

The Zen Of Social Media Marketing

网络社交媒体 | 营 | 销 |



[印度] 莎玛·海德·卡巴尼 (Shama Hyder Kabani) 著 | 黄小鹏 译

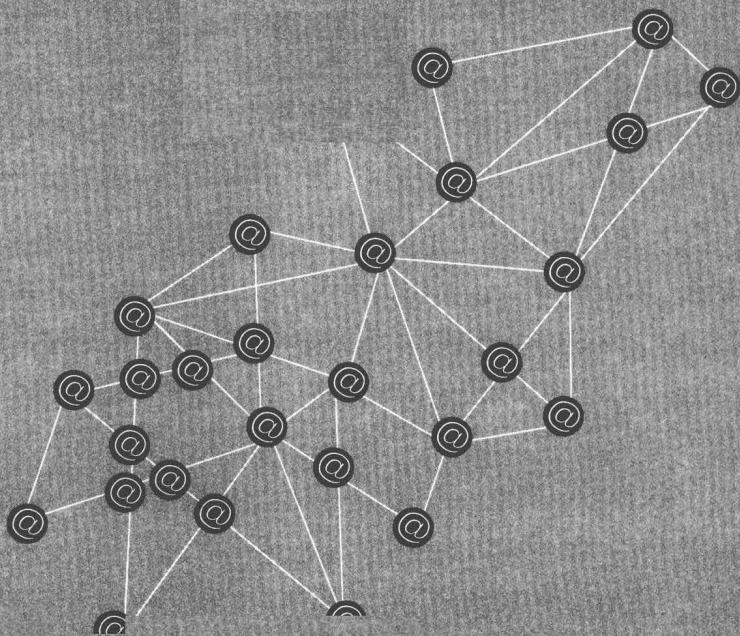
东方出版社

The Zen Of Social Me

网络社交 | 营 | 销 |

【印度】莎玛·海德·卡巴尼 (Shama Hyder Kabani) 著

黄小鹏 译



东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络社交媒体营销 / (印) 卡巴尼 著; 黄小鹏 译. —北京: 东方出版社, 2011
书名原文: The Zen Of Social Media Marketing
ISBN 978-7-5060-4278-9

I. ①网… II. ①卡… ②黄… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 157841 号

THE ZEN OF SOCIAL MEDIA MARKETING: AN EASIER WAY TO BUILD CREDIBILITY,
GENERATE BUZZ, AND INCREASE REVENUE by SHAMA HYDER KABANI

Copyright: © 2010 BY SHAMA HYDER KABANI

This edition arranged with SUSAN SCHULMAN LITERARY AGENCY, INC
through BIG APPLE AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright: © 2011 BY ORIENTAL PRESS

All rights reserved.

本书简体中文版权通过大苹果版权代理公司代理引进
中文简体字版专有权属东方出版社
著作权合同登记号 图字: 01-2010-5835 号

网络社交媒体营销

作 者: [印度] 莎玛·海德·卡巴尼
译 者: 黄小鹏
责任编辑: 姬利张 仃
封面设计: 王 辉
出 版: 东方出版社
发 行: 东方出版社 东方音像电子出版社
地 址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号
邮政编码: 100706
印 刷: 北京印刷一厂
版 次: 2011 年 9 月第 1 版
印 次: 2011 年 9 月第 1 次印刷
开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/32
印 张: 7.25
字 数: 186 千字
书 号: ISBN 978-7-5060-4278-9
定 价: 30.00 元
发行电话: (010) 65257256 65246660 (南方)
(010) 65136418 65243313 (北方)
团购电话: (010) 65245857 65230553 65276861

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65266204

致谢

阿什·卡巴尼(Arshil Kabani)(我的丈夫)——感谢你一直对我充满信心。没有你,我不可能做出现在的成绩。我爱你。

贾维德(Javeed)和苏莱雅·海德(Suraiya Hyder)(我的父母)——感谢你们一直以来对我的支持和爱。能做你们的女儿是我的幸事。你们对我的爱无以复加。我之所以成为今天的我,完全是因为你们。

索菲亚·海德(Sofiya Hyder)(我的姐姐)——谢谢你一直支持我。你的宽容无人能比。

阿齐兹(Aziz)和纳尔吉丝·卡巴尼(Nargis Kabani)(我的公公婆婆)——感谢你们以自己的方式将阿什抚养长大。感谢你们把我当女儿一样看待。没有你们的支持我无法取得现在的成就。

多纳·巴拉德(Dawna Ballard)(教授)——感谢您给我树立了一个优秀的职业女性的终极榜样。每天我都在努力,让自己更

加像你。

迈克尔·雪奇(Michael Seekey)(老师)——感谢您点燃了我对科技的兴趣。您的耐心和同情心一直都让我感动。

珍妮特·戈德斯坦(Jenet Goldstein)(我的经纪人)——感谢你相信我,相信这本书。没有你,这本书不可能出版。

利亚·威尔逊(Leah Wilson)(Benbella 出版社编辑)——感谢你的鼓励和独到眼光。你的编辑工作使得这本书能以今天这种形式面世。

葛兰·耶瑟斯(Glenn Yeffeth)(Benbella 出版商)——感谢你巨大的帮助。祝愿所有的作者都能像我一样幸运,遇见像你一样的出版商。

斯黛芬妮·克罗斯(Stephanie Cross,我的右手)——感谢你坚定不移的忠诚和辛勤劳作。感谢你让我明白,我们得到的是祝福而不是压力。

我的客户——感谢你们允许我为你们在线导航。感谢你们的信任、尊敬和对我的信心。

营销智慧集团的整个团队(之前叫“Click To Client”)——感谢你们做我的后盾。你们大家聪明勤奋,经常让我感动。

史努比(Snoopy)和摩伊(Maui)(我的狗和猫)——感谢你们做我办公室里的福星,让我不断从你们身上——即使是一个简简单单的接球游戏的瞬间获得灵感。

002

前言

莎玛·卡巴尼以《黑客帝国》中的一幕为引子,着笔此书。我也熟知那一幕。那一幕有点儿将哲学丢进好莱坞的意味,化深刻为浅显了。莎玛将这一珍宝挑出来交给我们对的。《黑客帝国》似乎让很多人开始从不同的角度去思考,我们是怎样在网络上生活的,生意又是怎样进行的。

这些我都明白。我在《信托代理人》(*Trust Agents*)上多次发表关于《黑客帝国》的文章。本来是可以这样写的:要做一个信托代理人就要知道怎样才能成为尼奥。而且原本觉得那本来是一本很小的册子。

社交媒体中蕴含着一种智慧,这也是有路可循的。莎玛走的路是对的。她的路子——本书中蕴含的她的思想、实验和建议让很多人离珍宝更进了一步,这比他们通过自己摸索自走自路快得多。

现今,商业规则不同了。不信?如今美国的银行业务怎么样?三大汽车制造商的生意怎么样?小企业呢?你还想用企业过去50年使用的营销方式来营销吗?恐怕不是什么好主意。

我们在编程新的代码,莎玛很明白这一点。

人类的代码就摆在那儿,全都是关于你可以成为一个什么样的人,你可以怎样和别人联系,那又对你的生意意味着什么等等。我现在在世界各地飞来飞去,为各个公司编写新代码,告诉他们怎样做更有人情味。目标很简单:告诉他们,面对面的交流仍与以往同等重要,但今天,我们拥有了各种各样的新工具,让那些身临其境的时刻更紧密地联系在一起。

这些工具背后有大量的数据支撑。跟随这些看不见的数据的踪迹,你可以嗅到新的顾客,新的机遇。新的网络不会在你的邮箱里自动生成。新的电话号码不会自动找上门(坦率说,那倒是一件好事)。社交媒体为我们提供了建立这些网络的纽带联系。我喜欢把 Twitter 称为淘宝引擎,因为那正是它所强调的:意外发现。你也可以利用它来为你的生意服务。

教授新型代码,莎玛自有一套办法——商业头脑禅宗大法——这正好与你从事的生意,与你这个人,与你想达到的目的相吻合。我或许能做出与众不同的事,但是我们都有可能。(神挡杀神,是不是这样说的?)你要考虑在采用她的方法的过程中,哪一部分最能让你受益。对她视而不见不是明智之举。

好好读一读本书。手边准备个笔记本,记点笔记。找出所有对你有帮助的东西。在学习的基础上确定下一步该怎么走。莎玛会教你怎么做。

同时,我在等着那只大白兔出现。

克里斯·布洛根

《纽约时报》及《华尔街日报》畅销书《信托代理人》作者

致读者

亲爱的读者：

本书或许是此类型书中的第一本：第一本正式的关于社交媒体的“直播”书。这样说的意思是我已经将本书的镜像版传到了网上——www.ZenofSocialMedia.com（密码为“thank you”，只需输入就可以阅读）。社交媒体本身就是活的，不断进步的，本书数字版将会不断更新以反映这些变化，使其成为你所需要的最新的一本社交媒体入门书。你手上拿的这本书就是你享用数字版本和其他更多资料的钥匙。

这本书可以有两种用法，怎么用取决于你的个人风格和个人喜好：

1. 你可以从头看到尾，在对社交媒体和怎样成为一个智慧的社交媒体营销人有了深刻的理解后，把书抛开。

或者

2. 你可以把它当成向导，一边读一边制定你自己的社交媒体战略。跟这本书配套的还有一本操作手册，你可以在 www.ZenofSocialMedia.com 上找到这本手册并获得更多指导。

不论你选择哪种方式，我真诚地希望，你要完全弄明白怎样利用社交媒体来获得成功，然后就把这本书抛开。

感谢你拿起这本书。感谢你具有了解这个网络新世界的愿望。而且，最重要的是，感谢你如此信任我，愿意听从我的指导。

你的头号粉丝

莎玛·海德·卡巴尼

引言

本书的写作缘由

晚上快六点的时候,我收拾好一天的工作,正要出门,电话突然响了,是一位女士打来的。她是一位商业顾问,显得非常焦虑,听起来好像马上就要哭了的样子,所以我放下手边的东西,问她我是否可以帮她。她情绪激动,显得沮丧又失望,开始跟我讲:“他们封了我的 Facebook 账号……我都不知道自己做错了什么。我只不过是没有加入社交媒体。我听说有些人用得很好,但是我不知道该从什么地方下手。我怎么样开始才能赶上?我在 Twitter 上已经有 15 朵花了,其他的网站上更是上千上万了!我是一个成功的顾问,我经营着七位数的生意,但是我却觉得输掉了营销中最关

键的一环。”

我很同情她，意识到她的情况并不是个案。有很多企业主和营销人员试图弄清楚社交媒体营销是什么，但却搞得万分沮丧，我经常收到他们的邮件，已经习惯了。正如有个人说的：“它就像逆水行舟！”

这样，我就有了写作这本书的念头。

有一天，我突然明白了！我明白了人们弄不清社交媒体营销的主要原因，那就是，他们违背了事物的自然顺序！传统的营销法则不适用于社交媒体，因为社交媒体不是营销人员的平台，它属于消费者。

很久以来，营销都是发布关于商业或产品的信息，而该商业或产品则由企业本身严格控制着。想一想方形的楔子。方形的楔子代表传统的营销信息。现在，再想象一下方形的洞。一个洞就是一种传统的营销媒介——印刷品、广播、电视。方形的楔子恰好嵌入方形的洞。

但是，社交媒体出现了：人们忙着聊天，忙着分享资源，忙着建立自己的社区——多种多样的在线媒介都控制在他们手中。社交媒体中的活动接连不断，但这些活动并不是被某一个人控制着。与广播、电视和印刷品不同，社交媒体不是被动的：用户们不仅仅在接收内容，也在创造内容。社交媒体是一个圆形的洞。而大部分的营销人仍然用的是方形的楔子。他们是逆潮流而行，所以发现自己完全是举步维艰，并不比刚开始时好多少。

我想要的是能够传授给这些沮丧的同仁们帮助他们理解社交媒体的东西；是最终可以帮助营销人员理解如何实际而高效地利

002

用社交媒体营销概念的东西。我想帮助他们找出可以与圆形的洞契合的圆形的楔子。

我想让他们看看本书。一旦你真正理解了社交媒体的运作，那么利用社交媒体来进行营销就变得易如反掌。

关于什么的智慧？

是的，我很明白。在社交媒体网站上花了几个小时的时间却没有任何回报让你很失望，这不会让你进入参悟的状态。但是上面的情况只有在你做错事的情况下才会发生！如果你能顺流而行，你就可以收获利润，乐在其中。想想吧！

社交媒体营销的智慧就是理解使用社交媒体的人的心态，然后为己所用。

你还记得《黑客帝国》里尼奥折弯汤勺的那著名一幕吗？情节是这样的：

汤勺男孩：别试想弄弯这个汤勺。那是不可能的。最好……面对现实。

尼奥：什么现实？

侍者：没有汤勺。

尼奥：没有汤勺？

侍者：你看到弯曲的不是汤勺，而是你自己。

社交媒体就像那柄汤勺。如果你想弯曲它,它不会变弯。相反,如果你自己弯曲了——如果你改变了自己的态度和营销方式,你就是赢家。你有没有想过有些人是怎样不断扩大朋友和跟随者的圈子,培养粉丝,好像一下子就遍地开花似的?这些人是真正的聪明的营销人。他们或许根本没有意识到自己在做什么特别的事,只是顺其自然。他们看起来毫不费力,因为事情本身就是这样轻而易举。

现在,如果你认为这本书只是告诉你做个深呼吸,用力,那你就错了。像每一个优秀的参禅大师一样,你的兵工厂需要工具。下面,我会跟你分享你要成为理想的社交媒体营销人所需要的全部的工具和技能,让男男女女都想成为你的朋友,让你的生意家喻户晓。

亲身经历

2007年8月,我刚刚研究生毕业,在没有任何资助、没有任何资源的情况下,开始了自己的在线营销业务。到2008年8月,我已经将其建成员工和客户遍及全球的公司。而且我们所有的客户都是我们在线营销的成果,特别是社交媒体营销的成果。我们白手起家的生意在不到一年的时间就上升到六位数。

我继续雇用那些最优秀的人扩充自己的队伍,直到我们成为真正的、能够提供全套服务的网络机构。不论我们的客户在线需要什么东西,我们都可以提供。很快,业务就自己滚起来了。消息很快

就传开了：在线营销本质如此。我开始收到在高端行业会议做演讲的邀请，获得电视媒体采访的机会，不得不谢绝一些客户的邀请，而我谢绝的比接受的还要多。随着生意不断扩大，我的个人品牌也随之成长起来。业务的发展使我自己相形见绌，但却充满感激。

我的公司就是活生生的例子。它证明，只要做法正确，社交媒体就可以助你的生意一臂之力。事实确实是这样，虽然由于业务的大小和类型的不同会有些细微的差别。我知道这是事实，因为我们曾为各个发展阶段的客户——从刚刚成立的公司到已经很成熟的企业——提供服务，教他们利用社交媒体。我真诚地希望能与你一起分享帮助我的公司和我们客户的公司成长起来的智慧。在这本书中，你会看到各个行业的企业通过社交平台进行成功的营销。如果他们可以做到，你也可以。

这本指导书的理想读者是谁？

如果你负责市场营销，不论是哪种形式的，那么这本书就是为你写的。或许你是一家小企业的老板，职责就是为自己吸引客户；或许你是一家大公司的员工，主要负责公司社交媒体营销；也许你想宣传你的非营利组织。这都没关系，原则是一样的。这本书将告诉你怎样整合社交媒体，实现你的目标。

重要的是，你要：

- 全身心投入,以一种道德的、谦逊的方式营销推广你的服务/产品/博客/组织;

- 愿意聆听、交流和分享(社交媒体营销的基础);

- 学会用简单的方式做事,不要背道而驰。

社交媒体营销不一定是难事。

这本指导书不适合谁读?

这本入门书不是写给那些想一夜暴富的人,想迅速赚钱的网络营销人,或者那些想扩大其 Facebook 网友账户以便给他们发送垃圾邮件的人读的。很抱歉让你们失望了!我在本书中列出的策略和技巧是为那些从事合法生意,能始终如一,坚定不移运用这些技巧的人准备的——始终如一,坚定不移是取得社交媒体成功必备的两个要素。

你能学到什么?

√在涉及纷繁复杂的问题的整个系统中,社交媒体营销运用

在什么地方最合适；

√怎样使你的网站或博客成为你在线营销的中心；

√怎样通过道德的方式使用 Facebook、Twitter 和 LinkedIn 三个网站来进行在线营销；

√怎样把流量聚到你的网站；

√怎样培养信誉,确立专业地位；

√怎样寻找潜在客户线索；

√怎样建立你自己的粉丝圈；

√怎样建立你自己的电子杂志/通讯名单；

√怎样衡量你社交媒体营销的努力成果；

√怎样利用社交媒体寻找建立战略合作公司的关系；

√怎样整合你过去的成功,赢得将来的顾客和客户；

√怎样参与到与别人的交流当中去；

√开始利用社交媒体进行营销之前,你必须做好什么准备；

√人们利用社交媒体营销失败的首要原因以及如何避免那样的错误。

案例研究和个人主页

在整本书中,你除了能看到精心准备的案例研究,还能在最后看到很多个人主页。这些个人主页代表那些利用社交媒体营销实现自己目标的真人真事。他们并不是专业的营销人员,而只不过

007