

专业实践工作总结

轻化工技术学院 黎嘉智

为适应新时期高职人才培养工作的需要，本人 2021 年 1 月 15 日到 2 月 27 日，前往广州西雪艺术咨询有限公司参加企业顶岗实践，实践期间按时到岗，高质量地完成了预定的实践活动计划，帮助该公司整理完善了线上推广资源平台，为公司人员进行艺术宣传知识培训，指导完成线上微课，小红书宣传，多平台微视频等宣传物料的策划与拍摄，帮助其他中小企业提升了品牌传播率，增加曝光知名度，收集企业真实案例 20 余件，学习到最新的传播手段，如小红书，淘宝直播，抖音短视频等，积累了实际工作经历。

企业介绍：广州西雪艺术咨询有限公司 2016 年 06 月 07 日成立，经营范围包括教育咨询服务、文化艺术咨询服务、策划创意服务;营养健康咨询服务、心理咨询服务、国学教育咨询服务、商务文印服务、信息技术咨询服务;企业管理咨询服务、企业形象策划服务、会议及展览服务、职业技能培训、美术辅导服务等。企业经历五年发展，现今发展出多个艺术咨询团队，凭借对流量的把控和内容打造的扎实经验，公司面向中小企业提供信息技术优化及营销策划方案，帮助企业提升品牌效应，发展出融合微信、微博、B 站、小红书、抖音短视频、淘宝直播等多个新媒体平台的融媒体运营方阵。

岗位实践工作任务：通过对接客户，了解客户需求后商议定制内容策划，从推广内容的视觉素材采集，到品牌故事设计一系列服务跟进，配以基于线上流量运营的粉丝互动，激活粉丝关注、点击、传播，使得客户获得更佳的推广效益，2021 年基盛万科中央公园受疫情影响销售业绩受损。业内人士表示，若不能及时、有效的在市内市场和线上市场提升公司影响力、

市场占有率及产品竞争力，将会对商场未来长期发展起到不良的影响。

实践项目“企业文化传播新媒体矩阵”设计项目。

工作内容：

一、暑期社会实践的前期准备筹划工作：

- 1、与公司进行沟通与了解，大致了解公司的文化与公司的定位；
- 2、根据公司和甲方的相关要求针对性的市场调查和竞品调查；

二、实践阶段：

(1) 项目简介：

根据企业目前情况以及调研广州同类大型商场活动的成功案例，对番禺基盛万科中央公园采取从阵地建设、内容创新、品牌策划、媒体融合等手段，打造“内聚合力、外树形象”的企业文化传播新媒体矩阵模式。

(2) 项目意义：

新冠疫情的反复，对中国经济造成负面影响，尤其是实体商场的服务行业和小微企业，受到的影响更大。清华大学经管学院朱武祥教授对多家企业的问卷调查显示，疫情导致的人员流动限制一方面造成消费需求减少，另一方面也使许多企业无法复工或被迫远程办公，产能受到限制，线下实体暂停营业，销量出现大幅下滑。31%的企业估计本次疫情将对今年营收造成超过50%的降幅。实体商场应如何看待这一严峻挑战，经过诊断，初步决定引导开展线上融合发展路径模式。

(3) 本人项目职责

本人兼任企业媒体宣传策划专员，负责商场公众号平台数据上线与融媒体宣传矩阵系统建议，做好商家常态培训，围绕短视频制作、网络直播、粉丝吸纳、流量运营、订单转化、

内部规则等多个维度，面向入驻品牌、合作网红等开展基于自身平台玩法的业务培训。

(4) 项目概况

第一、搭建 MCN 矩阵模式融合发展框架

MCN 矩阵模型为：1 个核心的专业机构+X 个自媒体机构。好比 1 是恒星，X 是行星；1 的职能是中央厨房+干线网，X 的职能是抽屉+接入网。就内容生产来说，商场可比作电视台、楼层是不同频道、柜台是栏目，目标是全员皆成制作者，空间都是演播室，商场也是大众传播机构。相比于传统媒体，抖音直播、小红书、微信、微博、QQ 群、论坛等多种形式的自媒体，具有快速、同步、互动传播等优势。这就要求企业顺应信息化发展新态势，不断拓展文化传播新媒体阵地，提升企业文化传播效果。通过培训，确立线上融合发展的全员责任制，形成自上而下、纵向联动的商家文化传播矩阵，保证店员在哪里、新媒体传播阵地就建到哪里，为企业价值观传播、品牌调性快速传播搭建新平台。

第二、大传播时代，以战略布局的高度抢占城市制作资源。

人是传播链条中最活跃的因素，以用户生成内容为目标，按三环模式进行团队的建设。

一环：专业人才 10 人左右；二环：兼职人员 1000 人左右，由商场入驻品牌+传媒院校在读大学生构成；三环：发烧友 10000 人左右，由时尚、美食、健身等爱好者构成。以上三个环节的人才有一定稀缺性，应按照战略资源储备的高度积极抢占。一环负责顶层设计，二环承担专业引领，三环是骨灰粉拥趸。以上人员，只有第一类需要发固定工资。实体商场线上业务拓展，重在轻运营，盘活资产、赋能存量，以自身为发动机，把现有会员当做种子用户，设计形成社交裂变的持续机制，实现客群十倍增长、粉丝百倍增加、销售半径千公里延长。

文化作品的内容承载着企业文化的丰富内涵，只有摸清用户需求心理后精准设计的产品，

才能与时俱进，创作出富有时代气息、符合公司品牌特点和公众需求的新媒体文化作品，提高企业文化传播的吸引力和作用力。

广州西雪艺术咨询有限公司重新创作新媒体文化作品时，做到“两个坚持”，“坚持”短视频课程制作，“坚持”使用娱乐口语化表达，一方面考虑到现代人信息过载，浏览长文章耐性不足，另一方面考虑到社会整体的娱乐氛围，将企业理念以更加轻松愉快的方式表达出来，用短视频的模式明确要点，充分植入企业文化传播的新元素，确保传播的文化内容既“上接天线”又“下接地气”。围绕主流价值、艺术素养、作画技巧等重点，融入情感、思维、亲子共育等导向，创作新媒体文化作品，提升传播作用力。坚持把握受众需求，从企业客户包括孩子需求入手，结合社会公众关心的热点、焦点、难点以及身边的典型人、典型事选题，策划创作大家喜闻乐见的新媒体作品，确保接地气、接人气，提升传播吸引力。坚持“导向为魂、受众为本”思路，以传播企业主流价值为出发点，先后创作、拍摄微电影、公益广告等微视频 10 多部。其中过年前联动商场 餐饮、快销、日用品牌等多方资源发起给基层人民献爱心 公益活动，为保安、清洁工等基层工作人员提供免费午餐和新年礼品，以爱心带动品牌价值，巧妙传递了疫情在外打工依然可以有温暖的主题，为线下活动植入新元素，发扬社会正能量，引发了受众的广泛好评，增加了新用户体验与转介绍。

打造企业文化传播的新媒体品牌是一项系统工程，需要成立新媒体品牌栏目运维组，让文案撰写、创意策划、动漫制作、表演、主持等方面的人才全面参与、各司其职、一体化运作，确保展示信息的含金量与吸引力。广州西雪艺术咨询有限公司以传播“同舟共济、共逐目标、守望相助、共建共享”企业精神为重点，打造了《新冠知多少》等 4 个新媒体栏目，围绕大众关注的改革创效热点话题，由专家谈形势任务、防疫思路措施、典型经验，既符合工作需要又满足了家庭收看需求，通过网络播出后，累计观看达 5 千人次。

第三、设计营销转化的流量闭环

优秀的企业文化，必定是从群众中来、到群众中去。在“人人都是麦克风”“人人都是发言人”的新媒体时代，消费者既是商业文化的践行者，也是商业文化的代言人。因此，需要借助新媒体平台，寻求企业理念相近，业务互补的企业，打造新媒体品牌联合营销，吸引更多群众关注、参与、互动，推动企业文化理念落地。

紧扣商场的调性与商品属性，遵循内容 IP 与目标客群的“一致性”原则，按照内容是谜面、销售是谜底的结构，设计以“软内容+巧植入”为特征的流量转化闭环。同时，围绕“从人找商品到商品找人”的转变，建设基于 AI 人工智能+大数据分析的个性化推送能力。此外，创新租赁模式，实现一个协议两个入驻，线下、线上同步招商。

第四、新旧媒体融合——企业文化传播的新方式

新媒体成为企业文化传播的新平台后，并不意味着可以放弃传统文化传播阵地。企业需要树立“融合发声、分众传播”思维，既要发挥新媒体阵地的优势作用，通过网络传播企业文化；也要通过传统媒体阵地，让客户获取更权威、详细的消费信息内容，实现企业文化的立体化传播，让青年、中年、老年等不同群体都能接受到消费驱动。

依托产业互联网的社会配套供给，多、快、好、省地实现自主平台建设。初期，以技术外包的形式，与全国知名软件公司合作，实现自主平台的“多功能、快速度、体验好、很省钱”式的搭建。此外，与区块链技术公司合作，探讨数字化零售的新方案。自主线上平台搭建基本完善后，以自身品牌 MCN 内容矩阵号的模式，入驻抖音、腾讯微视、新浪微博等大型互联网平台，寻求更大的流量池蓄积来源。

体会心得：

这次实践不仅提高了本人专业技能水平和实践教学能力,更重要的是一次视野的扩展和技术方法的学习,在今后的教学工作中都将受益匪浅。

通过现场观摩、技能训练、专题讲座、交流研讨等形式,重点了解企业生产组织方式、业务流程、产业发展趋势等基本情况,熟悉企业相关岗位职责、操作规范、用人标准及管理制度等具体内容,学习所教专业在生产中应用的新知识、新技能、新工艺、新方法,增进对企业生产和产业发展的了解,并结合企业实践改进实践教学。

疫情是一场特殊的考验,广大企业要在灾难面前捕捉机遇,采取积极主动的措施,把握内核平衡的同时实现新旧的转换,以迎接未来更大的市场。在企业实践锻炼期间,我们始终保持积极主动、严谨勤勉的工作态度,虚心接受公司管理人员和技术员工的指导和要求;自觉遵守企业各项规章制度,遵守劳动纪律,发挥了团队协作精神,经历了一次深刻的职业道德教育和专业知识的培训。实践期间经常遇到各种技术上的难题,学习如何与内部人员相互协调,相互学习,相互沟通,共同进步。通过这次培训,我不但夯实了理论基础,提高了专业技能,还与同行进行了交流,分享了教学经验。进一步增强了自己对教学的责任心和责任感,也从企业人员身上学到很多东西,包括他们对教学工作严谨负责的态度、精益求精的精神,以及他们宝贵的教学方法和教学经验。

我希望以后继续有机会再参加这样的实践活动,以便更好地丰富本专业实践教学案例库同时丰富自己的人生体验。