

なぜ私のコンテンツはバズらなかったのか

現在、コンテンツが非常に多い中で、どのように質の高いコンテンツを作成するかが重要です。抖音（TikTok）では、いくつかのパターンを見つけました。役に立つコンテンツは再生回数が比較的多いです。例えば、「5元5角でMacのバッテリー膨張を修理する方法」や「テレビで抖音を視聴する方法」といった内容です。私は半年間投稿していますが、今でもこれらの動画に「いいね」がつくことがあります。一方で、日常生活の動画は比較的再生回数が少ないです。抖音には日常生活の動画が溢れています。もし私たちが断片的な日常生活の動画を投稿するなら、それは確かに退屈です。なぜなら、抖音にはこのような内容が非常に多く、老若男女問わず誰もが投稿しているからです。

私たちが考えるべき問題は、どうすれば見知らぬネットユーザーも私のコンテンツを好きになってくれるかということです。これが自然な成長を実現する鍵です。どうすれば私のコンテンツをネット全体で最高のものにできるか。

私たちが自分の動画を見ると、知り合いの動画をスクロールして見つけたとき、ネット上の見知らぬ人の動画をスクロールして見つけたとき、その感じ方は全く異なることを理解しておく必要があります。

知り合いの動画をスクロールして見つけた時、私たちはより長く留まり、より多くの忍耐を持って最後まで見る場合があります。ある人をとても認めている時、その人が何を投稿してもあまり重要ではなく、何を投稿してもとても人気があります。恋人の目には西施が映るように、私たちがとても好きな人に対しては、相手が何をしても私たちはとても好きです。

質の高いコンテンツは、通常、有用で面白いものです。TikTokとWeChatは、異なる生態系を持つプラットフォームです。WeChatで成功しているものが、必ずしもTikTokでも成功するとは限りません。同様に、TikTokで成功しているものが、必ずしもWeChatでも成功するとは限りません。

よくあることですが、友達がTikTokで高評価を得た動画をWeChatのモーメンツに転載すると、私がクリックして見ると、それほどでもないと感じることがあります。なぜなら、私はすでにインターネット上で多くのものを見てきて、多くの動画を観てきたからです。私は海外のプラットフォーム、例えばTwitterやTikTokの国際版でもよく遊んでいて、さまざまな新奇なものを見してきました。皆さんもこのインターネット上で同じように、すべての物事に対して驚かなくなっているのです。

だから、多くの場合、TikTokでの高評価動画は、人々がTikTokをスクロールしている最中にたまたま目にして、感情が動かされ、いいね！を押すことが多いのです。そして、たまたまTikTokのアルゴリズムがそのような内容、例えば音楽、コメディ、または心温まるメッセージなどを認識し、そのような内容を好むプラットフォーム全体のユーザーにプッシュすることで、高評価

を得ることがあります。一方で、友達が WeChat のモーメンツに投稿した時、私は WeChat のモーメンツを素早くスクロールして内容を見るという焦燥感の中において、クリックして見てもそれほど感動しません。また、WeChat をスクロールしている時にイヤホンを付けていないと、その内容に没頭することができません。そして同時に、私はそのような内容の愛好者ではないかもしれません。

私は、数千万のフォロワーを持つ TikTok の大物アカウントが、最近の動画で平均 5 万から 10 万の「いいね」を獲得しているのを見てきました。しかし、彼らがビデオプラットフォームに移行すると、そのパフォーマンスは一般的で、平均「いいね」数は 500 から 1000 程度です。彼らはビデオプラットフォームを始めたばかりで、数ヶ月間で数十の作品を投稿しているかもしれません。しかし、これはフォロワー数や「いいね」数が、内容そのものよりも、アカウントがプラットフォーム上で長期間にわたって築き上げたものや、その内容がプラットフォームの伝播ルールに合致しているかどうか大きく依存していることを示唆しています。

抖音のインフルエンサーがどのようにビデオアカウントを立ち上げるかを考えてみましょう。WeChat 公式アカウントの大手や、プライベートドメインのトラフィックを多く持つ人々にとって、ビデオアカウントを作るのは比較的簡単です。彼らは、友達の輪や WeChat グループ、公式アカウントからビデオアカウントにトラフィックを誘導することができます。ビデオアカウントは、ターゲットユーザーの欲望を満たす高品質なコンテンツを提供します。しかし、抖音からビデオアカウントにトラフィックを誘導するのは難しいです。なぜなら、忠実なファンはすでに私のことをよく知っており、別のプラットフォームで私をフォローするのは余計なことだからです。また、これは抖音の公式な制限を受ける可能性もあります。

视频号には 3 つのタブがあります：フォロー、友達、おすすめ。これらのタブのフォロワー増加効果はどうか、新規ユーザーを引き付ける効果はどうか、友達を作る効果はどうか。

私たちは、大衆が非常に広範であり、大衆は無数に存在し、趣味嗜好がしばしば異なることを認識する必要があります。私が毎日見ている公式アカウントを、友達は必ずしも見ているわけではありません。私が毎日フォローしている人を、友達は必ずしもフォローしているわけではありません。私が大量の公式アカウントをフォローしているのに対し、友達がフォローしているのはごくわずかです。先ほど確認したところ、私は 1167 の公式アカウントをフォローしていました。オンラインで調べたところ、以前は 1000 前後に達すると、ユーザーにフォローしている公式アカウントが上限に達したことを通知していたようですが、今年はその制限が緩和されたようです。

先日、私がフォローしている WeChat 公式アカウントをチェックして、どれだけの友達がフォローしているかを見てみました。私が「大物」だと思っていたアカウントで、皆が知っているはずだと思っていたものの、私の 5000 人の友達のうち、数百人しかフォローしていませんでした。「晩点 LatePost」は 421 人の友達がフォローしており、「笑来」は 277 人、「十点读书」は 653 人、そして「小道消息」は 1033 人の友達がフォローしていました。私の友達のほとんどはエン

ジニアを中心としたインターネット世代の若者です。

これは、人々の興味が分散していることを意味します。私たちが思っているほど、有名人はそれほど人気があるわけではありません。「雷軍」の微博（Weibo）には2300万人以上のフォロワーがいます。「羅永浩」の微博には1700万人以上のフォロワーがいます。「微博搞笑排行榜」には5700万人以上のフォロワーがいます。

その中で私の目を引いたのは、この出来事でした。「微博搞笑排行榜」は、每晚トピックを立ち上げ、皆にコメントを残してもらおう方法で、自分のアカウントをプラットフォームに変え、これだけ長い年月が経っても、アカウントはまだ活発で、リツイートやいいね、コメントなどのインタラクションが非常に高いです。これは本当に驚くべきことです。なぜなら、「微博搞笑排行榜」では、皆が参加しているからです。榜姐はただ皆を組織し、プラットフォームを整え、皆がここで遊び、ホットコメントに載るチャンスがあるようにしているだけです。有名人やアイドルよりも、誰もが自分自身をより気にかけています。

中国では、北京、上海、広州、深圳には約8000万人が住んでいます。ある報告によると、中国のインターネット業界の従事者は1600万人以上です。インターネット従事者をどのように定義するか？これはもちろん統計が難しいです。一つのカテゴリーは、インターネット企業で働く人々です。Alibabaには約12万人の従業員が、ByteDanceには約9万人、Tencentには約6万人の従業員がいます。ここで27万人、30万人とします。中国インターネットネットワーク情報センター（CNNIC）の資料によると、中国国内外のインターネット上場企業の総数は135社です。したがって、この3社を10倍して、約30社のAlibaba、ByteDance、Tencentのような会社が、インターネット企業の従業員数を代表し、300万人です。さらに多くのスタートアップ企業や、多くの大企業にインターネット部門などがあり、その中のインターネット従事者はどれくらいでしょうか。私たちは1000万人とします。

これはインターネット業界に従事する人々で、インターネット企業でマーケティング、運営、製品、技術、管理などを担当する人々を指します。しかし、コンテンツ制作者はインターネット業界に従事する人々に含まれるのでしょうか。また、電子商取引（EC）業界の従事者はどれくらいいるのでしょうか。商務省が発表した『中国電子商取引報告2019』によると、電子商取引の従事者は5125万人に達しています。

「趣直播」という技術ライブシェアリングを行っている期間に、1年間の運営データはおおよそ以下の通りでした。ウェブサイトの訪問数は約150万、独立した重複を除いた訪問者数は約15万、携帯電話番号で登録したユーザー数は約3万でした。

これらのデータはすべて非常に論理的で、非常に規則的です。マクロなデータ、例えば数百万、数千万、数億といった規模のデータは、私たちが日常的に経験することはほとんどありません。しかし、私たちが細かく考え、調査研究を行い、さまざまなデータと比較すると、そこには明確な規則性があることがわかります。

内容に話を戻すと、内容の競争は激しいものです。100万フォロワー以上のTikTokアカウントはどれくらいあるでしょうか。数万はあるでしょう。WeChat公式アカウントで10万フォロワー以上のものはどれくらいあるでしょうか。これも数万はあるでしょう。

一方では、多くの国外で有名な人物が、中国ではほとんど知られていないという常識があります。同様に、中国で有名な人物も、国外ではほとんど知られていません。現在、様々なプラットフォームで様々なインフルエンサーが存在しますが、それはこのような状況です。例えば、Xiaohongshu（小红书）で非常に有名なインフルエンサーでも、Xiaohongshuを利用しない人々には知られていないのです。

雷軍や羅永浩がTikTokに進出した後、すぐに数百万のフォロワーを獲得したのを見ました。これは、彼らが過去数年間に多くの話題を引き起こしてきたからです。製品発表会を開いたり、製品をリリースしたり、オンラインで同業者と口論したりして話題を呼んだりしました。彼らは多くのことを行い、彼らの製品やストーリーは多くの人々に影響を与えました。これは誰もが簡単に学べるものではなく、彼らの伝説はすでに世間に広まっています。

如何将我们或产品的影响力提升一个数量级。从月活跃用户一千，到一万，再到十万。我们应该提供什么样的内容、产品或服务来与人们建立联系。在之前的文章「如何实现用户增长」中，提到了几种增长策略。然而，文中并未涉及话题营销、活动营销和跨界营销的增长方式。这也是一种有效的方法。我们的目标用户在哪里，如何吸引他们的注意力，以及如何让他们留下来。过去几年，我采取了一些行动，结识了一些朋友。刚开始创业的朋友可能会发现，他们的内容产品或服务的受众并不多。即使像我这样有更多经验的人，也感到如今获取客户和实现增长相当困难，因为各种平台的关系已经趋于稳定。

私が運営しているビデオチャンネルでは、数十の作品を公開し、再生回数は約18万回、平均再生回数は2~3千回です。これは過去に蓄積があった場合の数字です。今日、10万回の「いいね」を獲得している動画や、5万または10万のフォロワーを抱えるアカウントを見ましたが、これらも彼らが既に持っている蓄積に加えて、新たな増加がある程度影響しています。新たな増加は依然として難しいことです。彼らはWeChat公式アカウントで約100万のフォロワーを獲得しています。これらのより人気のあるコンテンツやアカウントを見たとき、彼らのコンテンツを模倣しようとするとき、いくつかのことを学びます。彼らが他のプラットフォームのコンテンツを転載しようとするとき、このプラットフォームであまり人気がないことに気づくと、またいくつかのことを発見します。

もし私たちがコンテンツの自然な成長を目指すのであれば、どのコンテンツが自然に拡散され、どのコンテンツが新しいフォロワーをもたらしたのかを具体的に分析する必要があります。新しいフォロワーは、システムがタグに基づいて推薦した結果なのか、それとも友達関係のチェーンによってもたらされたのかを理解することが重要です。今日、ビデオチャンネルを運営する上で、初期のフォロワーたちがどのようにして来たのかを把握する必要があります。他人のアカウントを見る際には、どのビデオが既存のフォロワーに好まれ、どのビデオが新しいフォロワー

を引きつけ、どのビデオが特に優れたデータを示しているのかを区別することが求められます。経験を積むことで、ある程度の知見を得られるかもしれませんが、なぜそうなったのかを理解できないこともあります。なぜなら、その経験を再現しようとしたときに、うまくいかないことがあるからです。そこには別の法則が働いているのです。誰かに「どうやって成功したの?」と聞くと、彼らはおそらく、質の高いコンテンツを提供し、誠実に共有したというストーリーを語るでしょう。しかし、実際にはアルゴリズムの力やプラットフォームの勢いを借り、人々の欲望をうまく捉えたことが大きな要因かもしれません。多くのアカウントが数ヶ月しか注目されないという報道もあり、これは背後にコンテンツそのもの以外の多くの要素が働いていることを示しています。市場には質の高いコンテンツが溢れているからです。

顧客を獲得するためには、特定の分野における高品質なコンテンツを継続的に発信することが必要です。しかし、ここには非常に重要なポイントがあります。なぜ特定の分野に特化する必要があるのか。それは、ユーザーの興味によりよく応え、ターゲットユーザーの欲求を満たすためです。ここで皆が求めているものを得ることができ、さらに志を同じくする友人と出会うこともできるからです。なぜ継続的に発信する必要があるのか。それは、新鮮なコンテンツで人々を引きつけ、より豊富な内容を提供するためです。一度見たコンテンツは消費されてしまい、通常、二度目以上見るとそれほど面白く感じられないものです、特に長い文章や長い動画はそうです。なぜ特定の分野のコンテンツを継続的に発信するのか。それは、その分野に興味を持つ既存のユーザーが、他のタイプのコンテンツを見ても興味を持たない可能性があるからです。フォローを外さないまでも、もう来なくなるかもしれません。あるいは、ブランドがユーザーの心を掴んでいない場合、ここはあまりにも雑多で、何をしに来るのかわからない、という状況になるかもしれません。

今日の内容が多すぎる中で、私たちが際立つためには、どのようなユーザーを満足させ、どのようにしてそのユーザーを深く満足させ続けるかを考える必要があります。私たちのコンテンツがどのようにしてネット全体で際立つか。ユーザーが私たちから何を得るか、そして私たちがどのようにしてその価値を提供し続けるか。ユーザーに私たちを覚えてもらうにはどうすればいいか。さらに、ユーザーが特定のニーズを満たす必要があるときに、自発的に私たちを思い出し、見つけてもらうにはどうすればいいか。

多くの場合、私たちがお金を稼ぐために、それほど多くのユーザーは必要ありません。大量のユーザーから少量のお金をいただくことも、少数のユーザーから多額のお金をいただくことも、どちらも私たちが望むお金を稼ぐことができます。私たちはそんなに多くの人を必要としません。なぜ彼らが必ず私を知り、必ず私と協力しなければならないのでしょうか。私たちは皆、人々の生活をより良くするために存在しています。彼らが必ずしも私を知る必要はありません。私が彼らの生活をより良くする手助けができればそれでいいのです。

この欲望に駆られた世界では、感情はますます重要ではなくなっています。今日、私たちがお金を稼ぐということは、私たちのコンテンツ、製品、またはサービスを初めて見た見知らぬ人に売

り込むことと同じです。私たちがコンテンツを作り、記事を書いたり動画を作ったりして、大学生や転職希望者にプログラミングを教えるということは、外に出て大学生を見つけ、彼らに私の記事や動画を見てもらうことと同じです。どうやって全く知らない人に私の記事や動画を見てもらうか。私たちが製品を作るということは、ターゲットユーザーに私たちのミニアプリやアプリをダウンロードしてもらうことと同じです。どうやってその製品のことを全く知らない人に気に入ってもらうか。

この取引は非常に公平に行われるべきです。誰もがコミュニティ内の10元の朝食を拒むことはなく、数元の飲み物を拒むこともなく、拼多多上の10元のおやつを拒むこともありません。多くの親は数百から数千元の有名ブランドの課外授業を拒むことはなく、会社も優秀で効率的なエンジニアに1万元の給料を支払うことを拒むことはありません。

友達は友達、ビジネスはビジネス。WeChatでビジネスを行う際、友達のサポートを受けることで、真実が見えにくくなり、友人関係による恩恵を受けることがあるかもしれません。しかし、ビジネスを長期的に続けていくためには、どうやって通りすがりの見知らぬネットユーザーとビジネスを行うかを考えなければなりません。私たちのコンテンツ、製品、またはサービスが、通りすがりの人や見知らぬネットユーザーにとっても価値があると感じられる時、初めてビジネスを継続し、自然な成長を遂げることができるのです。

優れた製品やサービスを提供する方法については、私たちには多くの努力の余地があります。個人としては、多くの分野の専門家やインフルエンサーから学ぶことができます。企業としては、Apple社が一つの指標となるでしょう。

個人として、私たちは多くのことに時間を割く余裕がありません。能力を高めて質の高い製品やサービスを作り、顧客を獲得し、プロモーションを行い、顧客にサービスを提供するなど、やるべきことはたくさんあります。まずは仕事に就いてスキルを磨き、経験を積むべきか、それとも製品やサービスを作り始めて起業して収益を上げるべきか、これは難しい選択です。起業して収益を上げる際には、より多くの時間をかけて質の高い製品を作るべきか、それとも現状の製品やサービスを使ってまずは収益を上げるべきか、これもまた悩ましい問題です。

今日、顧客を獲得することは難しい。しかし、重要な問題は、私たちはなぜそんなに多くの人を必要とするのかということだ。知識型起業家にとって、一對一のトレーニングや少人数制の授業は良い道である。私たちが持っている知識を他の人に教えるのだ。もし私たちがインターネット大手企業に勤めたことがあるなら、私たちのスキルを大学生やインターネット業界に転職したい人に教えることができる。もし私たちが大学に合格したなら、子供や中学生に教えることができる。私たちは質の高いコースを作り、自分自身を証明し、まず一人の学生をしっかりとサポートし、繰り返し改善しながら、十人の学生をサポートすることができる。私たちが知っていることで、他の人に教えることができることは何か。ここには多くの機会がある。一年で十萬を稼ぐのは難しくはないはずだ。周りで上手くやっている友人は一年で百万を稼ぐことができる。しかし、それには何年もの積み重ねと、忍耐と継続が必要である。

成長の視点から価値創造の視点に切り替えましょう。一時的に人気があるかどうかは、実は重要ではありません。もし私たちがコンテンツを作りたいのであれば、コンテンツを磨くこと、コンテンツ制作を学ぶこと、文章を書いたり動画を作ったりすることを学び、ターゲットユーザーを助ける方法を学ぶ必要があります。コンテンツ制作において私に大きなインスピレーションを与えてくれたのは Gary Vee です。彼の秘訣は、今日のフォロワー数や「いいね」の数を気にせず、自分が本当に好きなコンテンツを作ること、創作ではなく記録することから始め、それを1年、2年と続けることです。彼は言います、私たちはまだ若く、やるべきことはたくさんあり、作るべきコンテンツもたくさんあると。

智維のコンテンツはバズらなかったが、彼はコンテンツ、拡散、そしてインターネットマーケティングに対する理解をより深めた。彼に拍手を送りたい。