

微博 赢销



黄群 涂画 赵黎◎著

WEIBO
YINGXIAO

➔140字改变全球

微博可以为这个世界缔造一个又一个的神话，
也可以为你和你的企业，缔造无限的精彩与传奇。

★★★★★
微博——
新型的营销平台
神奇的气场空间
★★★★★



石油工业出版社



微博 赢销

黄群 涂画 赵黎◎著

→140字改变全球

WEIBO YINGXIAO



石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微博赢销: 140 字改变全球 / 黄群, 涂画, 赵黎著.

北京: 石油工业出版社, 2011.7

ISBN 978-7-5021-8492-6

I. 微…

II. ①黄… ②涂… ③赵…

III. 网络营销

IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 112099 号

微博赢销: 140 字改变全球

黄群 涂画 赵黎 著

出版发行: 石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号 100011)

网 址: www.petropub.com.cn

编辑部: (010) 64523616 64523611

营销部: (010) 64523603 64252978

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京晨旭印刷厂

2011 年 9 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

710×1000 毫米 开本: 1/16 印张: 14.25

字数: 195 千字

定价: 36.00 元

(如出现印装质量问题, 我社发行部负责调换)

版权所有, 翻印必究



微时代：140字背后的连锁效应

文 / 苏芩（著名女性情感心理作家）

有多少人在听你讲话？

曾经，作为一个普通人，被问到这个问题，会在心里一个一个地数：张三、李四、王二……

如今，即便是一个普通人，被问到这个问题，也常会自豪地说：数以万计！

微博时代，给了我们更广泛的话语权，也给了我们更多可以谈“心”的机会。

地铁里，星巴克里，电视台的化妆间里……随时随地，都有人在发微博。常常见大家对着手机傻傻地微笑、轻轻地蹙眉。有些时候，我的感觉是：他们不是在写自己的生活，他们是在用140字的容量给自身情绪做一个良好地疏导。

经济的发展，带来的是精神压力的增大，每个现代人光鲜的外表下，都有一腔的苦不堪言。

从心理健康角度来看，坏情绪若是得不到及时地宣泄，会引发各种负面连锁反应。

每一颗心，都经不起太重的负荷。每一个人，都担不起太多的心事。

但在这个钢筋水泥的时代里，大家似乎都养成了一种习惯：不愿意对身边亲近的人讲太多，似乎是戒备，也似乎是避忌，更似乎是羞于开口。

而有了微博，这一切的顾忌都不存在了。文字，是现代人最安全也最放



微博赢销

➔ 140字改变全球

松的交流方式，而微博的及时交互性，又令沟通变得随时随地。换言之，对不爱说话的现代人来说，微博，给大家更多说话的机会，也就等于给大家更多梳理情绪的方式。

除此之外，每一次倾诉，必然，都希望能找对听众。没有听众，多好的口才也觉索然。微博，给大家一对百千万的交流模式。你一个人在说，但在网线的那一端，也许正有数以万计的人在关注着你的喜怒哀乐。微博之所以能在这个时代成为一种全民性产品，正是因为庞大的收听群给大家说话的乐趣。让被关注，不再只是明星的专利。

曾经，寂寞时，只有夜色在听你叹息。

如今，当寂寞来临，打开微博，写下你的心情，会有人分享你的惆怅。痛苦一经分担，便少了若干。

140字，也许微小。但人心却是博大的。

140字，也许写不完人生百年。但140字，写下片刻情绪已然足够。

不论何时，一个人，情绪好了，才有可能一切都好。



序二

微博不微，微中见博

文 / 洪波（著名独立IT评论人）

微博，可能是有史以来最简易的信息发布工具，可能也是有史以来最高效的信息传播工具。140个字的篇幅，似乎难以承载太多的微言大义，但偏偏它火了，并且火势迅猛，普通网民、社会名流、商业机构、党政机构和政府官员，纷纷加入了这场声势浩大的微博大合唱。为什么？

互联网技术的发展，总是不断地赋权给普通人，不断地降低普通人的参与门槛，从而让技术进步惠及大众。七八年前，人们还为博客带给庶民的发言权而兴奋，但随着社交网络等更新颖的产品形态的出现，博客被冷落了。而微博，这种2006年才首次出现的产品，这种看上去简单到有些简陋的产品，却迅速风靡世界。今天，微博鼻祖twitter（推特）的注册用户数量已经突破2亿。中国的两大微博巨头新浪微博和腾讯微博，用户数也都超过1亿。

当数亿人通过微博联结在一起，这种简单的信息发布工具就具有了某种神奇的魔力。twitter帮助奥巴马当上了“互联网总统”；宜黄拆迁自焚者家属通过微博传递信息、呼唤正义；方舟子通过微博单挑各路造假名人；博客名人徐静蕾在腾讯微博开户一天时间粉丝数量就突破百万；越来越多的党政机关和政府官员将微博问政当成官民互动的新模式；企业更是创造性地将微博变成了营销、与消费者对话的新渠道。

微博不微，它在政治、经济、文化、社会、民生等各个方面，正在扮演着前所未有的重要角色。当twitter将它的引导语从“你在做什么”，修改成“正在发生什么”，微博就从互不相干的个人呢喃，变成了某种见微知著的社会器官，以至于twitter甚至将把握“地球的脉搏”当成自己的企业使命。是什么让微博成为社会的脉搏？



对比博客和微博，我们会发现，尽管两者都是面向普通用户的信息发布工具，但它们最大的不同，在于用户之间的连通性。博客就像一座孤岛，用户与用户之间缺乏联系，从而也就缺乏对写作者的反馈和激励。而微博，从它被设计出来，用户关系就是其关键元素之一。twitter更是创造性地引入了follow（收听/关注）机制，每个人都可以收听别人，每个人也都可以成为别人的收听对象。相比博客需要博主自己去推广，微博天生地具有内在的传播能力。@用户名自动加链接、一键转发等功能设计，更加强了微博平台内部的连通性。一条被普遍关注的信息，经过一轮轮转播和评论，可以瞬间波及每个角落。2009年6月25日，歌王迈克尔·杰克逊去世的消息，通过微博传遍世界的时候，传统媒体甚至还没来得及反应。

微博的“快”，让很多不适应它的人感觉措手不及。江西宜黄强拆自焚事件中，受害人家属在逃亡过程中通过微博传递信息，使宜黄当地政府的恶行实时曝光。微博让信息传播速度进入“秒时代”，正是得益于其巧妙的用户关系设计。有人说，互联网已经进入实时Web时代，微博带来了社会化的现场直播。为了应对信息传播的实时化，Google甚至大规模升级了整个搜索引擎的系统架构。

比“快”更具意义的，是微博对各种信息的接纳和包容，其情形正如现实社会一般。用户可以自主选择收听/关注对象，可以避免被无关信息打扰，从而也就为无关信息留出了存在空间。无关信息通常并不是对所有人无关，一个用户的呢喃，可能有另一个用户爱听。地球从来都不是只有一个脉搏，在微博上，世界多样地、和谐地存在着。在同一时间，政府官员可以与民众互动，企业可以安抚一个牢骚满腹的用户，记者可以追踪一个新闻线索，艺人可以说说他们的新片子，你也可以跟你暗恋的美女打情骂俏。

微博在中国，还有另一重意义——民意场。“被代表”常常令人胸闷气结，而在微博上，你不需要“被代表”，社会自己会说话。越来越广泛的官民互动、微博问政，不管其中有多少真诚，有多少敷衍，起码，变化已经在阳光下发生，为什么就不可以期待一个更光明的未来？

微博不微，和谐的中国需要微博。



前言

微博：缔造属于你的神话

微博的探路者——饭否刚刚出现时，随着用户日益增多，它的影响面也日渐广泛，如果没有后来的戛然而止，可以想见饭否定能培养起大批用户和圈子。但那个时候，没有人能够从或者说敢从饭否预料到几个月后微博能如此风生水起。

如今，微博让每个人登上舞台，极尽所能地挥洒活力，跳出属于自己的舞蹈。微博正咧开它开心大笑的嘴巴，欢迎每个人自说自话，欢迎每个人对它说话，对任何人说话，乃至对整个地球大声呼喊。

于是，大家获取新闻消息等实时信息的首选场所，已经不是电视台的晨间新闻报道，不是书报亭里几块钱一份的各类报刊，而是一个可以分类索引、实时、凝练、精细、量身订制，并且完全免费的新媒体平台，一个俨然让你全身心依赖的亲密伙伴——微博。

它让你依赖，它也让千万人依赖——不，如今的微博用户已经不可以用千万计，且不论国外的twitter（推特），单是国内的腾讯微博，用户就早已过亿。

试想，上亿的微博人的生活剪影、思想片断、信息分享、行动号召……当它们碰撞在一起，无数的微小分子聚合成难以想象的能量场，共同燃起了这场轰轰烈烈，再也无法扑灭的微博之火，共同构筑了一个不可撼动的微博帝国！

微博帝国里的每一天都有新鲜的、欢快的、神奇的事情在不间断地发生。使用微博的网友们能够感受到世界每一刻的即时刷新，感受到世界的每一面都在对自己开放，单调重复的生活被微博一扫而空。微博席卷整个世界向你走来，那正是你所需要的、向往的世界，你可以在这个世界里尽情地享受。

用微博围观是一种享受，享受视觉的冲击，享受阅读与观赏的愉悦，享



受知识的丰盈，享受思考的欢愉，享受追踪自己想要成为的人的脚步的满足，享受了解之后的理解，享受直面真相、直面当事人的微博魔力。

用微博倾诉是一种享受，享受自己一向觉得理所当然的生活变小了，变细了，变得唯美生动了；享受自己吃到美食、看到美景可以即时告诉你喜欢的人群，让快乐无限放大；享受来自四面八方的关注，一句无心抱怨可以得到无数安抚；享受自己的才华得到他人的认可赞同，又或者针锋相对，在你来我往中体会观点的交锋；享受那个自己喜欢了很多年的作家，居然回复了自己甚至关注了自己的不可思议的狂喜！

如此，微博大大提升了我们的生活幸福指数，每个人都感觉被注视、被拥抱，每个人都怀揣着一颗渴望汲取也渴望发声的心灵，面向这个为自己量身定做的无限延展的美好世界。

微博的威力还远远不只这些。微博的火热，催生了与之相关的营销方式——微博营销。每一个人或企业都可以利用自己的微博进行营销，同大家交流想要推广的信息，如果你的微博人气足够旺，就能达到大规模营销推广的目的。这就是新兴的微博营销。

回望微博兴起以来的日子，许多轰动全国的大事件由微博用户而起，或者有些事件发生后因微博的传播造成轰动效应。在这些事件中，微博从一些细微的、意想不到的层面，带给我们无与伦比的震动，这意味着它的潜力与爆发力都是无穷大，意味着只要你学会利用它，学会引导它的走向，就能开启一个高效直达目标的通道，并有可能给你带来更多自己都没有想象到的收益。

这是一本告诉你在微博的帝国时代，怎样用140个字的微博实现目标的读物。无论你是想变身微博人气王，想了解微博的来龙去脉与方方面面，想利用微博对自己的品牌或企业进行推广，制造品牌潮流，还是想通过微博打造自己不可取代的个性气场，你都能在本书中得到答案。

因为，微博可以为这个世界缔造一个又一个的神话，也可以为你，缔造你的神话。



目录

第一章▶

140个字激起整个时代的狂风巨浪 ——微博火到疯狂

微博元年.....	003
名人告诉你，微博有多神奇.....	003
你今天“围脖”了吗.....	007
微博上有幅“清明上河图”.....	007
微博真有那么火吗.....	008
twitter与中文微博先行者.....	010
大名鼎鼎的“鸟叫”：twitter.....	010
中文微博的探路者：饭否.....	011
门户网站引领微博风潮.....	011
新浪微博先发制人.....	011
其他微博运营商奋起直追.....	013
腾讯微博强势崛起，争当老大.....	013
中文微博汲取众长.....	013
千万听众：全球第一微博.....	015
微博是神马.....	015
什么是微博：观点、照片、视频，啥都行.....	015
微博身份认证：你的网络名片.....	017
微博上的“@”是神马：特别对“他/她”说的话.....	018





微博营销

140字改变全球

什么是微博的“转播”和“点评”：与你喜欢的人互动	019
什么是微博话题和#号标记：你想看什么，就能看到很多	020
为什么微博有140个字的限制：小篇幅有大学问	024
什么是收听和被收听：我拥有你，你也可以拥有我	025
微博是QQ的升级版还是终结者	026
QQ谁都会用	026
QQ的低传播效应	026
发一条微博等于同时在20个高级QQ群里咆哮	026
QQ已经与微博“合体”了	028
博客已老，微博当道	029
个人力量与社交网络	029
大篇幅与短、平、快	029
微博与博客可以相互参照	029

第二章

直面微博魔力

——他们用微博引发了狂潮

微博的全新传播模式	033
六度分隔理论灰飞烟灭	033
250定律被打破	039
微博：当之无愧的社会新媒体	046
你有作家梦还是画家梦？到微博来圆梦	053
蚂蚁也有扩音器：草根微博的蝴蝶效应	053
微博心理学：解读“微博控”	059
你是“微博控”吗	059
“微博控”之成名幻想	061
“微博控”之强大的传播力	061





“微博控”之寻找认同、抱团取暖	062
免费经济学：微博与营销	063
微博营销是神马	063
微博营销有神马了不起	063

第三章

微博经济

——攻占全球微博市场

剖析微博消费群体与其中潜伏的巨大市场	073
全球微博消费群体的诞生：你看到了吗	073
微博消费群遵循简单的规则：你需要的是打动他们	073
微博消费群体具有极强的扩张效应：绝对不可小觑	074
应声而动：铺天盖地的微博营销	076
怎样用微博成功吸引SNS时代下的people2.0	081
信息浪潮：成也速度，败也速度	081
细分消费群：需要快速打入微博用户内部	081
吸引微博消费群的第一招：信服力	082
吸引微博消费群体的第二招：协作力	084
吸引微博消费群的第三招：创造力	084
企业可以用微博做什么	085
企业微博的“自知之明”：微博的定位	085
利用微博探索客户需求	085
利用微博打造金牌售后服务	086
利用微博建设微博危机公关战略	087
用微博打造名企的五条高明战术	091
品牌、活动信息传播：多管齐下	091



有人情味的企业微博最受用户待见	094
与用户互动：营销第一法宝	099
个人品牌比企业品牌更容易获得关注	100
企业微博也要有无可取代的独特气质	101
模仿成功者是通往成功的捷径：看名企怎样玩转微博	102

第四章

策略与创意齐发

——锻造企业微博含金量

从第一步起：企业微博一定要步步为营	107
不让一条鱼漏网：几大微博网站同时申请账号	107
用户需求各个击破：企业可以开多个微博	108
递上名片才有可信度：获取微博账号认证	108
最好的企业微博一定是生机勃勃的：加大活跃度	109
利用微博进行搜索引擎优化	109
加大力道：企业微博要变身“热微博”	109
峰值时间+精彩内容：还愁没人关注吗	109
打造“热微博”：向话题热点全力靠拢	110
你发现双#符号的奥秘了吗？多用微博#关键词#	110
别偷懒！你的微博最好定时、定量且定向	113
企业微博人气学：极力寻找粉丝并与之互动	114
有的放矢：寻找微博上你想要的精准用户	114
愿者上钩：让精准目标用户主动关注你的微博	115
鱼来雁往：微博互动中实现企业的营销目的	118
赢在专业性：企业要系统掌控自己的微博	125
今天起，将微博营销纳入公司议程吧	125
微博是一把双刃剑：不可掉以轻心	126
每个公司都要有一支专业微博营销团队	126



第五章▶▶

你也可以做“微博人气王”

——精心打造你的微博气场

微博人气王的炼成.....	133
什么样的人在微博上受欢迎.....	133
别忽视“第一印象”效应：填充资料和头像.....	133
微博大步走过来：发微博，加粉丝.....	134
给粉丝一个精彩纷呈的自己：把好内容关.....	135
真诚的态度是写微博的前提.....	135
最受欢迎的微博内容.....	135
最受欢迎的微博风格.....	143
手机微博：你的贴身记者.....	149
如何发“广告”.....	150
借鉴排行榜中博文成功的因素.....	152
如果古人有微博，他们怎么玩.....	153
孔子的微博：热烈欢迎@李耳 博士！@颜回@子贡 请帮忙转发..	153
项羽的微博：我现在垓下，不知明天还能不能写微博了.....	155
诸葛亮的微博：@关羽《在路上——我的千里单骑日记》.....	156
王安石的微博：《王安石变法日记》已经出版，当当、卓越有售。....	157

第六章▶▶

眼球就是名气

——100000个粉丝不是梦

个人简介与标签：让有兴趣的人发现你.....	161
个人简介多写点.....	161
想有人气，多来几个微博标签.....	161





微博头像与皮肤：一个都不能平庸	164
你的头像吸引人吗	164
微博也要美美的	166
学会转发与回复：谁都喜欢重视自己的人	169
你的微博要有“人缘”	169
积极回复他人的微博很重要	170
转发他人的微博是对他人最好的肯定	171
自己的微博自己也要转发	171
微博关注对象也要遴选	174
找到“互听”话题加入“互听大队”	174
挑活跃的人去关注	176
尽情微博，尽情展示自我	176
抢占先机：想出名要趁早	176
当个微博“话痨”也有人爱	178
为你的微博添上职业色彩	179
参与话题：在舞台上展示自己	180
别怕，不妨主动@大明星	180

第七章

动点小手脚就有大惊喜

——细数微博小工具

一键转播：大量增加你的网站访问量	185
使用一键转播有什么好处	185
如何使用一键转播	186
一键转播将转播的内容	186
微博秀：在你的博客上也能看你的微博	187
使用微博秀有什么好处	187



如何使用微博秀	188
微博秀的显示内容	188
微博广播站：在任何嵌入微博的网页发表微博	189
使用微博广播站有什么好处	189
如何使用微博广播站	190
微博广播站的显示内容	190
微博签名档：让微博跟着你去逛论坛	191
使用微博签名档有什么好处	191
如何使用微博签名档	192
微博签名档的显示内容	192
快速收听：让读你博客的人一键收听你的微博	193
使用快速收听应用有什么好处	193
如何使用快速收听应用	193
快速收听的显示内容	194
微博上墙：颠覆性的台上台下新型互动模式	194
什么是微博墙	194
怎样使用微博墙	195
微博墙应用广泛，前景大好	196
微博还能怎么玩	199
王菲捧红语音微博	199
领个“微博结婚证”	199
雇个“微博机器人”	199
找工作，找“微伯乐”	199
微盘分享更方便	200
开个网店赚money	200



第八章»

赢在战略

——微博的光明“钱”景

本地化服务商与网店的微博营销	203
微博营销本地化趋势	203
更多网店进驻微博	203
将有完全基于微博的小企业	204
大企业的微博营销仍需突破	206
更丰富的微博互动与个人消费门户	207
微博营销的互动多样化	207
微博可能成为个人消费门户	207
后记	208