

内容营销启动手册

内容营销启动手册 1.0

**[标注] 核心目录

\$ echo "为什么要做内容营销？"

内容营销不是为了直接销售产品，而是为了销售`信任`和建立`权威`。

\$ principle_1

遵循【黄金三原则】：相关性、一致性、价值性。

\$ principle_2

你的内容必须是`结构化`的，以形成相互关联的网络。

终端输出：引擎已启动。阅读手册，开始你的 数字资产积累 旅程。

[INITIATED BY] 白谣节点·工作室 **[DATE]** 2025/10/28

白谣节点

White Node 搜索流量，量化交付

本手册使用:Obsidian制作

本质 (为什么要这样做？)

第一条 **最简洁的概括：**内容营销不是为了直接销售产品，而是为了销售信任和建立权威。

原理

内容营销基于现代消费者购买行为的深刻转变。例如你买个贵点东西的时候,你会打听,比较,最终你做出买时的行为,实际上背后的原理,你买了一个相信.

那么目的就是很明显了,我们要如何建立信任呢?

当下最有效的方法就是专注+专业.

你可能会说,当别人也这么做时,那么你可以选择, 继续的细分.虽然这看起来这是一个循环.

但实际情况是,你与别人的感觉会不意义的,你会有自己的感觉,

例如:你认为这么做,就是专业.

关键是你.

基于互联网的内容营销原理

原理：解决问题，建立信任

现代买家在做出购买决策前，会主动通过搜索引擎、社交媒体等渠道进行研究。

- **传统营销：**我有一个产品，请你购买！
- **内容营销：**你有一个问题，这是解决方案（一篇指南、一个视频、一份报告）。如果你喜欢我的解决方案，你可能会相信我的产品。
- 广义说来看 :你拍摄的每一段,跟产品相关的介绍性视频,都是在建立信任,你公开的一些技术细节,都包括在其中.

内容在客户从陌生人到忠实客户的每一个阶段都发挥作用：

阶段	客户行为	您的内容类型 (举例)
认知 (Awareness)	发现并意识到自己有问题。	博客文章、行业报告、SEO 优化指南（回答“是什么”的问题）。
考虑 (Consideration)	研究解决方案和不同选项。	产品对比、案例研究、电子书（回答“哪种最好”的问题）。
决策 (Decision)	准备购买，评估具体供应商。	免费演示、客户评价、价格清单（回答“为什么要选你”的问题）。

那么内容是什么呢?(具体要做什么)

内容营销中的“内容”定义

在内容营销中，“内容”指的是一切能够为目标受众提供价值、解答疑问、带来启发或娱乐，并与您的品牌或产品相关联的媒介信息。(我称之为载体)

内容的核心标准是：**相关性 (Relevant)**、**一致性 (Consistent)** 和**价值性 (Valuable)**。

内容营销的核心标准：黄金三原则

1. 相关性 (Relevant)

定义： 你的内容必须与**目标受众的痛点、他们的搜索意图以及你的产品或服务**紧密联系。

标准细化	解释说明
解决问题	内容必须直接回答读者在当下阶段（认知、考虑、决策）正在寻找的答案。

标准细化	解释说明
搜索意图匹配	你的内容要符合用户在搜索引擎上输入的关键词背后的真实需求。
品牌关联	内容的领域必须是你能够提供解决方案或建立权威的领域。

海明威式总结：不解决问题的文章，是浪费子弹。

一致性 (Consistent) 和价值性 (Valuable)。也是很重要的原则。

1. 内容的形态 (Types of Content)

内容是广义的，不仅仅指文字。您的“静态站+自媒体”战略意味着您需要驾驭多种内容形态：

形态	您的应用场景	目的/价值
文字 (Text)	博客文章（您说的结构化文章）、白皮书、电子书、指南、邮件简报、网站页面描述。	奠定权威，争取搜索引擎排名 (SEO)，深度教育用户。
视觉 (Visual)	信息图表 (Infographics)、案例研究图、静态站的精美图片、社交媒体海报。	快速抓住注意力，简化复杂信息，易于在社交媒体上传播。
多媒体 (Multimedia)	视频教程、播客、网络研讨会 (Webinar)、直播。	建立个人形象和信任感，增强用户粘性，提升留存时间。
互动 (Interactive)	在线测试、免费小工具、问卷调查、评论区互动。	鼓励用户参与，收集数据，增加用户在网站的停留时长。

2. 内容的本质 (The Essence in Action)

对于您的客户（个人创业者）而言，好的内容本质上是：

“解决用户问题的工具，而不是推销产品的工具。”

相信你读到这里,您已经有了方法和概念，接下来是让这个“引擎”跑起来。(用什么来做)

1,内容创作

使用 Obsidian (黑曜石) 进行高效的内容创作与管理,

使用adobe pr 制作你的视频.与管理

使用br 管理您的数字图像

2,内容分发

使用现成的cms建站系统构建网站, (或买一个cms模板),使用ftp上传到网站空间. 在这之前,需要你购买一个域名与空间,然后把他们绑定起来.然后讲网站代码上传.这样就有了自己的互联网平台.

3,引导用户的购买

1. 使用网站出售产品/服务
2. 使用网店出售产品/服务
3. 使用现代手机应用(微信,抖音)出售产品/服务

4,通过观察数据,分析,修正内容,继而循环.

我们让这个引擎跑的更好-白谣节点

我们使用验证过技术帮你部署可靠的工作台

你的工作台可能需要

- **SEO 优化 (搜索引擎优化)** 的工具 你从未使用过吧.
- **结构化内容/文章 (核心方法论)** 我们不是在互联网上写小说,那是在浪费时间.
- **静态站点/博客部署** 虽然cms 易用使用,但背后牺牲的代价,你可能不知道,查看我们在AI时代仍然能获得有效排名的经验与教训.
- **统计与数据分析 (部署统计代码)** 没有谁的方法是通用的,你只能根据数据分析来修正/完整你的工作流是否管用.
- **多平台/自媒体引流** 自媒体平台的本质,以及如何应用的方法论
- 本地内容库的搭建 “内容就是资产”许多倡导者认为,用户在微信公众号、抖音等中心化平台创建的内容,其**所有权和控制权**不应被平台完全掌握。**自媒体平台**: 它们是**分发渠道** (引流), 而不是**资产仓库**。

想必你应开始了吧, 接下来让我们保持联系

----- by 白谣节点

baibaiyaoyao.com
