

图书基本信息

书名：<<博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的>>

13位ISBN编号：9787115219527

10位ISBN编号：7115219524

出版时间：201005

出版单位：人民邮电出版社

作者：Darren Rowse,Chris Garrett

页数：238

译者：向怡宁

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

在我开始写博客的第一年，我身兼三份工作，半工半读，然后抽出时间来写博客。

很多初次登录Pr0BloggeLnet的读者普遍存在一种误解，他们认为我靠写博客一年能挣到六位数美金的收入是一夜之间的事。

事实绝非如此。

写博客确实能让越来越多的人获得收入，但是这个过程绝非一蹴而就。

正是由于这个原因，我愿意和大家分享我自己的博客故事，讲一讲我是如何从一个业余爱好者变成职业博客作者的。

好吧，先来杯咖啡，别拘束，放松一下。

这个故事说来话长。

2002年11月，当我第一次在自己的首个（同时也是为期不长的）博客上点击“发布”按钮的时候，我确实认为这种“网络日记”就和听说到的那样，仅仅只能为自己提供一点乐趣而已。

我建立这个博客的理由很多，但最主要的还是出于好奇，想找到一个新的业余爱好，同时希望能通过它遇到一些和我兴趣相投的新朋友。

内容概要

本书为喜欢网络创业的朋友提供了一种怎样写好博客并利用博客赢利的方法。其作者是世界热门博客网站www.probloggger.net的创办人。本书分为10章，逐步讲解了如何选择博客主题、分析市场、建立博客、提升博客以及获取收入。作者基于多年的博客经营经验，对博客写作与赢利进行了全面深入的分析。本书适用于已经拥有或准备创建博客的读者。

作者简介

作者：（美国）罗斯（Darren Rowse）（美国）加靳特（Chris Garrett）译者：向怡宁Darren Rowse著名网站ProBlogger.net的作者，b5media博客集团网络的创始人之一，b5media博客作者培训业务副总裁。

他是知名的全职博客作者，Chris Garrett作家、互联网营销顾问，职业博客作者。

除了他自己的博客chrisg.com之外，他还为许多网站写文章，包括ProBlogger BlogHerald

FreelanceSwitchCopyBlogger。

此外他还是位摄影爱好者。

向怡宁 UI设计师和Flash游戏设计师现从事微软Surface和Silverlight的界面设计工作。

著有《Flash组件、游戏、SWF解密》及《就这么简单——web开发中的可用性和用户体验》。

此外他还是一位吉他手。

书籍目录

| | | | |
|------------------------|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|
| 第1章 写博客，要挣钱 | 1.1 什么是博客 | 1.1.1 是什么让博客与众不同 | 1.1.2 写博客的许多好处 |
| 1.2 通过博客挣钱 | 1.2.1 职业博客简介 | 1.2.2 你能挣多少 | 1.2.3 职业博客不能让你一夕致富 |
| 1.2.4 直接获利和间接获利 | 1.2.5 被动收益和主动收益 | 1.2.6 职业博客是否适合你 | 1.2.7 哪一种获利的方法适合你 |
| 1.2.8 如何让博客广告为你效劳 | 1.3 关于博客的一些战略 | 1.3.1 多个博客 | 1.3.2 自由博客撰稿人 |
| 1.3.3 倒手 | 1.4 博客成功的标准 | 1.4.1 网页流量 | 1.4.2 订阅量 |
| 1.4.3 评论、反馈及互动 | 1.4.4 链接 | 1.4.5 搜索引擎排名 | 1.5 小结 |
| 第2章 主题博客 | 2.1 主题博客成功的10个理由 | 2.2 如何为博客选择可以赢利的主题 | 2.2.1 你对所选主题是否感兴趣 |
| 2.2.2 你是否具备该主题的经验或专业知识 | 2.2.3 这个主题能否受到欢迎 | 2.2.4 这个主题是日渐蓬勃还是日渐冷门 | 2.2.5 存在哪些竞争 |
| 2.2.6 竞争中有无遗漏 | 2.2.7 你是否有足够的内容 | 2.2.8 这个主题能否让你获利 | 2.3 主题的范围 |
| 2.4 以人为本还是主题为本 | 2.5 选择你的主题 | 2.6 一些对你有所帮助的工具 | 2.7 小结 |
| 第3章 建立博客 | 3.1 为自己选择正确的博客 | 3.1.1 博客系统的选择 | 3.1.2 托管博客还是独立博客 |
| 3.1.3 托管还是独立，何去何从 | 3.2 选择域名 | 3.2.1 选择域名时需要考虑的因素 | 3.2.2 注册域名 |
| 3.3 创建博客 | 3.3.1 四步建立WordPress.com托管博客 | 3.3.2 “一键式安装”独立博客 | 3.4 为博客增色 |
| 3.5 提升博客的设计 | 3.5.1 关于颜色 | 3.5.2 订制博客模板 | 3.6 小结 |
| 第4章 博客的写作 | 4.1 什么样的内容好 | 4.2 博客的写作技巧 | 4.2.1 方便扫视的内容 |
| 4.2.2 如何更有效地选择文章标题 | 4.2.3 如何成功地选择文章标题 | 4.2.4 有关开场白 | 4.2.5 文章长短——博客文章应该多长为好 |
| 4.2.6 写作频率——多长时间发布一篇文章 | 4.2.7 让文章保持“颗粒状” | 4.2.8 博客文章的20种类型 | 4.2.9 写好系列文章的10个步骤 |
| 4.2.10 鼓励读者评论，提高互动性 | 4.3 小结 | 第5章 博客的收入和赢利策略 | 5.1 明确广告的投放时机 |
| 5.2 通过广告直接获利 | 5.3 寻找广告客户 | 5.3.1 积极准备 | 5.3.2 获取客户 |
| 5.3.3 与客户接洽 | 5.3.4 领取酬金 | 5.3.5 如何要价 | 5.3.6 广告的尺寸样式 |
| 5.3.7 控制广告数量 | 5.3.8 广告的最优化 | 5.4 其他直接获利形式 | 5.4.1 Affiliate附属营销 |
| 5.4.2 使用Affiliate的一些技巧 | 5.4.3 赞助 | 5.4.4 分类信息 | 5.4.5 专属商品贩卖 |
| 5.4.6 长期收费订阅 | 5.5 间接赢利策略 | 5.5.1 自由撰稿 | 5.5.2 杂志与专著 |
| 5.5.3 演说 | 5.5.4 咨询顾问 | 5.5.5 就业机会 | 5.5.6 销售电子资源 |
| 5.5.7 关系网络与合作伙伴 | 5.6 小结 | 第6章 购买博客和出售博客 | 6.1 博客交易简介 |
| 6.1.1 为什么要卖 | 6.1.2 为什么要买 | 6.1.3 创建还是购买 | 6.1.4 购买再出售 |
| 6.2 博客销售基础 | 6.2.1 为博客估值 | 6.2.2 计算博客的价值 | 6.3 购买博客 |
| 6.4 出售博客 | 6.4.1 在哪里出售 | 6.4.2 如何出售 | 6.5 小结 |
| 第7章 博客集团网络 | 7.1 为什么应该加入博客网络 | 7.1.1 关系网 | 7.1.2 网页流量 |
| 7.1.3 专业技能 | 7.1.4 管理 | 7.1.5 收入 | 7.1.6 SEO |
| 7.1.7 威望 | 7.1.8 学习 | 7.2 为什么不应该加入博客网络 | 7.2.1 收入分摊 |
| 7.2.2 所有权问题 | 7.2.3 声誉 | 7.2.4 失去控制权 | 7.2.5 法定义务及职责 |
| 7.3 你是否应该加入博客网络 | 7.4 加入博客网络 | 7.5 寻找博客网络工作 | 7.5.1 博客集团网络 |
| 7.5.2 求职版 | 7.6 如何向博客网络自荐 | 7.7 浅谈自创博客网络 | 7.8 小结 |
| 第8章 博客推广和营销 | 8.1 积累读者群 | 8.1.1 让内容保持磁性 | 8.1.2 建立博客间的联系 |
| 8.2 通过“链接诱饵”来获得注意 | 8.2.1 链接诱饵是否合乎道德 | 8.2.2 成功投放链接诱饵 | 8.2.3 举办一次竞赛 |
| 8.3 社会化媒体简介 | 8.3.1 为社会化媒体的成功而写作 | 8.3.2 用社会化媒体赢得人气竞赛 | 8.4 博客的搜索引擎优化 |
| 8.4.1 站外SEO | 8.4.2 如何吸引高质量的导入链接 | 8.4.3 站内SEO技术 | 8.5 提高博客的页面浏览量 |
| 8.6 小结 | 第9章 成功博客的秘诀 | 9.1 关于博客的成功 | 9.2 对Technorati TOP 100博客的分析 |
| 9.2.1 博客的年龄 | 9.2.2 文章的发表频率 | 9.2.3 社会化媒体因素 | 9.2.4 收益 |
| 9.2.5 博客语言 | 9.3 从主题博客中汲取经验 | | |

| | | | |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|
| 9.4 从一流博客中汲取经验 | 9.4.1 ProBlogger | 9.4.2 TechCrunch | 9.4.3 Scobleizer |
| 9.4.4 Four-Hour Work Week | 9.4.5 PopCrunch | 9.5 小结 | 第10章 创造有价值的东西 |
| 10.1 了解你的读者群 | 10.2 引人注目 | 10.3 创建“有用的”博客 | 10.3.1 “有用”博客的属性 |
| 10.3.2 从今天开始，创造有用的内容 | 10.4 小结 | | |

章节摘录

插图：易于运行——只要完成了简单的安装过程，托管博客运行起来通常都非常容易。

当然你也需要学习一些基本知识，但如今几乎所有的博客系统都提供了非常友好的功能界面。

发表文章简单到只需填几个文本框然后点击“发布”（Publish）就行了。

自动升级——如果该博客平台发生了变化，它会自动为你进行更新升级。

这些升级可以实现无缝链接，无需你上传新的软件到服务器。

搜索引擎和网页流量——博客托管平台的一个优势在于，它们许多都出自或从属于那些颇吸引搜索引擎注意、网页流量也很大的网站。

这能让你的博客略微“沾光”，让以上两者都获得一些提升。

托管博客系统的缺陷管托管博客有如此这般诸多好处，但它总还是会有不尽如人意的地方。

难以自由配置——在线服务中你只能选择托管平台提供的那些配置选项。

这对某些人来说可能不算什么问题，但对多数人意味着选择的局限性。

默认设计的限制——很多独立博客看上去越来越雷同，而许多托管博客也出现了这一情况。

这是因为很多人都使用了托管平台提供的默认模板，而同时系统又不允许他们根据个人感觉和喜好对模板的外观进行完全的控制。

缺少自主权——我从托管博客的博客作者那里经常听到另一种抱怨，他们因为无法完全掌控自己的博客而备感沮丧。

虽然说博客作者能完全掌控内容，但URL无法突显特性，而且自己博客的运行情况只能依赖于服务器，在这方面他们一点办法也没有。

太过寻常的URL——托管平台上确实有一些非常成功的博客，但大多数人认为，如果你的博客想走职业化的道路，那么拥有自己独特的URL也看起来会更为专业。

升级或搬迁的考验——以托管平台起步的一个问题是，如果有一天你想搬迁博客，将需要花大力气保留现有读者群和网页流量。

媒体关注与评论

“两位作者均是专业的博客作者，是通过写博客成功赢利的典型。本书透露了他们不可多得的秘密。

”——Bookseller “你将了解博客赢利的基本步骤……如果你认为经营博客可以成为您的一次商业良机；那就不要犹豫，买下它！

——Business Opportunities AndIdeas.co.uk

编辑推荐

《博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的》作为web 2.0的新生事物的博客，如今已蓬勃发展，呈燎原之势，业已成为许多人的一种生活方式。

中国从事博客写作的人数已达千万级，各类博客网站不可胜数。

然而，为什么有的博客人气鼎盛，拥趸众多，有的博客却门前冷落，少人问津呢？

究竟应该怎样写好自己的博客，才能让它吸引更多访客的关注呢？

博客网站还能为我做什么呢？

《博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的》的两位作者长期主持知名博客站点ProBlogger.net，指导了成千上万的博客作者提高博客写作技巧和经营能力。

书中除了教会你怎样选择主题、提升设计、磨练写博技巧、宣传博客之外，更进一步地指导你怎样站在经营者的角度去培育自己的博客，让它为你开启财富的大门，带来滚滚财源。

无论你是准备开博的新人，还是已经写博多年的老手，都可以从《博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的》获取诸多真知灼见。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>