



中國人民大學

RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

“档案立方”——
档案信息化微信公众号
策划书

二零一六年六月

档案信息化微信公众号策划书

陈慧迪 龙浩霖 郭雨桐 孔冠男 王梦瑶

1. 建设背景

结合当今社会对信息化的诉求以及本（档案）专业特色与发展方向，钱毅老师在档案信息化课堂中提出建设档案信息化微信公众号的构想并向大众广纳意见，因此，我们小组为此实施了初步方案策划。

2. 公众号概述

2.1 简介

我们选择“档案立方”（Archive Cube）作为公众号的名称，其主要代表了以下几层含义：

（1）传统档案主要为纸质档案，信息的存在与表现形式是二维的，档案信息化使信息存储形式上升到了三维，使之变得立体化；（2）档案信息化要素包含应用系统与基础设施、安全管理与标准规范以及人才储备和信息资源几个方面，这些要素共同构筑了信息化进程，只有使它们全面发展，才可以形成一个完美的“立方体”结构。

“档案立方”为所有档案学子以及对档案信息化感兴趣的微信用户提供行业资讯、学术热点、学科知识以及信息化课堂活动相关的信息。

2.2 目的

近年来，档案工作的发展，已经处于一种重大的转变时期，档案信息化的诉求领跑着档案学科领域的诉求。而仅靠法律层面的规定是远远不够的，档案信息化工作的推进更需要线上的有效宣传，才能使这一理念更加深入人心。建设档案信息化公众号，即是希望能够面向广大档案甚至信息资源管理学子拓展学科视野，深化学科理念，更希望能够达到以更加直观、客观、美观的方式向公众进行档案领域的推广及宣传。

2.3 意义

《档案法》2016修订草案已经以法律的高度对档案信息化建设进行了规范，对改变我国档案信息化建设落后于其他行业信息化发展的现状具有深远的意义。如今，我们响应国家号召，将顶层建设落到实处，从档案学科学子也是学科未来的继承者入手，强化现代档案信息化的意识，使之成为对个人、对学科、对社会有益的科技型人才。

2.4 定位

（1）受众人群

初级推广对象为档案学及信息资源管理专业的本科生及研究生，中级推广对象为同档案学科有交叉的学科的学生，高级推广对象为对档案、对信息化感兴趣而未接受该学科教育的公众。

（2）订阅号

在公众号类型的选择上，我们选择采用订阅号的服务方式，即每天可发送一条消息，收拢至订阅号文件夹，不强制推送，适合企业做**品牌推广**。（不用开发，直接管理）

	自定义菜单	微信支付
--	-------	------

订阅号	能，需提交 300 元， 申请腾讯的微信认证	不能
-----	---------------------------	----

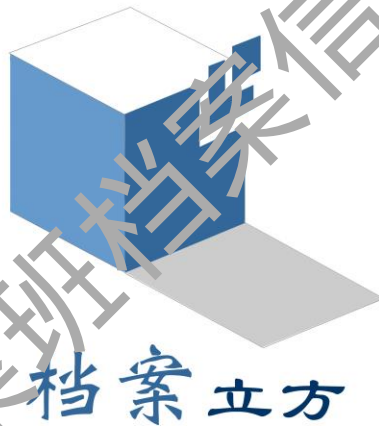
2.5 区别特色、市场洞察

档案信息化公众号同其他同类型公众号相比，其差异化特色主要体现在档案及信息工程的学科交叉，推送交叉领域的前沿技术或理念，如《量子保密通信技术及其应用于文档保密设想》。同时，会借鉴其他同类型公众号的栏目设置，如：大数据文摘（BigDataDigest）分类所涉及的专栏栏目设计：细分为专栏（学科热点）、算法（学科基础）、脑洞（学科前沿）等；同样，我们还在数字化企业（e-works）、DataCanvas 大数据云平台（zetdata）等信息开发及信息服务类微信公众号中发现很多可总结和借鉴的设计。

3. 主要功能

3.1 微信主界面

（1）图标设计



体现“档案”与“信息化”双重概念，将二者合为“立方”。

（2）功能介绍

关注档案发展趋势，了解信息化前沿资讯。

（3）首次推送

用户关注公众号后，公众号应发送消息，为新读者简要介绍公众号功能，提高用户友好度。

示例：

“亲爱的读者，您好~欢迎关注档案立方，与我们一起了解档案信息化的最新行业动态，学习信息化技术与法规。您还可以通过我们获得中国人民大学信管学院的档案信息化课程相关活动资讯哦！”

“点击下方‘学科前沿’，了解档案信息化领域的技术、法规和学术界热点；‘学术集萃’为您展示精彩的档案学子作品以及其他的专业文章；‘活动通报’为您播报档案信息化课堂实践活动的相关资讯。

“我们为您准备了各种精彩推送，希望您可以在这里获取您想要了解的信息！”



3.2 导航菜单

(1) 学科前沿

包含【技术前沿】、【法律法规】、【学界动态】等栏目，带读者了解档案信息化领域的技术、法规和学术界热点。

【技术前沿】介绍新兴的档案信息化相关技术，以转发其他资讯网站或公众号的文章为主；

【法律法规】介绍、解读档案学界有关法律规章的订立与出台，可转载政府、档案局馆文章，或由学生采访专业人员，撰写稿件发布；

【学界动态】发布档案信息化领域相关的行业新闻、会议/讲座资讯，帮助读者了解行业动态。

(2) 学术集萃

包含【学生作品】和【学术经典】两个栏目，为读者展示精彩的档案信息化课程的学生作业与论文，以及其他的专业文章；

【学生作品】包括课堂上的小组或个人整理的整理文稿、学期论文以及往届校友的优秀作品；

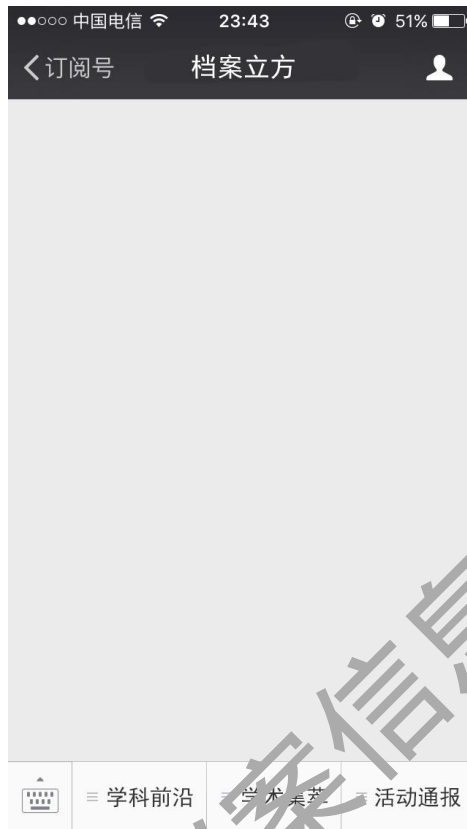
【学术经典】编选经典的档案信息化相关研究论文，引发读者的深度思考。

(3) 活动通报

包含【活动预告】、【活动报道】两个栏目，发布档案信息化课堂相关活动的资讯。

【活动预告】在每次讲座或外出实践活动前至少一周发布活动内容、时间地点与参与方式，吸引人大信管学院的学子参与活动；

【活动报道】在每次活动后两天内发布相关报道以及学生参加活动的心得体会等文章，体现活动成果。



3.3 推送功能

推送消息是保持微信公众号生命力、提高读者黏性与公众号影响力的基础。

公众号可通过“实时消息”和“群发功能”推送信息。“实时消息”可向读者发送简短的文字信息；“群发功能”可推送一篇或多篇图文消息，每日可推送一次。

推送方式应以“群发功能”为主，应注重保证文字内容的篇幅适宜、排版美观、图文并茂，可加入音乐、动态图、视频等多媒体内容，提高趣味性与形式多样性，吸引读者兴趣。

原创文章应进行原创性说明，要求转载文章时注明来源；转载文章应在获得授权后标注作者与转载网站/公众号的名称。

具体推送规范，详见“4.1.2 推送规范”。

3.4 互动功能

与读者积极互动是提高公众号服务水平、优化公众号服务内容的重要途径。

“档案立方”公众号平台与读者进行互动的主要方式为实时消息互动与文章留言互动，辅以用户投票、稿件投递等形式。其中实时消息的回复必须在 48 小时内完成，否则回复功能失效，读者无法获得反馈。

公众号后台管理人员应每日登陆公众号平台，及时回复新的用户消息，并定期统计用户回复数据，改进服务内容。

4. 运营企划

4.1 运营规范

4.1.1 标题规范

- 字数：群发图文消息的标题不超过 32 个字符。
- 字体：微软雅黑或宋体、小四、黑色。
- 内容：标题中要含有强烈的引导词，具备逻辑性、煽动性和趣味性。

例：不正确的标题内容：交互式数据可视化网站简介

正确的标题内容：超赞的交互式数据可视化网站，让你的 Presentation 生动起来！

4.1.2 推送规范

4.1.2.1 推送形式

(1) 普通推送形式

通过“实时消息”发送一些趣味档案信息化领域的知识，简短信息等文字（30%）。

(2) 单图文及多图文形式

通过“群发功能”发送正式的法规信息、科技前沿、学术动态等文章及图片（70%）。

4.1.2.2 推送时间及频率

(1) 平台试行期

• 时间：

工作日推送时间	工作日推送内容
7:00-8:00	1 条实时信息
11:30-12:30	1 条实时信息
17:30-18:30	1 条单图文信息
20:30-21:30	1 条实时信息
休息日/节假日推送时间	休息日/节假日推送内容
10:00-11:00	1 条实时信息
20:30-21:30	1 条单图文信息
22:00-23:00	1 条实时信息

【表 1】平台试行期推送时间表

• 频率：

工作日一般可自由选择 2 天按上述时间安排进行定时推送，休息日至少一天要进行推送。端午节、中秋节等三天小长假至少有一天定期推送群发信息；十一长假、春节等黄金假期可视情况推送部分信息。

(2) 正式运行期

• 时间：

工作日推送时间	工作日推送内容
7:00-8:00	1 条实时信息
11:30-12:30	1 条实时信息
17:30-18:30	1 条多图文信息
20:30-21:30	1 条实时信息
休息日/节假日推送时间	休息日/节假日推送内容
10:00-11:00	1 条实时信息
20:30-21:30	1 条多图文信息
22:00-23:00	1 条实时信息

【表 2】正式运行期推送时间表

• 频率：

工作日一般可自由选择 3 天按上述时间安排进行定时推送，休息日至少一天要进行推送。端午节、中秋节等三天小长假至少有一天定期推送群发信息；十一长假、春节等黄金假期可视情况推送部分信息。

4.1.3 数据规范

4.1.3.1 数据统计

(1) 统计时间：每周周一登录后台进行数据统计，每月月末根据数据统计结果撰写相应的分析报告。

(2) 统计内容：

- 用户统计：新关注人数、取消关注人数、净增关注人数、累计关注人数。
- 图文统计：统计发布的图文信息送达的人数、阅读的人数、点赞和转发的人数等。
- 菜单统计：统计微信公众号下设的导航栏以及导航栏中的子菜单有多少人点击、人均点击次数等数据。
- 消息统计：指消息发送人数、次数以及人均的数据，以及消息发送人数与一周前的对比，送达人数的对比还有人均的数据。其中包括消息关键词数据，可以看到用户与管理者交互过程中回复的词频数据。

4.1.3.2 数据分析

(1) 用户管理分析：对一段时间内用户数的增长、取消关注数及用户属性的分析。通过分析用户数在某一时段内的增减从而对内容的受欢迎度作出评估；通过分析用户属性对内容的适用度作出评价。

(2) 群发图文消息分析：对群发消息送达人数、阅读人数和转发人数等数据的分析。通过对群发图文消息中阅读人数与阅读原文人数的对比分析推送内容，从而对推送内容的排版与选择进行调整。

(3) 菜单设置分析：对导航栏以及其子菜单点击次数数据的分析。分析菜单栏数据可以帮助管理员调整导航栏设置与栏目设置。

(4) 用户消息分析：对用户消息发送人数、次数等数据分析。对用户回复的内容进行词频统计，可以增强用户黏性，提高用户对公众号的关注度。

4.1.3.3 内容调整

根据统计分析的数据进行内容栏目的调整及时间和频率上的调整，做到精准转化，增加核心粉丝的关注度，同时也可以扩大用户群，使我们的档案信息化微信公众号越做越好。

4.1.4 其他方面

在用户交互功能的设计基础上设定一定的运行规范，如用户回复内容不在自动回复范围内时自动转接到人工回复功能区。

4.2 运营方案

4.2.1 需求洞察

(1) 档案信息化研究成为热点

近年来，档案信息化方面的研究越来越成为档案学科领域研究的热点。其中，数字档案馆的建设、电子文件的归档管理与利用、集成化档案管理与服务平台建设、整合专业档案目录资源、强化档案编研和信息资源开发利用、加强档案信息网站建设以及 2016 年中国档案学会中提到的档案数据长期安全存储与管理问题都是人们亟待解决的研究热点。

(2) 档案信息化工作的推进需要有效宣传

我国档案信息化工作虽然在这些年做了很多事情，也取得了一些成果，但总体上来看，是处于低层次循环状态的。而近期档案工作的发展，已经处于一种重大的转变时期，即由手工管理为主，信息技术只是作为档案管理的辅助手段，转变为由信息系统全程管控为主，手工介入为辅的“新常态”。基于这一发展趋势，《档案法》2016 修订草案已经以法律的高度对档案信息化建设进行了规范，无疑对改变我国档案信息化建设落后于其他行业信息化发展的现状具有重要意义。而仅靠法律层面的规定是远远不够的，档案信息化工作的推进更需要线上的有效宣传，才能使这一理念更加深入人心。

(3) 同类型微信公众平台的匮乏

在档案学科领域，许多专业学者已经开发了与档案相关的公众号，并获得了不俗的反响。如比较著名的由中国人民大学信息资源管理学院王健教授主持开发的偏向文书学、档案史学领域的公众号“档案那些事儿”，以及偏向档案保护技术学的“小档案”都是较为成功的档案专业相关公众号。而在档案信息化这一领域还没有相似的微信公众平台可以满足相关领域人士的需求。

(4) 档案信息化专业课程修读学生的需求

据档案信息化专业课程主讲老师钱毅副教授说，本课程近年来正在经历重大变化，课程设置上都面临着全新的变革。搭建相关的微信公众平台可以给修读的学生带来更好的课程体验。同时我们设计的交互方式里也包括将历届优秀学生的研究成果发布出来给下一届的修读者传递经验与知识。“档案信息化”公众号的设计可以满足专业课程修读学生的需求。

(5) 档案信息化学科发展的诉求

对于档案这一学科来说，跟随时代潮流，时刻掌握新的科学技术给这一学科带来的变化，明确新的学术研究成果对于这一领域的影响都是必不可少的。尤其是在将新的科学技术成果与档案学科关联这一发展趋势上我们做的还不够，因此创新的成果可能总是拘泥于狭隘的思维窗格中。通过“档案信息化”公众号的建设可以更好地解决这一问题，满足档案学专业人士对科技前沿发展动态的需求，给档案信息化这一学科带来更好的发展。

4.2.2 产品策略

(1) 关键词索引策略

- 关键词智能回复
- 导航菜单栏设计

(2) 用户交互策略（上传、分享功能）

(2) 系统后台自动记录用户偏好策略

修改关键词、菜单栏设计 为不同用户推送不同的实时消息等

4.2.3 运营规划

(1) 流程控制

- 实时消息推送：

简短的文字实时消息推送由专人负责，内容包含并不限于趣味知识、活动预告、抢票提醒等。推送前需将文案报送负责人进行审核。

除此之外，实时消息推送中还应包括人工回复消息的部分。人工回复消息包含针对粉丝的提问、反馈信息的即时处理，每日处理数量不得少于 20 条，最迟的信息回复时间不得超过 24 小时。

- 群发图文消息推送：

群发图文消息的推送需要遵守严格的流程控制。首先由团队成员制作一个月内的群发消息 PR，报送负责人审核后制成 PR 表单；根据 PR 商讨一周内群发消息的主题定位，需要团队成员定时召开策略会议，最后制成提案递交给内容制作、排版组进行图文消息的制作；随后经过内部审阅后由负责人进行最后的审批；将经过审批修改、内容核实、符合《微信公众平台运营规范》的群发消息版本进行公开发布与推送，并与粉丝及时互动；最后，将群发图文消息的内容，后台统计的阅读数据、粉丝回复的相关信息及元数据打包归档，并对重点图文消息做出分析报告，以供后台调阅与查看。



【图 1】群发图文消息流程控制示意图

(2) 用户管理

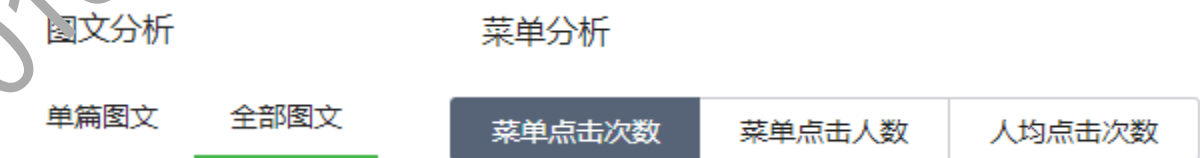
• 粉丝分析：利用微信公众平台管理后台用户统计与分析数据对粉丝个人信息、阅读时段、增长率、文章话题度等因素进行分析。



• 交互记录：利用微信公众平台管理后台图文分析中的用户记录与消息分析中的消息关键词记录全部交互内容，并进行话题归纳。同时记录活跃用户的名单，设置黑名单与红名单。



• 行为偏好：利用微信公众平台管理后台的图文分析与菜单分析功能预测用户的信息偏好、娱乐偏好以及服务需求，并制订相应的针对性策略。



【法眼论档】《档案法》修订草案出炉！参与修订的人大专家怎么看？ 导出Excel										
时间	图文页阅读		从公众号会话打开		从朋友圈打开		分享转发		微信收藏人数	
	人数	次数	人数	次数	人数	次数	人数	次数	人数	次数
2016-05-31	621	780	246	294	265	326	68	93	18	19

• 异常报警：利用微信公众管理平台后台的留言管理功能，及时查看粉丝的建议并予以回复，妥善处理各类留言，提升公众号的交互性。



• 统计报表：根据以上数据资源以及分析报告制成相应的信息统计报表。

类型	消息数量	已阅已回复数量	已阅未回复数量	未阅未回复数量	是否星标	备注原因
实时消息统计						
用户管理统计	总用户数量	默认未分组	星标组	提问用户	新建分组	备注
群发信息统计	文字信息	图片信息	声音/录音信息	图文信息	群发对象	备注

时间：_____年_____月_____日 负责人：_____

【表 3】“档案信息化”公众号管理统计报表

(3) 活动方式

公众号会通过一些微信平台自带的小游戏如转盘、刮刮乐、砸金蛋、连连看等举办相应的运营活动，通过赢得游戏或者抽奖获得规定时间内档案信息化领域相关讲座、论坛以及学术交流的入场券或参与活动的资格。

4.2.4 营销推广

(1) 推广对象

公众号运行前期主要是在中国人民大学信息资源管理学院内部进行推广使用，重点吸引历届修读档案信息化专业课程的同学成为“核心粉丝”，并通过这些核心粉丝的推广逐步扩大用户群，增强用户粘性。根据平台使用情况以及功能开发情况，中期面向全校师生进行推广，后期则重点针对社会中对档案信息化这一知识领域感兴趣的人群进行宣传推广，使更多的专业学者与业界人士关注这一公众号。

(2) 推广方式

• 线上推广

主要依靠中国人民大学信息资源管理学院历届选修档案信息化课程的学生、课程相关教师以及学院内部专业人士通过微信、微博、贴吧、以及 QQ/QQ 群的方式进行推广。其中可以重点利用项目宣传的方式，多渠道在校园内推广使用。后期则可以扩大到整个档案学科领域。

• 线下推广

通过制作宣传海报，宣传展板，发放宣传单，张贴平台的二维码等进行推广，也可以让同学之间相互告知进行推广。

• 中期及后期维护

中后期档案信息化微信公众平台的维护需要依靠主持该项目的项目组成员与老师写作进行管理，挑选合适的负责人，管理和维护好微信公众平台。每日定时的推送，以及从多方面渠道获取新的活动信息的能力都是必要的。项目组可将成员分工为内容制作梯队、推送排版梯队、审核评估梯队以及公关宣传梯队等多个层面，维持微信公众平台的日常运营。

5. 经费预算

前期档案信息化微信平台的建立与调试的过程不需要额外的经费，后期进行宣传推广的时候会需要一些经费，如制作海报、展板等等，预算在 100-150 元左右。

物品名称	单价(元)	数量	共计(元)
展板	35	2	70
宣传单	0.2	150	30
海报	20	2	40
总计		140元	

【表 4】经费预算表

6. 微信公众号建立推广及使用中注意的问题

(1) 管理员需做好微信公众平台的日常维护和管理监督工作，同时管理好微信公众平台内容，对微信群发内容进行审核。

(2) 微信平台管理员要坚持正面主流、文明用语，不在平台内发送涉密信息、讨论无关话题，遵守平台内规定，推动微信平台规范高效使用。

(3) 管理员不得将微信公众平台账号及密码透露给无关人员，账号与密码由老师保管，如有遗失应及时向老师索取账号及密码。

(4) 除审核批准的广告外其他广告一律禁止发布。

(5) 当微信公众平台上所发送消息的内容有错误时，管理员必须尽快重新发送正确的消息加以更正。

(6) 当微信公众平台上所发送消息的内容有错误时，管理员必须针对错误内容发布致歉信息，面向公众公开道歉。

(7) 当学校发生断网、断电等事件时，管理员需通过手机登陆，或者其他途径进行发送，确保公众能及时了解相关信息。

(8) 管理员应提前对预发送的消息进行备份，若消息发送时，发生电脑系统运行错误等突发事件导致消息推送失败，或者数据丢失时，管理员必须调用备份重新发送消息。

(9) 管理员应定时查看微信公众平台上的信息，若发现因腾讯服务器故障而出现消息丢失或消息无法显示的情况，管理员应重新发送消息，或者联系客服以解决问题。

*以上内容在《档案信息化微信公众平台应急预案》及《档案信息化微信公众平台管理条例》有更为详细的阐述，详见附录。

- 附录：A. 档案信息化微信公众平台管理条例
B. 档案信息化微信公众平台应急预案
C. 微信公众平台运营规范

附录 A. 《档案信息化微信公众平台管理条例》

- 1、管理员需做好平台工作人员资料登记存档，参与微信公众平台的日常维护和管理监督工作，同时管理好微信公众平台内容。
- 2、微信平台工作人员，要坚持正面主流、文明用语，不在平台内发送涉密信息、讨论无关话题，遵守平台内规定，推动微信平台规范高效使用。
- 3、管理员和工作人员不得将微信公众平台账号及密码透露给无关人员，账号与密码由管理员保管，工作人员如有遗失应及时向管理员索取账号及密码。
- 4、管理员负责该平台的正常运行，微信群发内容的核对，安排工作人员负责微信平台的发送操作。
- 5、管理员有权拒绝操作人员的操作要求，除管理员和工作人员外任何个人无权对平台进行操作。
- 6、微信平台管理员要及时将审批的重大消息群发至广大用户，并将有关资料存档备查。
- 7、除审核批准的广告外其他广告一律禁止发布。

附录 B. 《档案信息化微信公众平台应急预案》

一、 内容错误预案

- 1、当微信公众平台上所发送消息的内容有错误时，管理员必须尽快重新发送正确的消息加以更正；
- 2、当微信公众平台上所发送消息的内容有错误时，管理员必须针对错误内容发布致歉信息，面向公众公开道歉。

二、 消息推送预案

- 1、当学校发生断网、断电等事件时，管理员需通过手机登陆，或者其他途径进行发送，确保公众能及时了解相关信息；
- 2、管理员应提前对预发送的消息进行备份，若消息发送时，发生电脑系统运行错误等突发事件导致消息推送失败，或者数据丢失时，管理员必须调用备份重新发送消息；
- 3、管理员应定时查看微信公众平台上的信息，若发现因腾讯服务器故障而出现消息丢失或消息无法显示的情况，管理员应重新发送消息，或者联系客服以解决问题。

附录 C. 《微信公众平台运营规范》

链接：[《微信公众平台运营规范》](#)

来源：百度文库

http://wenku.baidu.com/link?url=q9A3gfc1eL_e5yh4GMoxZnQOuuMnfg1mbZOCGR2SS5miAjKd1yeETibAUXsS-RuY1Exu27eEs9b-C-8mcXUDXMIWGxZ4vdDo2xHUhkPbra