

什么样的内容人们愿意分享，并且乐此不疲呢？

一句话，能够调动用户的情绪，或者帮他们创造价值的内容。也就是让用户分享的信息本身，可以帮助用户完成什么社交任务？

基本上，人的社交任务有五大类：

01寻找谈资

社交往往从聊天开始，而聊天的第一步就是寻找谈资。有一个很有效的办法就是“寻找有违常理的戏剧性冲突”。

比如：引发好奇——你一定不知道麦当劳其实不是靠卖汉堡赚钱，而是靠.....；制造反差——我开宝马摆地摊一年赚了100万。最——人类最恐惧的前十大事情，排名第一的居然是公众演讲。

这些信息跟我们日常所见到的现象不同，与我们对这个世界的预期和直觉形成强烈反差，所以容易成为谈资，也就是我们常说的少见多怪。

02表达想法

在社交中，几乎人人都想表达自己的想法去影响别人。而如果你的信息能够在这个过程中提供帮助，他们就会转发你的信息。

所以，在朋友圈中看到，公司老板分享《致加西亚的信：全力以赴的，才是好员工》，也就不奇怪了。同理，我们也能理解，为什么员工在朋友圈中分享《最新权威研究表明：过度加班和工作效率成反比》。

老板和员工都有想向对方表达的观点和想法，但是可能不知道如何表达，所以当有一篇文章内容可以很好的表达自己想法，他们都会主动分享！

03帮助别人

在社交中，人们愿意帮助他人，并得到快乐。如果你的内容能够给“用户帮助别人”的过程提供帮助，他们就会主动转发你的内容。

比如：《如何做好一个好男友：必备8大本领》或者《保持身材苗条的4种秘密》。

04塑造形象

人人都想在朋友圈塑造并且强化自己的形象——我是正能量的、爱国的、孝顺的、有文化的、幽默的、生活有品质的、名牌大学的等等。如果你的内容可以帮助他们强化自己的形象，他们就大概率的转发和分享。

所以，当某个球队夺冠的时候，几乎所有的年轻人都在转发这条信息。因为这个信息强化了“我是冠军粉丝”的形象和身份。

比如：年轻父母转发《当好一个好爸爸的4个标准》这样的内容，就是强化“我是一个好爸爸”的个人形象。

五、社会比较

人都有攀比心理，只要你的内容能够帮助别人有效地进行比较，人们就会更加主动转发。

比如：支付宝

推出账单的功能，可以让人了解自己过去一年支付宝花的钱，并转发朋友圈。

每一个人都需要社交，只要你的内容或者产品可以帮助用户在社交中获得以上的五大动机，就是在向用户提供“社交货币”，他们就会转发你的信息。

我是杨皓然，专注商业演讲辅导、个体创业培训和商业营销咨询10年；愿用我的经历丰富你的阅历，我的知识提升你的能力。

每天花3个小时，免费解答粉丝问题。关注我，有问题，下方评论666。