

上交所微课（第23期）

移动互联网时代的投教自媒体建设

中国银河证券-互联网金融部

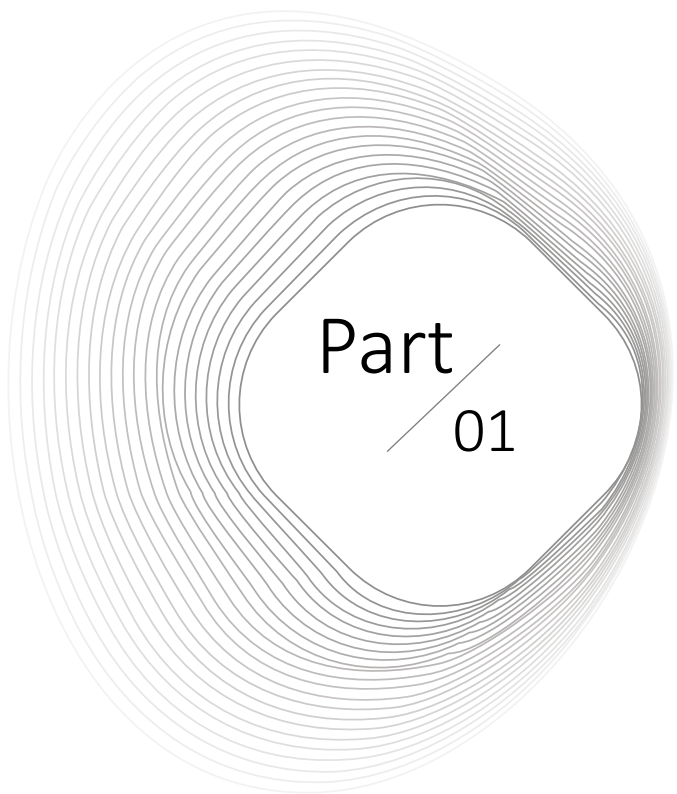
马 辉

Contents

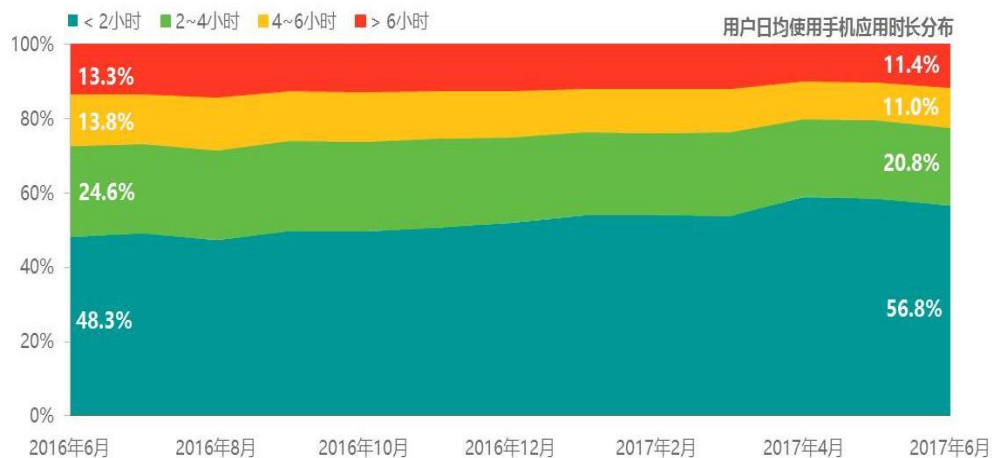
第一部分 | 适应移动互联网，推广投资者教育

第二部分 | 银河证券投资者教育案例

第三部分 | 企业微信运营技巧



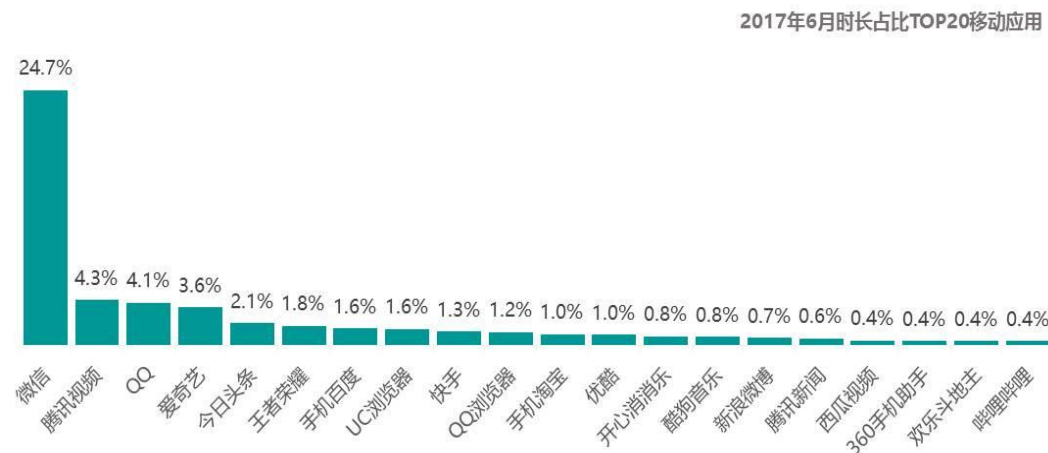
适应移动互联网，推广投资者教育



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



2017上半年，中国网民每天使用手机应用超过2个小时的比例超过43%



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



微信独占四分之一移动互联网用户使用时长

新媒体环境下 信息传播特点

左脑时代

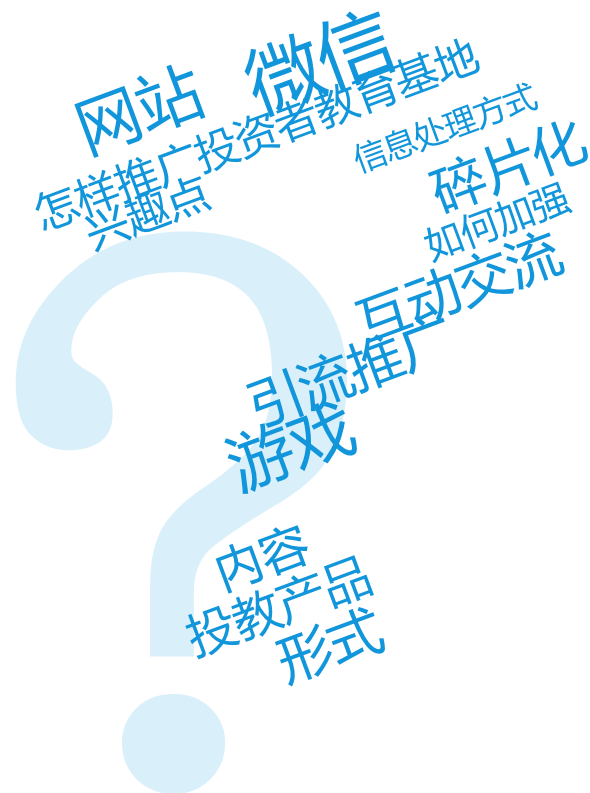
- 语言
- 逻辑



右脑时代

- 图片式
- 碎片化

新媒体盛行的时代下，用户不再青睐传统的传播路径，用户更习惯用碎片化的时间去获取碎片化的信息。因此，我们在投教内容的传播上，格外注重运用娱乐化、碎片化的方式，同用户进行广泛地沟通和交流。

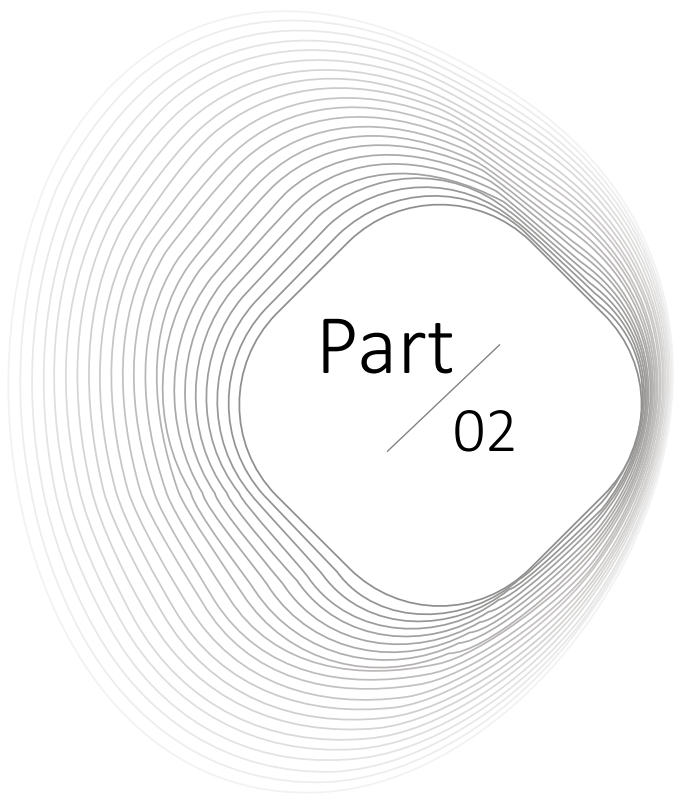


创新
投教产品形式

多元化
互动交流

投教基地创新内容与推广方式





银河证券投教案例



轻松的猜涨跌游戏，快速模拟K线走势，基于真实的A股历史数据，让用户体验真实的股市风险。

- PC端：投教基地互动交流模块
- 微信端：银河证券官方微信平台
- 客户端：玖乐2.0交易App

获取手机号	35441个
注册用户	35441人
人均参与次数（月）	34.72次
每日用户人均活跃时间	10.6分钟

数据截至9月30日





风险话你知

- 01期：购买理财产品需要匹配风险等级吗
- 02期：买者自负卖者有责
- 03期：民间股神说
- 04期：话说员工推销
- 05期：何为谨防代客理财之道
- 06期：真的有内幕么
- 07期：专业指导靠谱么
- 08期：民间融资炒股风险高

...

共拍摄制作24期，截至9月30日已发布12期，讲解与投资者相关的经典案例。通过腾讯视频、基地网站、微信发布，点击量超过3.5万人次。





公开课

邀请经济学家、业内学者、行业分析师进行市场热点解读。

2016年

- 《2016年股市》
- 获得上交所“投资者最喜爱的首席经济学家公开课”、“最佳首席经济学家公开课”奖

2017年

- 许冬石《债券市场框架分析》
- 李平祝《医药行业现状和投资分析》
- 潘玮《煤炭行业研究方法交流》





创意海报

围绕适当性管理主题，原创设计系列手绘海报，倡导“客观认识自我，投资贵在适合”的理念，阅读量2万+

很大，
但不是我的家。

客观认识自我，投资贵在适合



很美，
但不是我的家。

客观认识自我，投资贵在适合



相宜，
才最好看

客观认识自我，投资贵在适合



相宜，
才最畅快

客观认识自我，投资贵在适合





微信图文

制作金融知识、政策法规、投教活动微信长图文，扩大宣传教育覆盖范围，提高参与度。3月以来原创27篇，阅读量57万+



"适当性管理"对股民有哪些影响

(原创) 2017-06-09 银河证券 银河证券



7月1日起一批新规实施，这些变化与您有关

2017-07-03 银河证券服务



普通投资者还能否交易股票、适当性匹配有何要求、什么业务需要进行“双录”、哪些业务权限准入要求有所变化？下面就随小编来一探究竟吧。



奖品翻倍，再送十天|这4个人你都赢不了，还想炒股赚钱？

(原创) 2017-06-09 银河证券 银河证券



抱歉上次给大家带来不好的体验，很多客户多次注册才得以玩耍😞。为了表达我们的歉意，本次奖品翻翻翻翻翻翻翻翻翻一倍，2000份话费向你袭来。



连送10天|你练K线 我送话费

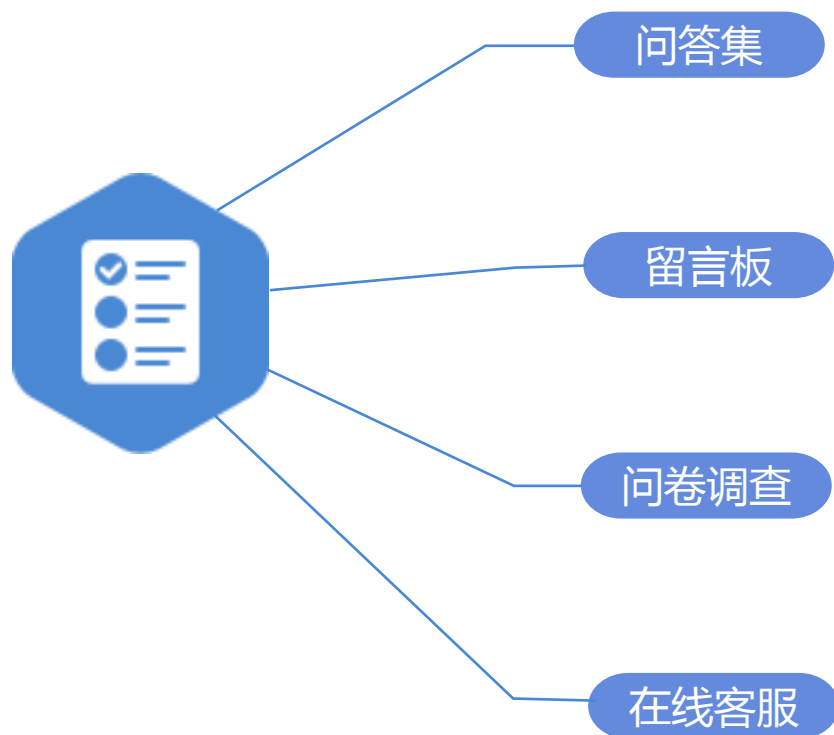
2017-05-25 银河证券



炒股那么多年，还在为看不懂K线烦恼吗？买完就跌，卖了就涨，完全不懂K线图的感觉…你还想继续忍下去么？

忍？！忍？！忍？！

网站



微信

< 返回 银河证券

有奖活动 | 飞单不是飞钱，这陷阱你要小心了

2017-06-14 银河证券

有奖活动【第三期】

飞单不是飞钱

这些陷阱你要小心了

中国银河证券CGS

【银小河按】“投资风险话你知”节目继续。关资理财，你想知道的，这里也许都有。

本周谈谈，
那些号称高收益的，
那些把你偷偷叫到一边的，
那些给个人账户打款的理财产品，
到底是不是合法合规的，
你能不能买…

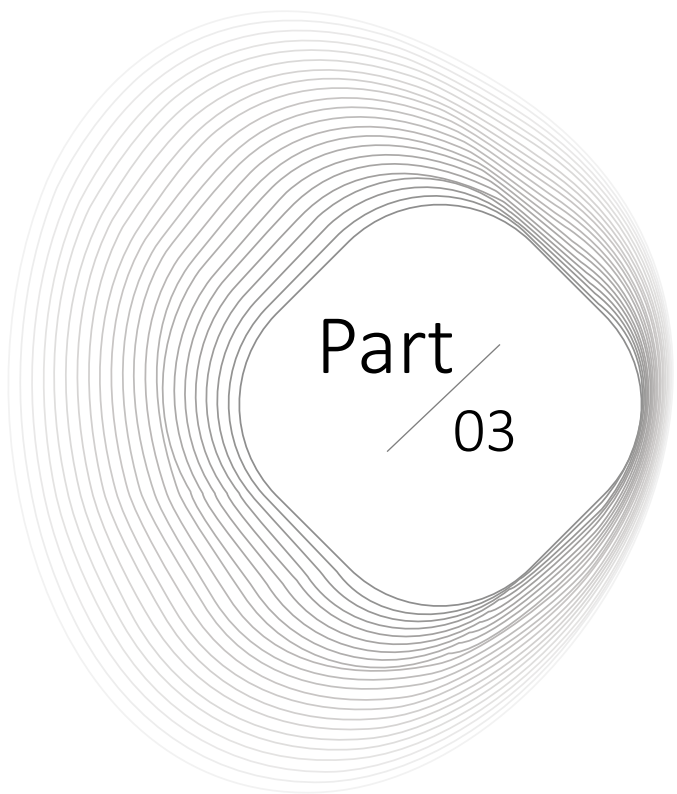
精选留言

写留言

大神 232
最可恨的就是哪些卖飞单的人，我们年轻人还不太容易被骗，可他们尽在银行骗老年人，骗老年人的下辈子养老金，真是可恨，所以我们今后回家要多向父母宣传飞单的知识，谨防他们受骗。
6月14日

塑心 91
投资是一个长期过程，风险是客观存在的所以在投资过程中，大家需要大量的长时间跟踪、调查。对投资风险的识别不能偶尔为之，更不能一蹴而就。
6月14日

执笔续写 88
无论投资和理财，金融的产品一定要在正规渠道购买，现在网络发达，骗子太多，弄不好，不但无利，本钱都受损
6月14日



微信运营技巧

A. 企业微信如何定位



订阅号：资讯为主



服务号：满足功能需求

微信公众号分两种，

订阅号：每天均可发布一次，主打资讯；

服务号：每月最多可发布四次，主打功能。银河证券官微属于服务号，每次消息会弹出，每个月最多发四次。



B. 如何增加粉丝



功能：真正满足用户需求，有粘性，离不开



图文：微信图文与时俱进，有帮助，价值认同



活动：适当活动刺激

▲ 银河上市红包雨活动，活动期间微信新增11万粉丝。

企业客户是具有真实需求的粉丝，银河证券官微粉丝中，多半为公司证券账户和理财账户。还可以适当地进行一些活动，刺激粉丝和用户的增加。



涨粉的四个方法

2. 和其他公众号合作

和其他品牌进行**合作**，流量互换，一起筹办活动，增加公众号的曝光范围。

3. 形成引流矩阵

统筹所有分支机构的微信公众号，合作共赢，创建一个**引流矩阵**。

1. 多曝光在垂直平台

针对公众号的**定位**，在一些**社区和论坛**中找到相应的**话题和内容**，进行推广。

4. 筹办力度大的活动

投入人力和资金，去筹办**推广活动**。
可以参考银河的上市红包雨活动。

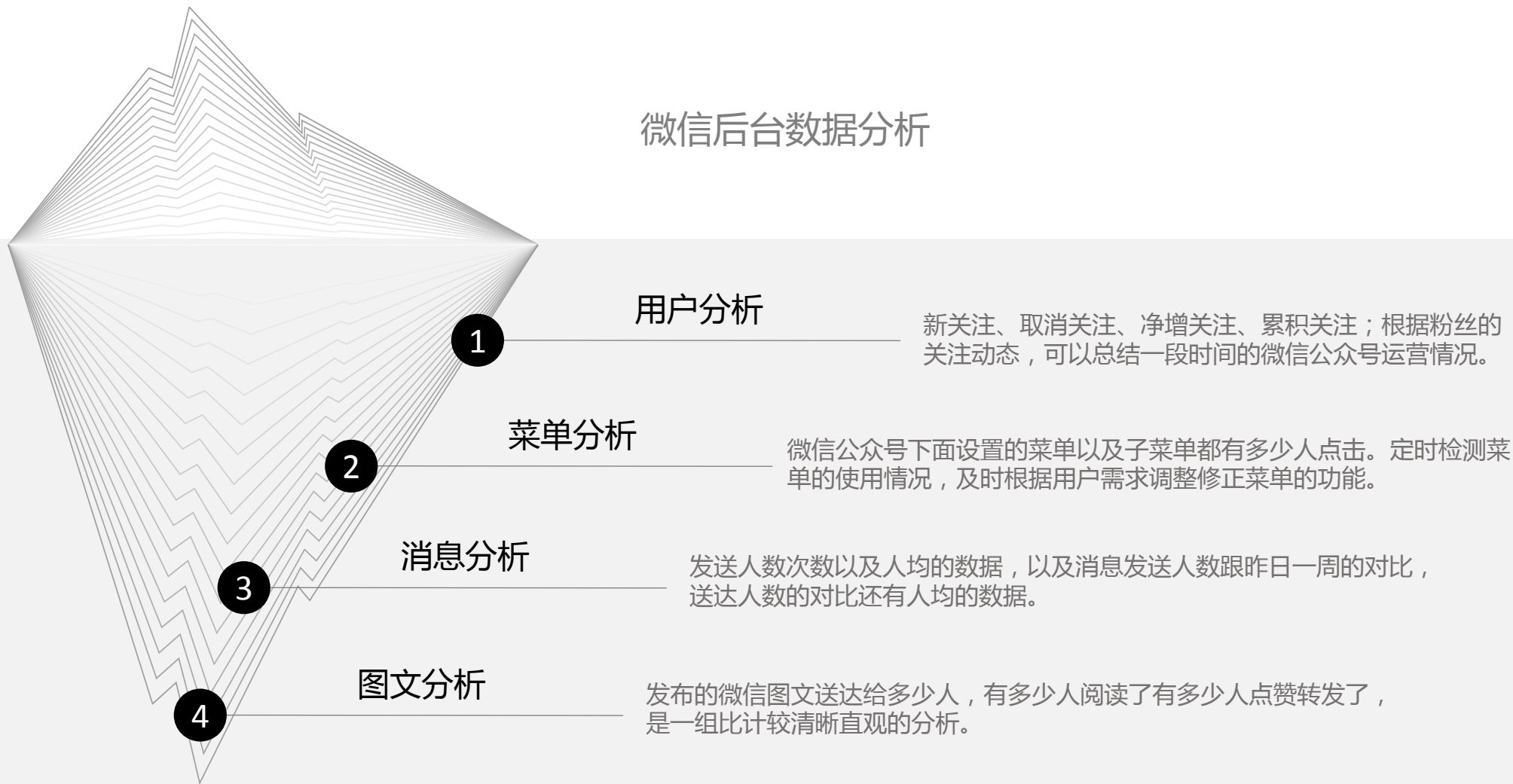


C. 监测分析

-  微信图文的监测
-  各功能的监测
-  活动的效果分析

银河证券微信公众号**具有20多项功能**，随时监测，根据每个按键使用量替换菜单，确保所有功能满足客户需求。

微信后台数据分析





D. 打造新媒体矩阵



足够数量的微信公众号



节奏一致，统一管理



内容分享，共享资源

银河证券分支机构设立微信公众号，合计**200多个**公众号。分支公众号和官微相互促进，把更多流量导入到官微中，形成了**银河证券新媒体矩阵**。



E. 微信的人力配置



文案策划



美编UI



技术支持

银河官微塑造了“银小河”虚拟小编的形象，其与客户在留言区的互动成为每一篇推文的亮点。让客户即使面对电脑和手机，仍然感受到**真诚服务**。



F. 企业微信如何适应监管要求

- ▲ 法律法规记心间
- ▲ 文字、图片、字体版权
- ▲ 原创好处多

银河官微的微信图文，**一事一议**，坚持每篇推文为原创。有专门的美编负责绘画插图，原创绘画的图片也成为银河官微的标志。在图文发送前，都要由合规部门根据法律法规进行**审核，修正**。



微信运营小规律

1 群发消息要选择最佳时间点，通常早上7点-9点，中午12点-13点，晚上8点半-9点半为适宜时段。

2 微信后台会对图片进行压缩，想要配图清晰，需要考虑图片的色彩情况，把图片保存为不同格式使用。

3 每一个微信账号运营者都应该是一个心理高手，揣摩订阅用户想要什么。

4 编辑内容时注意字号统一、底色、图片有无水印等细节问题，给读者舒服的感觉。

5 利用微信编辑器进行图文编辑，可以更美观，可看性更强。形成固定的风格可以有更高辨识度。

6 官微上的活动关键在于互动，互动性强用户粘性才会高。但注意，杜绝微信诱导用户分享。

7 定时查看官微里的数据分析，值得关注的關鍵数据是图文页阅读、原文页阅读、分享转发。

8 微信阅读量与大盘走势存在一定的相关性，阅读量可能受到市场情绪的影响。



银河官微超100W粉丝

阅读量10W+用户超过50%

平均每条微信留言超过100人次

粉丝、阅读、互动等均居行业前列

* 数据来自微信公众号后台统计

* 数据对比来自行业第三方



扫描下方二维码打开图文



保护投资者权益

▲ 投资者教育主题



与股票来一场春天的恋爱

原创 2016-03-24 想谈恋爱的女博后
银河证券

本后方二十八，
不是《太阳的后裔》的后，
而是经济学的女博士后。



大家都在说太阳的后裔宋仲基先生，大谈特谈他的“撩妹”大法。追了剧，看了朋友圈的段子，画面真美，我老公真帅，乔妹妹长的好好看。



▲ 热点话题



▲ 营销活动



▲ 上市宣传





扫描下方二维码打开图文



▲ 上市红包雨



▲ 理财产品



▲ 投顾观点





THANKS

欢迎大家反馈意见



Rubicon

中国



扫一扫上面的二维码图案，加我微信

免责声明：

本微课仅代表主讲人的个人观点，介绍移动互联网时代的投教自媒体建设。上海证券交易所力求本课程的信息准确可靠，但对这些信息的准确性或完整性不作保证，亦不对因使用该等信息而引发或可能引发的损失承担任何责任。