧，例如微博、微信、直播、SEO等等。但是，无论使用哪种工具，我们都需要掌握一些核心要素，这些要素包括目标受众、内容策略、活动规划和数据分析等等。只有在掌握了这些要素之后，我们才能顺利地完成新媒体运营工作。

第二段：了解受众需求，制定内容策略

在新媒体运营中，受众需求是至关重要的。我们需要了解受众群体的年龄、性别和职业等方面的信息，从而制定出符合受众需求的内容策略。如果我们无法了解受众需求，那么我们的内容就可能无法引起受众的注意，从而导致宣传效果不佳。

第三段：定期评估运营效果，调整策略

新媒体运营是一个动态的过程，我们需要不断评估运营效果，及时调整策略。我们可以通过数据分析工具、用户反馈和市场调研等方式来评估运营效果，并根据反馈意见调整优化策略。如果我们不及时调整策略，可能会让整个运营出现重大问题，从而降低宣传效果。

第四段：保持创新，跟上时代潮流

新媒体是一个变化非常快的领域，我们需要不断保持创新，跟上时代潮流。我们可以借助各种学习资源、培训机会和同行交流等方式，不断学习新知识、获取新技能，从而保持在新媒体运营领域的领先地位。同时，在创新尝试的过程中，我们还需要注意风险控制，确保新尝试不会影响正常运营。

第五段：注重团队建设，形成协作机制

在新媒体运营中，团队建设十分重要，我们需要形成协作机制，让团队成员之间相互配合、相互支持。我们可以通过定期团队建设活动、规范业务流程、清晰分工等方式来优化团队建设。只有形成强大的协作机制，我们才能在新媒体运营中取得成功。

总之，新媒体运营是一个需要掌握核心要素、了解受众需求、不断调整策略、保持创新、注重团队建设的过程。只有在这些方面做得足够好，我们才能在新媒体运营中取得成功。希望我的这些经验能够为大家提供一些帮助。

**新媒体运营的心得体会篇七**

五月的花海，分外迷香。在这一年中承上启下关键性的季节，我们相约武局党校，集中培训网络新媒体相关知识，过去工作，学习当下先进媒体知识，把握未来宣传工作要领，助力铁路媒体宣传工作强基达标提质增效，为服务铁路发展营造好的社会舆论环境和口碑。

xx月31日至xx月2日，我有幸参与了局党校举办的20xx年全局网络新媒体工作培训班。此次集中学习，汇聚了来自我局69个单位100多个优秀通讯骨干，大家齐聚一堂，集中充电，相互学习，交流经验，共同近距离聆听新浪微博、腾讯大楚网等资深媒体人的精彩授课，感受一次思想的洗礼。培训过程中各位领导及媒体专家的讲座，或深刻、或睿智、或沉稳、或思辨，无不滋养着我的心田。讲师们丰富的网络案例，精湛的理论阐述，使我受益匪浅。

在当下万物皆媒的环境下，微博、微信无疑是市场份额最多，关注度，运用最广泛的媒体形式。

首先，微博依然是突发事件集中爆发平台、第一信源。是公众知情权和表达意愿的重要诉求通道;是政府、企业形象宣传、危机管理不可替代的平台。铁路身肩公益，决定了其微博的政务属性。铁路微博突出面向百姓贴心服务，及时发布信息、加强与民众的互动性，已成为铁路做好网络舆论正面引导，提升公信力，树立良好社会口碑的重要抓手。运营好铁路微博平台需要设立专项管理制度，增强风险防范意识;面对广大网民，要端正服务态度，勤思考，多互动，善总结。

其次，微信已然成为人们不可或缺的生活方式。自宜车新媒体成立以来，微信运营开始步入正轨，《视频直播》、《乘着火车去踏青》、《企业宣传片》、《vr全景》、《夜话读书》等栏目内容丰富，形式多样的新媒体作品均受到用户一致好评，有效的传播了宜车声影。虽然成绩显著，但问题也不少。目前平台涨粉遭遇瓶颈、缺乏粉丝互动、关注群体不均衡男女比例达7/3等问题突出。

针对出现的问题，我们可以从这几个方面入手：一是改变传统的“5w”文字表述方式，以贴近用户、通俗化、短句式的方式加以改造，降低用户的抵触心理，提高作品传播率。二是创新利用媒体形式，实现媒介交互融合，例如全景视频直播、全景趣味动图、线上直播等，以丰富平台内容，增强吸粉能力。三是研究用户心理，参考用户先知需求、价值需求、忌难求简需求。四是及时回复粉丝评论，把用户当伙伴、当朋友，虚心听取粉丝意见建议，同时适当开展活动征集粉丝意见，吸引新用户，留住老用户。

网络是把双刃剑，随着移动互联网时代全面到来，面对互联网资本构成日趋复杂化及网络交互性日益增强的局面，网络舆论异军突起，形势严峻。一般而论，面对错综复杂的新型舆论环境，铁路部门往往处于寡不敌众的劣势，而观众“天然地”具有善良、同情、公正等道德优势，加之新信息传播技术带来的诸如匿名、暗示、传染等适合“起哄嫁秧”的集合心里机制，舆情处理工作难度之大可想而知。

笔者认为可以从以下几个方面着手：一是成立舆情监督机构，完善舆情考核机制，建立舆情应对机制，及时的发现舆情、研判舆情、处理舆情;二是坚持诚实为本、及时发声、依法依规的舆情处理原则。处理舆情反映要快，应对要灵活，回复要准确，处理过程要细致;三是处理舆情要有前瞻性，未发声、先研制，错了态度要诚恳，遭遇诬陷坚决斗争，误解误传巧妙解释，特殊情况下可以向相关媒体寻求帮助。力避“化危为险”、力求“化危为安”、力争“化危为机”。

网络评论是网络媒体的旗帜和灵魂，有着重要的社会意义和社会引导作用。随着我国铁路的高速发展，社会监督越来越严苛，群众的各种呼声接踵而来，如何答疑解惑、调节舆论温度、平衡社会心态、协调社会行为、避免传播误区成为铁路舆情处置的重要使命和严峻考验。笔者认为可以从以下几个方面助力铁路网评提质上量。

3、提升评论的文字功底。文理通畅的文章才能赢得更多的关注。相反，平淡无味或过于艰涩的行文，必然会让人失去阅读的兴趣。

所以，要写好评论，除了有独特的观点触角，更要有扎实的文字功底;四是增加标题的含金量。一个好标题是一篇成功文章的一半。级别越高的媒体，稿件来源越发是供远过于求，一个夺人眼球的标题，是稿件能否步入编辑“法眼”的敲门砖。同时，标题中要能够直观表达笔者不同寻常的思想和高度，要在芸芸众生中给人标新立异的感官。

海不择细流，故能成其大，山不拒细壤，方能就其高。开放的体制之下才能迎来百花齐放百家争鸣的壮阔景象。在新媒体建设的道路上唯有不拘一格，开放舞台，才能广纳人才，实现创新突破。未来的宜车新媒体，需要集大家之智慧，只有坚持公平、公正、开放、共享的运营理念，发扬媒体成员创新、勤劳、协作的优良品质，才能真正实现讲好宜车故事，传播宜车声影的目的。

**新媒体运营的心得体会篇八**

时间过的真快，转眼间学习新媒体运营已经一个多月了。从这个行业的小白到慢慢地熟悉了这个行业。接下来说说这一个多月的培训心得和感受吧！

首先之所以会选择新媒体这个学科，更多的是自己的兴趣，看中这个行业的前景，其实当时选择并没有太多的考虑。当自己真正接触这个行业才发现其实新媒体并不想自己想的那么简单。

要想学好新媒体，适应这个行业，我觉得要适应以下几点：

4、垂直度一定要高，坚持发你自己定位领域的文章，保持垂直度的确定性，垂直度越高就越容易受到该领域里的青睐。

其实培训最重要的还是要有气氛。这里有负责任，有教学经验的老师和认真学习的同学，你很容易地投入到培训中去，这是我最满意的。

**新媒体运营的心得体会篇九**

时光总是无声无息的从指缝中溜走，还没有来得及说一句再见，转瞬就已奔赴各自的工作岗位。为期三天的局团委新媒体培训落下帷幕，当袁书记宣布结束的那一刻，你是否眼中泛着泪光依依不舍，离别总是伤感的，不知道下一次相聚是何时。

第一次感受这个暖和的大家庭是报到当晚的自我介绍，来自全局66名新媒体工使出浑身解数呈现自己的才华，随着大家的互相了解，本来静默寡言不擅长表达的我也渐渐融入这个集体。时间一分一秒的过去，直到十点才结束，但我照旧不愿离去，心潮彭拜，我多想再停留一会儿好好看看他们，记住他们每一个人的名字，相聚是一种缘分，或许从今会交上一生的良师益友。

不会遗忘历奇破冰训练中你们每一个人的笑脸，团队凝聚力建设中每一个精彩瞬间，从新闻写作技巧到摄像摄影技术，从微信平台编辑到微信营销策划，三天六节课井然有序的充实着我的学习和生活，晚上的课题研讨更是让我有了一种回到高中时代挑灯夜读的感觉，用废寝忘食形容一点也不为过，以至于每天晚上都是被宿管阿姨逼着才离开教室。

老师并没有照本宣科而是通过理论和实践相结合的教学方式让我们全方面立体的了解所学的学问。一流的讲师团队，先进的教学设施，人性化的服务管理更加坚决了我要努力学习的决心，出勤率高，教学形式新颖，同学互助友爱，正是这样比学赶超的气氛让我深深的感觉自己的能力缺乏，要学习的东西太多。

开班典礼上路局团委武书记作了简短的讲话，虽然内容不多但句句简明扼要。我依旧记得书记说的学与做的意义，用学问武装头脑并在实践中指导我们的工作。俗话说活到老学到老，只懂得一方面的学问是远远不够的，只有不断的学习才能提高新媒体工的技能，更好的服务于大家，只有通过不断的实践才能找到工作中出现的问题并加以改正和完善。不擅长学习的人注定被新媒体大浪潮所淘汰，如何才能适应新媒体的进展方向，新媒体时代需要什么样的人才，答案就是学习。

话说回来这次培训的主题是新媒体，三天的学习虽然不能很系统很全面的学习新媒体学问，但也有了大致的了解。网络时代飞速进展，新媒体孕育而生，其传播速度之快，影响范围之广，受众群体之多，悄然转变着人们生活方式。作为企业来说，如何利用新媒体平台传播企业理念文化，展示企业形象，扩大企业影响力，打造企业品牌价值，这既是新媒体的\'意义所在也是每一位新媒体工思索的问题。

由青春武铁联想到xx新媒体，两者虽有差异但也不乏诸多共性。作为xx新媒体工作室的主编之一，我有幸见证了它的成长，从今年7月成立至今短短5个多月的时间里，平台先后开拓了“xx资讯”、“xx科普”、“美图（美文）鉴赏”、“夜话读书”、“xxvr”等诸多粉丝喜闻乐见的栏目，牢牢把握服务广大职工、旅客和货主这一宗旨，受到一线职工和路外人士的一致好评，取得这样的成果实属不易。

但我也深知其工作任重道远，从最初充满活力干劲到如今迷茫不知所措，好像陷入了瓶颈期，内容质量不高、形式较单一、缺乏粉丝互动，兼职开展工作合理支配作息时间等问题慢慢成为进展路上的绊脚石。下一步宜车新媒体的工作该如何开展，怎样在同类单位的栏目，牢牢把握服务广大职工、旅客和货主这一宗旨，受到一线职工和路外人士的一致好评，取得这样的成果实属不易。

但我也深知其工作任重道远，从最初充满活力干劲到如今迷茫不知所措，好像陷入了瓶颈期，内容质量不高、形式较单一、缺乏粉丝互动，兼职开展工作合理支配作息时间等问题慢慢成为进展路上的绊脚石。下一步宜车新媒体的工作该如何开展，怎样在同类单位新媒体中脱颖而出成为铁路风向标，我想我在培训中上找到了答案。

一个胜利的新媒体平台，需要的是倾听，创新，互动，培育和坚持。

首先是倾听，工作不能盲目，要有的放矢。倾听即对平台的定位分析，了解用户的个人爱好和兴趣，从用户本身出发，有针对性的对我们平台所发布的内容进行调整和改良。学会倾听满足用户的需要依据对用户需求的收集所输出的内容才能对用户产生影响。

其次是创新，内容上和形式上要齐头并进，相辅相成。一个好的新媒体平台并不是在内容上做到面面俱到，而是从某一个角度为切入点打造精品，创造属于自己的专属品牌。只有这样才能赢得的关注，获得的口碑。同时好的内容离不开好的表达形式，充分利用动图，视频，语音和直播，这样更直观生动，传播的价值也就越大。此外需要特殊留意，虽然新媒体表现形式多种多样但内容要主动向上，坚持“内容+服务”，把握导向，避开低俗，传播正能量。

再次是互动，只有互动才能了解用户的需求，增加吸粉的概率。一个细心策划的栏目假如大多数只是阅读和点赞，而评论几乎为零，那么就没有互动，作为媒体人也就不清晰用户的想法，而和用户活跃互动的话就能带动平台其他用户活跃，形成一种良好的参加气氛，间接的提高了吸粉概率和新媒体平台的影响力。

然后是培育，培育更多志同道合的新媒体人才才能更好的服务于我们的用户。目前宜车新媒体还缺乏这样的精英，离专业的新媒体团队还存在肯定差距。段管内青年职工众多，有才华的自然不在少数，只有深入挖掘新媒体人才，不断注入新奇活力，才能建设强大的宜车新媒体宣扬阵地。同时必需要培训人才，人才不是万能的，学问不是一成不变的，只有持续不断的开展人才培训，才能保持学问常新，思维常新，意识常新。

最终是坚持，尽管当前宜车新媒体存在着诸多问题，但我们的初衷不会转变，为职工，旅客和货主服务是我们的宗旨。不忘初心，继续前进”，每一个宜车新媒体工身上肩负的是一种责任感和使命感，我们的一言一行都在“传播宜车声影”，我们有责任去“讲好宜车故事”，虽然我们个人的力量有限但团队的力量是无限的，假如累了，请不要放弃，从自身做起，带动身边人，传播正能量。因为革命尚未胜利，同志仍需努力。

培训虽然结束了但新媒体的进展才刚刚开始。作为一名新媒体工，我很荣幸也很自豪参加其中，这个平台不仅是为我们提供了一个展示自我的机会，也让我认识到新媒体对于宜车更深远的意义。时代的进展日新月异，新媒体的工作任重道远，期盼在将来的日子里能有越来越多的人加入宜车新媒体这个大家庭，竭尽所能为宜昌车务段的进展添砖加瓦！

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！