

<<微博达人成长记>>

图书基本信息

书名：<<微博达人成长记>>

13位ISBN编号：9787115295439

10位ISBN编号：7115295433

出版时间：2012-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：陈永东

页数：232

字数：150000

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>

<<微博达人成长记>>

前言

撰写本书的目的 当前,微博正在我国显现出独特的魅力与巨大的能量。

微博在我国的发展让世界震惊,其已经成为我国国内最炙手可热的社会化媒体之一。

以新浪微博、腾讯微博等为代表的国内各大微博平台均人气剧增,以至于许多个人与组织对使用微博产生了强烈的意愿。

微博的使用虽非高深莫测,但也绝非轻而易举。

在微博火爆的同时,有不少的个人、企业、机构、媒体及政务部门常常发现自己的微博冷冷清清,效果不尽如人意,可见“玩转”微博绝不是一件简单的事,需要掌握微博运营的规律与技巧。

基于这一现状,有许多创业者、企业管理者、媒体人及政务部门相关人员盛情地邀请作者编写一本可以指导他们微博实践的书籍。

在各界人士的期望与鼓励下,我试图将自己几年来积累的理论与实践经验进行总结并分享给读者朋友。

对于个人而言,个人除了希望了解基本的微博使用方法、技巧之外,还希望通过微博打造个人品牌、召开讨论会及利用微博创业。

对于企业而言,企业最关心如何使用微博才有利于塑造企业的品牌、如何给客户提供良好的体验,如何利用微博增加用户数量,进而带来更多的收益。

对于媒体而言,媒体最关心如何利用微博扩大影响力,如何通过微博寻找并收集新闻线索,也想逐步通过微博促进读者对相关媒体内容的消费。

对于政务部门而言,政务部门最关心如何在民众中树立良好的形象,如何与民众沟通并取得其理解;同时,他们也需要了解微博上舆论监测的方式与技巧。

阅读本书的建议 本书建立在作者长期的理论与实践积累的基础之上,除基本的理论之外,更多的是实际操作方面的指导及操作技巧的讲解。

在总体结构上,全书共分10章。

其中,第1~4章讲述微博使用方面的基本知识,包括微博的特色与功能、如何开设微博、如何规划微博及如何让微博吸引关注等;第5~7章讲述个人微博使用的技巧,包括如何利用微博打造个人品牌、召开微博讨论会及利用微博创业等;第8章讲述企业微博营销的基本方法与技巧;第9章讲述媒体微博运营的基本方法与技巧;第10章讲述政务微博管理的基本方法与技巧。

如果你关注的是个人微博,建议主要阅读第1~7章;如果你是企业微博管理员,建议主要阅读第1~4章及第8章(如欲了解更为详细的内容也可以参考《企业微博营销:策略、方法与实践》);如果你是媒体微博管理员,建议主要阅读第1~4章及第9章;如果你是政务微博管理员,建议主要阅读第1~4章及第10章。

本书每章安排3天的学习内容,如果所有章节都学习则需要30天左右的时间。

由于个人、企业、媒体及政务部门的需求不完全一样,根据上面的阅读建议,除了个人通常需要21天的学习时间外,企业、媒体及政务部门的有关人员则通常需要15天的学习时间。

本书适合的读者类型 本书适合以下类型的读者:想利用微博进行创业的个人或组织的有关人员;企业微博营销及管理团队成员;媒体微博管理团队成员;非盈利性机构微博管理团队成员;政务部门微博管理团队成员;高等院校市场营销、网络营销、电子商务、媒体管理、信息管理及新闻传播专业的师生;微博爱好者。

寄语 希望读者朋友在读过本书后有所收获。

在阅读本书时,我送三句话与读者朋友共勉。

第一句话是勤于实践。

所谓理论与实践相结合,就是要学以致用。

书中的理论究竟对不对、起不起作用,那还得你亲自用了才知道。

纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。

我希望读者朋友能成为一名微博实战派人士。

更何况,有许多理论是建立在实践基础上的,特别是本书所涉及的主要问题。

<<微博达人成长记>>

第二句话是善于思考。

实践不仅是为了验证书中的内容，还可以发展和改进本书讲述的方法与技巧。

善于思考更多是指对于实践中达到效果与未达到效果的地方都需要思考、总结，发现规律，找出原因并对不足加以改进。

希望读者朋友以批判的眼光看待与思考我所提出的所有方法与技巧。

第三句话是勇于创新。

中国人喜欢模仿，我担心你在看了书中的例子后进行简单的模仿或复制，这就有悖我写此书的初衷。

我举的例子仅供参考，更需要读者朋友在实践中有新的创意。

我提倡的是“创意为众王之王”，希望你的微博或评论常有创意。

致谢 本书的出版首先要感谢新浪、腾讯、网易及搜狐等提供微博服务的企业，是他们提供了微博平台；其次，要感谢积极使用微博的广大用户，是他们为本书提供了大量的实际案例及实战经验；第三，要感谢我亲爱的父母、妻子及儿子，他们是我永远的后盾与最坚定的支持者。

当然，还不得不感谢的就是正在阅读本书的你，因为你的阅读与实践将会使本书的内容不断得以充实与更新。

由于本人的水平有限，本书编写的时间也很仓促，书中可能会出现一些错误或不准确的地方，恳请读者批评指正。

如果你有任何建议与意见，可以随时与我沟通。

我的联系方式如下： 微博：<http://weibo.com/chenyongdong>（新浪、腾讯及搜狐均有实名微博：陈永东） 博客：<http://blog.sina.com.cn/chenyongdong> 电子邮件：cyd888@sina.com 最后，希望本书能为你及你所在的组织提供有益的参考与帮助，祝你早日成为微博达人！

@陈永东 2012年8月于上海

<<微博达人成长记>>

内容概要

自2010年我国的“微博元年”开始，微博已一跃成为网民广泛应用的社会化媒体之一。不知不觉间，微博正在影响着我们工作与生活的方方面面。

《微博达人成长记——30天玩转微博》不仅介绍了使用微博的基本知识，而且从个人微博、企业微博、媒体微博、政务微博四个方面着重讲述了微博营销、微博运营及微博管理的基本方法与技巧，试图让读者在较短的时间里成为微博达人。

《微博达人成长记——30天玩转微博》适合对微博这一网络媒体感兴趣的读者学习使用。

<<微博达人成长记>>

作者简介

陈永东 副教授、硕士生导师、商业经营师

我国最早从事微博及其营销管理的专家之一，他在大量的实践基础上总结了许多实用性很强的方法与技巧，在各类场合开设的课程和讲座广受欢迎。

同时，他还指导了不少大中型企业或机构开展微博运营，在国内微博研究与实践领域积累了不少成果。

其博客曾被新浪网评比为“2008年十大IT博客”，他是多个网站（或媒体）的专栏作家、新媒体评论家，曾出版过畅销书《企业微博营销：策略、方法与实践》，编写过《电子商务网站建设与维护实训》及《电子商务基础》等教材，并在各类期刊杂志上发表过数十篇专业文章。

<<微博达人成长记>>

书籍目录

- 第1章 微博为什么那么火
- 第1天 微博究竟有啥特色
 - 1.1.1 Twitter 的发展情况
 - 1.1.2 我国微博的发展情况
 - 1.1.3 微博的定义及相关概念
 - 1.1.4 微博的特点: 六脉神剑
 - 1.1.5 微博与其他社交媒体的区别
- 第2天 微博为何神通广大
 - 1.2.1 利用微博扩大社交圈
 - 1.2.2 利用微博组织活动
 - 1.2.3 利用微博宣传企业
 - 1.2.4 利用微博加强客户联系
 - 1.2.5 利用微博促销及引导消费
 - 1.2.6 利用微博了解需求与行情
 - 1.2.7 利用微博进行舆情监控
 - 1.2.8 利用微博开展其他企业活动
- 第3天 为啥非用微博不可
 - 1.3.1 个人使用微博的九大理由
 - 1.3.2 企业使用微博的九大理由
 - 1.3.3 媒体使用微博的九大理由
 - 1.3.4 政府部门使用微博的九大理由
- 第2章 拥有你自己的微博
- 第4天 搭建你的微博家园
 - 2.1.1 不同微博平台的特点
 - 2.1.2 选择合适的微博平台
 - 2.1.3 选择单个平台还是多个平台
 - 2.1.4 选择合适的账号矩阵
 - 2.1.5 注册新浪微博账号
 - 2.1.6 注册腾讯微博账号
- 第5天 装扮你的微博之家
 - 2.2.1 起一个响亮的微博名字
 - 2.2.2 让文字介绍吸引人
 - 2.2.3 让图像信息夺眼球
- 第6天 做个达人或者认证
 - 2.3.1 争取成为微博达人
 - 2.3.2 个人微博认证增添信任度
 - 2.3.3 企业、机构及政务微博认证
- 第3章 精心规划你的微博
- 第7天 想想你的微博定位
 - 3.1.1 掌握微博用户的特点
 - 3.1.2 明确微博的定位与目标
 - 3.1.3 让微博与其他渠道密切配合
- 第8天 定定你的微博栏目
 - 3.2.1 你的微博靠什么吸引人
 - 3.2.2 规划你微博的重点栏目

<<微博达人成长记>>

3.2.3 让每个帖子都闪烁亮点

第9天 显显你的微博特色

3.3.1 持续保持某种特有风格

3.3.2 微博特点通过创意体现

3.3.3 各种创意从哪里能获得

第4章 吸引关注的眼球

第10天 增加你的粉丝数量

4.1.1 粉丝太少是件苦恼的事

4.1.2 “1+3+3+5=3”实用训练法

4.1.3 学着用各种网络风格体

第11天 拓展你的微博人脉

4.2.1 直接找到有价值的账号

4.2.2 通过观察找到有价值账号

4.2.3 经常交流使人脉关系加强

第12天 展示你的迷人风采

4.3.1 从不同角度展现你的魅力

4.3.2 在撰写帖子时彰显风采

4.3.3 在互动交流中展现水平

第5章 打造个人微博品牌

第13天 鲜明特色光芒四射

5.1.1 明确你自己的品牌定位

5.1.2 品牌需要有鲜明的特色

5.1.3 品牌需要经常光芒四射

第14天 某个领域无人能及

5.2.1 给出别人想不到的观点

5.2.2 分享别人给不出的信息

5.2.3 呈现别人不具有的品位

第15天 让微博高效高质量

5.3.1 让微博内容体现含金量的秘诀

5.3.2 让微博内容发布效率提高的秘诀

5.3.3 把你的微博当作一份杂志运作

第6章 微博上召开讨论会

第16天 让讨论大门总敞开

6.1.1 为什么开放式的讨论更精彩

6.1.2 敞开胸怀欢迎每一个讨论者

6.1.3 积极邀请最合适的人来讨论

第17天 让话题吸引人参与

6.2.1 寻找话题需要关注最新动态

6.2.2 抛出话题要给别人讨论的空间

6.2.3 要不断观察并发掘新的子话题

第18天 让讨论持续的秘密

6.3.1 开始阶段有时需要导热话题

6.3.2 有人评论时要积极予以回复

6.3.3 语言生动活泼促使气氛热烈

第7章 利用微博创业

第19天 多种微博创业方式

7.1.1 承接微博运营的外包任务

<<微博达人成长记>>

- 7.1.2 建立专门领域的微博账号
- 7.1.3 打通人脉在微博以外的领域创业
- 第20天 追寻志同道合之人
- 7.2.1 找到愿与你共同实现理想的人
- 7.2.2 找到那些你人生中可能的贵人
- 7.2.3 与他们以各种方式深入交流
- 第21天 规划实施创业计划
- 7.3.1 组织你的创业团队
- 7.3.2 实施你的创业计划
- 7.3.3 不断总结不断进步
- 第8章 企业微博营销
- 第22天 企业微博营销妙用
- 8.1.1 在企业官方网站上添加微博模块
- 8.1.2 用微博账号直接登录访问企业网站
- 8.1.3 微博促销活动的创意策划与组织
- 第23天 利用微博塑造品牌
- 8.2.1 通过综合企业各类信息塑造企业品牌
- 8.2.2 通过栏目长期讲述企业与品牌故事
- 8.2.3 企业理念融化在故事与微博内容中
- 第24天 利用微博提供客服
- 8.3.1 利用微博争取新客户的原则
- 8.3.2 微博售后服务问题的分类与回答
- 8.3.3 微博客户服务的轮流回答法
- 第9章 媒体微博运营
- 第25天 媒体微博运营有方
- 9.1.1 发挥微博传播威力与互动特点
- 9.1.2 发挥微博线索发现与采访功能
- 9.1.3 体现传统媒体的深度与权威
- 第26天 借助微博扩大影响
- 9.2.1 报纸杂志微博特色应用
- 9.2.2 广播电视微博特色应用
- 9.2.3 提高原创水平迫在眉睫
- 第27天 利用微博充分沟通
- 9.3.1 媒体要积极参与微博双向交流
- 9.3.2 媒体微博发起话题讨论
- 9.3.3 微博为媒体记者提供素材
- 第10章 政务微博管理
- 第28天 政务微博管理理念
- 10.1.1 政务微博使用现状
- 10.1.2 政务微博管理的“十要治”
- 10.1.3 政务微博管理的“十戒治”
- 第29天 发布信息了解民情
- 10.2.1 政务微博的类型
- 10.2.2 政务微博发布信息的基本技巧
- 10.2.3 政务微博发布厅运营规范
- 第30天 开展微博舆情监控
- 10.3.1 政务微博舆情应对五大原则

<<微博达人成长记>>

10.3.2 建立健全政务微博舆情应对机制

10.3.3 政务微博危机公关的基本步骤

<<微博达人成长记>>

章节摘录

第16天 让讨论大门总敞开 虽然微博上的微群可以像QQ、MSN那样进行小组讨论，但那些讨论通常是封闭的。

在微博中，更多的是开放式的话题，那么你就应该允许任何一个人参与到微博话题讨论中，甚至可以主动地邀请他们来参加讨论。

6.1.1 为什么开放式的讨论更精彩 1.微博与QQ讨论方式的区别 前面提到过，即时通信（如QQ、MSN等）默认是两个客户间的单独交流，而微博则默认是公开的群聊。

即时通信中的群聊通常是圈子里相对固定的人群，且圈子有上限（如500人），这使得QQ讨论有相对的封闭性，而微博则可能在群聊过程中不断有无法预知的各种用户加入讨论，有相对的开放性。

想想看，经常有意想不到的人“从天而降”，带来无法预知的各类观点，是不是更值得期待，讨论的过程也更精彩？

2.微博与BBS讨论方式的区别 BBS的讨论是在某一个原帖后面跟帖，这个原帖即为核心，所有评论都在原帖的后面。

有时，评论中会出现搭楼现象，看起来比较壮观。

同时，BBS帖子的版主具有较高的权限，可以对帖子置顶、屏蔽或删除一些不良的信息。

相比而言，微博中每个帖子被转发后都会新产生一个帖子，虽然原始帖子也是核心，但每条被转发的微博又分别形成若干个子核心。

这些帖子涉及多个账号，因此也就有多个“版主”（或者说，每个微博账号都是自己的“版主”），他们都有权管理自己的微博。

另外，微博通常没有搭楼现象，因为每条转发或评论也有长度限制（如140字）。

3.微博与SNS讨论方式的区别 这里的SNS主要指如人人网或开心网等之类的网站。

SNS好友的关注方式也是双向的，其话题讨论也有相对的封闭性。

同时，由于SNS通常功能比较多，用户的主要精力未必会放在话题讨论上。

相比而言，在微博中，用户之间有单向与双向关注，只有关注了别人才能在你的首页上看到其发布的话题。

同时，前面提到过，微博的讨论是开放式的，且微博用户比SNS用户更容易集中精力进行话题讨论。

4.微博开放式的讨论的优势 相对而言，微博讨论的最大特点是其开放性，这种开放性意味着以下几条优势。

（1）话题讨论可以接纳任何想参与的人，这使得微博话题的讨论没有参与人数的限定。

（2）微博上藏龙卧虎，能人很多，不做限制的参与讨论让那些龙虎之人可以带来更多更精彩的观点，避免人才被埋没。

（3）更多的人的参与才能集中更多的观点，从而促使各类观点“百家争鸣”，进而使一些话题的讨论更加深入，且易形成多种角度的观点的碰撞。

当然，微博讨论的开放性并不意味着可以完全自由地发表观点，毕竟还有相应的微博监控人员在后台工作，他们可能会将不适合的敏感内容进行屏蔽。

6.1.2 敞开胸怀欢迎每一个讨论者 1.张开怀抱欢迎任何人参与讨论 基于上述的理解，我建议在开展微博话题讨论时，要“张开怀抱”欢迎任何人在任何时候参与到你的讨论中来。

有时别人会直接通过转发、评论等方式主动参与讨论，有时需要你主动去邀请别人来参与你的讨论。

只有更多的人参与，才会促使你的讨论帖子产生裂变式传播，进而扩大这一话题讨论的影响力。如果经常有帖子能如此，则你个人在微博中的影响力也会不断增大。

2.心胸开阔允许存在不同意见 众所周知，不可能世界上所有人都对一件事有同样的看法，有不同的意见是再正常不过的了，微博平台上的讨论话题也不例外。

实际上，正是因为有争议，才能让你的微博讨论显得更热闹，更容易产生关注，进而增加转发数或评论数。

如此说来，你的心胸必须足够开阔，应该允许存在不同的意见，虽然人们习惯上喜欢听好听的话，不喜欢听反对意见。

<<微博达人成长记>>

然而，只有不同意见才能让你的讨论更加激烈，更加深入，更加精彩，就如同一场辩论赛一样。

3. 摆正心态从容面对不同观点 俗话说：“良药苦口利于病，忠言逆耳利于行”、“有则改之，无则加勉”，对于不同的观点你需要摆正心态，在理解有不同观点是正常情况的基础上，对批评的意见要能够坦然接受，或者真诚相对，这样才能使讨论更有意义。

其中既要避免对不同意见者耿耿于怀，也要避免用过激言论或不文明话语辱骂对方，甚至进行人身攻击。

即使是对方主动挑起事端，通常也不宜采用正面对骂的方式。

此时，有的人会进行冷处理，有的人会将经常不文明的发言方拉黑，有的人则先私下分析对方的漏洞与弱点，看准时间反戈一击。

总体上，建议要有好的心态，要能够从容面对形形色色的人与事。

6.1.3 积极邀请最合适的人来讨论 1. 邀请前先找准人 这里所谓积极邀请他人来参与你的话题讨论，其主要的方法当然是你主动地“@”别人，即所谓的点名或呼叫。

这个方法虽然简单，但有些人却达不到好的效果。

其中一条要注意的是，@别人要找准人。

你要确认，被@的对象是与你的讨论话题密切相关的人士。

你可以通过平时的积累与印象找到这些人，也可以临时搜索。

2. 邀请时要提问题 为了让被邀请人愿意参与你的讨论，那么要记住在@他们之前，先提出一个引发他们回答的问题。

这需要你在讨论话题的帖子中挖掘，或者从已有的他人评论中找到亮点。

多数情况下，只要被你@的人通过提示看到你的话题帖子，而你的问题又非常具有针对性或极具亮点，则其参与讨论的可能性会大增，甚至他（或她）会在回复时提出水平相对较高的观点。

3. 邀请最好放在转发评论中 建议不要经常将@别人的信息放在原帖中，原因有以下三个方面：首先，原帖子的长度有限制，如果你在原帖中就@别人，要么原帖本来的信息长度就更短，不容易把话题讲清楚；其次，原帖中可@的人数有限，因为原帖还有内容；最后，原帖中的@都会让每一次转发或评论被@人看到，容易对其造成骚扰。

因此，建议将邀请他人放在转发或评论中，且一次不见得非要@太多的人，因为人太多则会让一些人觉得其在中间显得不重要或者不够突出了。

P125-128

<<微博达人成长记>>

编辑推荐

自2010年我国的“微博元年”开始，微博已一跃成为网民广泛应用的社会化媒体之一。不知不觉间，微博正在影响着我们工作与生活的方方面面。

《微博达人成长记——30天玩转微博》适合的读者类型：想利用微博进行创业的个人或组织；企业微博营销及管理团队成员；媒体微博管理团队成员；非盈利性机构微博管理团队成员；政务部门微博管理团队成员；高等院校市场营销、网络营销、电子商务、媒体管理、信息管理及新闻传播专业的师生；微博爱好者。

<<微博达人成长记>>

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>