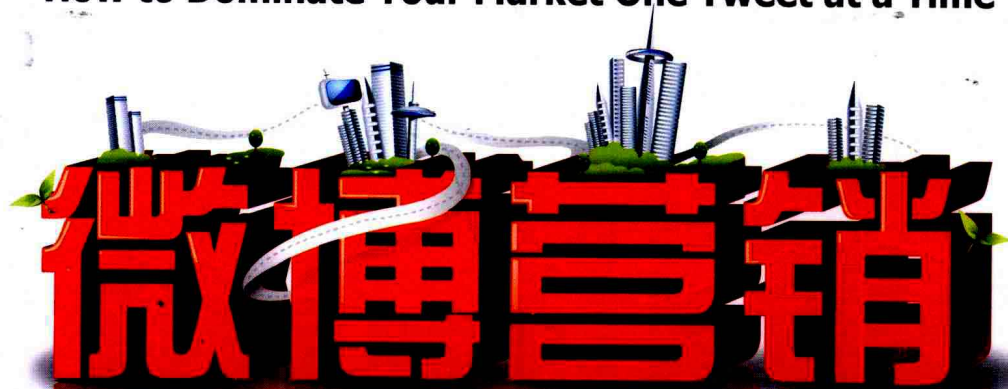


Twitter Power 2.0

How to Dominate Your Market One Tweet at a Time



140字的淘金游戏

[美] Joel Comm 著
刘吉熙 杨硕 译

第2版

- 《纽约时报》畅销书作者最新著述
- 微时代营销宝典
- 30天！人人都能点“微”成金

TURING

Twitter Power 2.0

How to Dominate Your Market One Tweet at a Time



第2版

[美] Joel Comm 著

刘吉熙 杨硕 译

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

微博营销 : 140字的淘金游戏 : 第2版 / (美) 科姆 (Comm, J.) 著 ; 刘吉熙, 杨硕译. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2011.7

书名原文: Twitter Power 2.0 : How to Dominate Your Market One Tweet at a Time
ISBN 978-7-115-25099-5

I. ①微… II. ①科… ②刘… ③杨… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第055165号

内 容 提 要

本书是一部详细剖析微博营销的专著。作者在书中展示了怎样利用微博这个新兴的社交媒体形成一个固定而庞大的全新意义的消费者群体, 以取得即时商务的优势, 迅速拓展品牌的影响力。

面对日益崛起壮大的微博使用群, 本书不仅仅是企业专业营销人员的必备参考, 更是任何想利用社会化媒体力量创造价值的小企业主或个人的指南。

微博营销: 140字的淘金游戏 (第2版)

◆ 著 [美] Joel Comm

译 刘吉熙 杨 硕

责任编辑 朱 巍

执行编辑 王一枝

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15.5

字数: 256千字

2011年7月第1版

印数: 1-4 000册

2011年7月北京第1次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2010-6564号

ISBN 978-7-115-25099-5

定价: 45.00元

读者服务热线: (010)51095186转604 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

对本书的赞誉

“几个月以来，我看到也听到许多有关微博的热议，但若不是Joel揭示了其中的奥妙，我也不会真正理解它对于市场营销的意义。现在，我很清楚地认识到这个自由的平台能如何帮助我进一步与客户建立联系，而我也会更勤奋地发微博。事实上，我已经开始了！这要归功于Joel。感谢你写出了这样优秀的著作，Joel。它必将成为许多人事业成功的助推剂。”

——Stephen Pierce, www.MakeRealMoneyOnTheInternet.com

“在和Joel Comm相处的短暂时间里，我能够清晰地感觉到他非常懂得如何建设一个可赢利的互联网企业。本书无疑为那些致力于扩大企业视野、追寻最新互联网技术的企业家们设定了新的标杆。如果你也是其中之一，那么我建议你马上读一读这本书，并将其中的原理应用到你的企业中。”

——Bill Bartmann, Billionaire Business Coach公司
www.billionaireu.com

“我很幸运。Joel Comm就坐在我的身边解释了什么是微博，它是如何运作的，而我能够且应当如何将它应用到我的业务之中。Joel比其他任何人都更了解如何运用微博的力量，证据就是他自己利用微博获得了巨大成功。你们要比我幸运得多了：在这本书中，Joel会孜孜不倦地告诉你有关微博的一切，却不需要你为他提供午餐。”

——Dan O'Day, 广播广告行业领袖
www.twitter/danoday

“我很惊讶，竟然还有那么多人没有用Twitter来联络客户以及合作伙伴。Joel Comm在本书中展示出如何利用这一非常简单的工具就能够增加商业成功的概率，进而再一次引领了未来的潮流。这本书激励了我，将促使我将社会化媒体营销提升至另一个境界。”

——Christopher Howard, 财富及个人成功学专家

“社会化媒体给予在线商业的是燃料，用以驾驭未来数年即将到来的下一个因特网浪潮。如果你希望始终与大多数成功的企业同步，甚至立于营销策略的前沿，引领潮流，那

么本书是必不可少的参考。Joel证实了即便投资很少的时间和精力也能够获得长线的回报，这是一项非常伟大的工作。他不愧为当代的社会化媒体大师。”

——Kristophor Jones, Pepperjam公司首席执行官
Search Engine Optimization作者

“Joel Comm对社会化媒体的理解，对于企业促进其业务的增长是卓有成效的。他不仅理解，更能以有效的方式将它们清晰地表述出来，这让他脱颖而出，同时他的风趣幽默也使你欲罢不能。”

——Jen Groover, 商界女强人
Butler Bag 公司创始人

“我是Joel忠实的粉丝，并一直关注着他，他出色的能力和过往的成就的确让人折服。（在本书中）他阐明了这一最新线上交流工具的重要性以及它的发展趋势。在我看来，他始终立于因特网的发展前沿，像一个睿智的向导，帮助你理解并把握高速发展的网络世界中那些最精微的变化。”

——Tony Rubleski, 畅销书*Mind Capture*作者
www.MindCaptureBook.com

“谢谢你，Joel，谢谢你以这样新鲜有趣的方式来解读微博。你已经证明本书并不只是讲述如何吸引粉丝来创造新的销售额，它更是关系到品牌构建、焦点小组创建、思想交流以及情感辩论。当你阅读此书的时候，书中提到的一切都正在通过电脑、手机、个人数字助理甚至电视等所有可能的途径，实时地发生着。请赶快加入微博的世界，启动它那与生俱来的超乎想象的病毒式传播功能，创造无穷的可能性。”

——Dan Nickerson, www.YouMetDan.com

“我在Twitter上关注Joel已经有一段时间了，我要坦白——他打乱了我的计划，但是以一种积极的方式。尽管在微博平台上每次能发布的文字有限，但他总是能在微博上吸引我的注意力。这足以说明，Joel非常了解应当如何使用这个新兴的社会化媒体工具，发挥出它最大的能力。如果你希望在企业中借助微博的力量，Joel绝对是你应当重点关注的人物。”

——Yaro Starak, www.entrepreneurs-journey.com

“在Twitter方面，我是个新手。毫无疑问，微博是现今网络上最令人沉迷的事物之一。它除了能让你实时跟踪每个人的状态，与那些你平时很难接触到的人谈话，在树立网上影响力方面，它无疑是一个伟大的工具。确认你在这个方面已跟上了Joel Comm的步伐，因为他确实走在这一领域的最前端。”

——Matt Bacak, IT成功人士

序

每天，有六千万封电子邮件从世界各地发出。而社交网站 MySpace 的用户也已超过1.86亿。科技赋予我们如此丰富多彩的交流方式，但我们真的是在利用它们与他人沟通吗，还是只为应付敷衍罢了？网上那些与自己有着相同价值观的人，我们真的把他们融入到自己的生活中来了吗，还是只为搜集他们的个人信息？通过这些交流方式，我们是在加深感情，还是仅仅维持现状？

我们总是渴望能跟每个人都建立良好的关系，而随着科技的进步，我们有了更多结交新朋的渠道，朋友越来越多，但与朋友加深感情的时间却被挤压得越来越少。人际关系的质量决定生活的质量，这个道理想必大部分人都懂，而这也是我在与来自80多个国家的350万人共事的经历中深深感悟到的。生活即人际关系，因此，人际关系也遵循生存的法则——要么生长，要么消亡。你的人脉网络深广与否完全在于你的选择。假如你选择用心关怀与你最亲密的人，不时对亲朋好友嘘寒问暖，这些关系就会绽放怡人的芬芳；假如你选择悉心呵护与客户的关系，真正满足客户的需求，这份关系就会郁郁常青。相反，如果你放弃培养这种关系，就等于自断财路；如果你不经常与亲朋好友联系，这些关系则会失去存在所需之骨骼血肉，只剩下一副空皮囊。

肯·布兰查德（Ken Blanchard）曾经将生活比喻为一场大富翁游戏——在这场没有“重玩”键的游戏中，无论我们拥有多少财产，买了多少栋房子，待到结束时“一切都要回到盒子里去”。最终留在身后的只有那些我们曾呵护培养过的人际关系，以及我们影响过或被其影响的生命；最终带着我们的印迹留在世上的是我们一起分享的那些经历。两个人相遇，就会创造第三个世界。凭借当今发达的科学技术，你的第三个世界能够以指数级增长。

Twitter这样的科技成果带给我们的不仅仅是与他人分享日常生活经历的机

会。我们不仅可以利用它与他人即时分享生活琐事，还能以更有意义的方式去联系更多人，只要能够真正认识并领悟到Twitter的潜力与价值。试想一下，有了Twitter，你就不会再错过与家人分享生活中的奇妙时刻的机会；有了Twitter，你就有了低成本、高效率的营销工具，它不仅可以帮助你满足现有客户的需求，更能在拓展新客户的征程中助你一臂之力；有了Twitter，你就有能力去建立关系网、交际圈，网罗与你志同道合的朋友，彼此分享创意。

在本书中，乔尔·科姆（Joel Comm）详细介绍了一些有助于扩大现有关系网、掌握更多有价值人脉的工具和技巧，并阐明了采用这些方式拓展人际网的优势所在。他向我们展示了Twitter在品牌扩张方面的巨大作用，Twitter可以帮助我们建立一个个交际圈，并最终让圈中的每一个人都受益匪浅——不仅可以实现个人的自我超越，也能实现个人社会价值的飞跃。

乔尔不仅是一位良师，更是一位与我们有着共同兴趣与激情的益友，他向我们展示了不费吹灰之力就能为世界做出贡献的方法。通过本书的论述，乔尔教给我们的不仅是怎样利用科技产品做出回应，更重要的是，他还教我们如何利用这些新的工具与他人联系。他让我们知道，Internet不仅给予我们建立深层交际网络的自由，更可以帮助我们获得并维持不同以往的高质量的生活，即更有意义的生活。

此致

敬礼！



安东尼·罗宾斯（Anthony Robbins）

潜能开发导师

罗宾斯国际研究公司主席

著有 *Unlimited Power* 与 *Awaken the Giant Within*

前 言

刚完成本书第一版时，我就收到了推帖：恐怖分子正袭击孟买。恐怖分子乘船抵达印度孟买，然后分成两拨，分别袭击了当地几家酒店、一个火车站及一座犹太人中心，至少有 173 人在枪战或爆炸中丧生。

这场恐怖袭击始于 2008 年 11 月 26 日，一直持续到 29 日。不仅有线电视及网络不时更新这场恐怖袭击的实况新闻，当地民众也通过 Twitter 发布大量推帖，只要是推客都可以即时看到恐怖袭击的最新动态。

是孟买当地的民众用手机告诉全世界，他们的城市里正发生着什么，他们的家园正经历着怎样的磨难。

那段时间，新闻传播业仿佛经历了一场革命。

发布新闻报道的不是专业记者，而是普普通通的民众，并且所有的报道都是实时从现场发出的，而非那些事件发生几个小时后，才经制片或编辑过滤、剪辑过的“新闻”。

最重要的是，这些报道大多以对话的形式完成。在 Twitter 上看到消息的读者可以自由提问，由身处事发地点的人们解答。读者还可以通过同样的方式表达他们对受害城市与民众的支持与关心。

显然，这是伟大的时刻：对印度来说，这一刻是异常悲痛的；但对于这个允许任何人发布 140 个字符以内的帖子以便全世界的人们阅读的系统来说，这一刻无疑彰显了它的力量。

尽管这是一本以商业为目标的书，能够用以指导企业家、经理人、商人运用微博实现利益最大化——我还是在其第一版的序言中细致描述了孟买遭恐怖袭击时 Twitter 的使用情况。

但我未曾想到 Twitter 的影响力还会继续扩张，而没有局限于协助新闻的报道

与制作。

征兆于 2009 年 4 月初显。当时，摩尔多瓦的激进分子利用 Twitter 等社会化媒体服务组织反政府游行。不过，让 Twitter 的力量真正显现出来的，是 2009 年 6 月伊朗总统选举事件。当时，当地主流媒体记者都被限制在办公室里，而互联网连接又被切断了，当地民众只能利用代理软件或其他方式，将抗议之声传播到伊朗以外的世界。他们以视频、图片等方式向外传递消息，但利用最多的还是推帖。

Twitter 专用的 # 标签功能强大，它让每一个人都能追踪该事件的发展，也为刚刚上传的 Twitter 视频吸聚人气。Twitter 成为民间传播信息发出声音的一个渠道，影响深远。

或许，这一点儿都不值得我们为之惊叹。毕竟，在伊朗事件发生的几个月前，Twitter 的增长速度就已经令人叹为观止了。据尼尔森在线（Nielsen Online）的调查数据显示，2008 年 2 月至 2009 年 2 月间，访问 Twitter 网站的网民数上涨了 1382 个百分点，从 47.5 万人爆增至 700 万人，这个速度是惊人的。Twitter 网站的访问人数在接下来的 4 个月里持续上升，达到了 1000 万之多。

推客也得以亲眼见证粉丝数量的激增。2009 年 4 月，明星推客艾什顿·库彻向 CNN 发出挑战，看谁的 Twitter 粉丝数量率先突破 100 万。在这场备受瞩目的竞赛中，库彻获得了最终胜利，不仅如此，截至 2009 年 8 月，他的粉丝数量又增长了两倍。

Twitter 有一个优势，就是允许推客自主优化 Twitter 的服务，在原有的服务及用法上实现再创新，进而促使 Twitter 本身也发生变化。改进后的菜单与界面，让推客与其粉丝的互动更加简便。曾经只能由第三方提供的搜索服务，现在也成了每位推客的时间轴上不可分割的一部分，并成为 Twitter 的主打产品之一。

最重要的是，许多公司已经找到各种各样的方法将 Twitter 转化为营利的工具。

2008 年年底，当我整理本书第一版的书稿时，Twitter 影响力之强大已经初露端倪。如今，这种影响力更得到了充分发挥，它所呈现的力量与形态是任何人都没有预料到的。

引言

Twitter 能为你做什么

要创业，在线营销是十分理想的方式——可以足不出户，完全按照自己的节奏来安排，有时甚至连启动资金都不需要。

利用网络为消费者提供产品和服务，我成功创立了一家营业额达到 7 位数的公司。尽管这家公司始于我那间小小的卧房，却最终令我踏上了全国乃至世界各地的巡回演讲之路。

利用网络创业，哪怕规模不大，也需要辛勤付出，而随时随地关注最新的网络工具与发明就是其中一个重要环节。

说起来容易，做起来难。不是所有的新星都能成长为明日巨星。网络上充斥着各种链接，均吹嘘自己的产品与服务潜力巨大，实则言过其实，往往经不起时间的考验。要想创业成功，很关键的一点是学会分辨哪些工具可以为公司盈利，哪些工具只会浪费时间。

有时，这是显而易见的。Facebook 与 LinkedIn 推出之初，其今后的影响力与重要作用就已突显。毫不费力，且几乎无需任何费用，不但能帮你与久违的老友重续友谊，还能有效维系现有的友情并建立起新的人际关系，这样的工具总能吸引大量用户。

另外，有了社会化媒体网站，企业家就可以轻松地建立人际关系，让自己的市场始终赢得顾客的关注与参与。对网络企业家而言，这就意味着充分理解已变得越来越重要的社会化媒体。

然而，Twitter 的价值还远没有充分展现出来。

Twitter 所使用的系统已经简单到了极致，任何用户都可以通过它发布 140 个字符以内的文字来告诉朋友自己正在做什么。

无论是用电脑还是手机，随时随地，你都可以发发感言，晒晒心情，让你的粉丝能即时了解你的状态。

这就是 Twitter 的运作方式。

就这么简单。

但对于那些习惯每周写好几篇四五百字博文的网络企业家来说，要接受这件事多少有些痛苦，因为 140 个字符的限制无疑是将平民和莎士比亚拉到了同一水平线上。

到底怎样才能使这 140 个字符值得一读呢？

你应该不会以为仅凭这几个字就可以吸引读者，甚至为自己的公司建立品牌、推销产品并最终创造利润，对吧？

答案却是：“为什么不呢？你不但可以，而且可以做得很好。”

实践证明，Twitter 有着难以置信的诱惑力；对于商家来说，其价值也不容小觑。

自从我无意中发现并开通了它之后，我的拇指就因不停地敲击键盘输入信息而酸痛。我为之废寝忘食，并充分享受到其中的乐趣。就像写博客一样，写微博的过程也总是妙趣横生。不同的是，它一点儿都不费力。

仅凭 Twitter 给我带来的乐趣就足以让我推荐它，但娱乐并不是 Twitter 唯一的特性。Twitter 操作起来十分简便，是发现新用户与新客户的重要工具，也是建立人际关系网的强大工具，更是获取信息的有效渠道。

在 Twitter 的帮助下，我与合作伙伴、客户及其他企业家之间的联系也得以巩固和加深。

Twitter 还扩大了我的品牌影响范围，让更多人认识了我的好品牌并了解到我所经营的业务。

Twitter 还让我接触到了平常没有机会结识的专家，并从他们那里得到了许多宝贵意见。

同时，Twitter 也给我的网站带来了数量稳定的用户，并成为我与他们之间进行沟通的重要渠道。每当我的网站中上传了新内容，我就可以通过 Twitter 通知他们。

Twitter 更让我有机会阅读到许多精彩的文章，结识一大帮新朋友。

本书中，我会详细阐释如何将 Twitter 的作用发挥到极致，如何让微博——即网络短消息——为你的生意锦上添花。

首先，我会简要介绍一下社会化媒体这一概念。Twitter 的兴起也是得益于人们对网络的痴迷，这种痴迷也曾为 MySpace 和 Facebook 这样的社交网站赢得了高度评价。尽管单独使用时，Twitter 展现出的魅力也势不可挡，但当它与其他社会化媒体结合起来时才能最大程度地发挥威力。本书的核心是 Twitter，但会从社会化媒体的概览写起，这样可以帮助读者将自己的微博与其他网络工具衔接起来。

对 Twitter 的介绍在本书的第二部分，将着重介绍它的运作方式与功能，并说明 Twitter 如此强大的原因。Twitter 网站乍看之下并不起眼，却蕴藏着令人咋舌的丰富内容。稍后，会对其巨大威力背后隐藏的真实原因进行细致的剖析。

接下来，本书的内容将更加贴近实际。希望读者都注册一个 Twitter 账户，并给自己选择一个用户名。这两个步骤都非常简单（不过也有可能犯错并为此付出昂贵的代价），同时 Twitter 也允许推客建立个人档案，以便其他推客了解自己。Twitter 的个人档案只包含基本资料，而其他社会化媒体网站上的那些花哨玩意儿，Twitter 都没有。但这并不表示你就可以满足于平庸。

个人资料也是重要的营销页面。只要稍动脑筋，稍加创新，个人资料就可以起到很好的引导作用，将 Twitter 访问者带往你的商业网站，提高公司的形象。本书中，将详细讲解个人档案应包含的内容，如何设计个人档案，以及如何利用个人档案获利。

随后将讲解最重要的知识点，这也是推客必须掌握的内容：如何吸引粉丝。

这个知识点极为关键。尽管每一条短消息（推客习惯称之为 tweet，即推帖）是公开的，但是，如果没有人知道你的存在，你的推帖也必然从者寥寥。

推客采用各种不同策略来吸引粉丝，结交新朋友，维持交际网的联系。在难以计数的策略中，有的简单，有的则较为复杂，需要动动脑筋，当然，有时还需要花些钱。

依据经验，我仔细甄选了几个在吸引粉丝方面最行之有效的策略加以详述。

吸引粉丝并不是一件难事，留住他们才是更大的挑战。只有当网页内容确实引起粉丝的兴趣时，才算真正俘获了他们。

这种观点并不新鲜。只要尝试过利用网站挣钱的人都知道，网站的内容是成

功的关键。如果文采出众，能够应付各种篇幅的文案，还能上传高质量视频与照片，那你就在内容创作上拥有很高的灵活性与很大的选择空间。而由于内容是被限制在每条 140 个字符的推帖里，创作就显得更有挑战性了。

在任务变得更有挑战性的同时，趣味性也随之增强了。可以在短时间内快速完成一条推帖，这样对读者也没有太高要求；另外，一旦习惯了写这种短消息，就可以信手拈来，不会太劳神费力。

至于 Twitter 上什么样的内容算得上好，稍后会做讲解。另外还会介绍成功的推客常用的几种推帖。

不过，Twitter 只是达到目的的一种手段。使用 Twitter 的终极目标是建立广泛的人际网络——尤其是对公司有益的那部分。因而在接下来的两章中，我们会讨论把两种不同类型的粉丝联系起来能带来哪些好处。

本书还会涉及如何通过问题处理、赢得推荐、提供支持等方式与客户进行沟通。

一旦拥有了粉丝并爱上了 Twitter 这种交流方式，之前所做的一切努力就会有回报了。获得回报的方法有很多，随后就会为大家一一介绍。

首先是它可以扩大品牌的影响范围。Twitter 可以作为一种十分有效的品牌营销工具为任何一种商业形式所用，已经有不少全球性的大公司利用 Twitter 来为自己的产品宣传造势了。接下来的讨论中会为大家说明如何利用推帖及粉丝来扩大公司品牌的影响力，并介绍高效的品牌营销应遵循什么样的法则。

Twitter 也可以用来宣传博客文章，这是把 Twitter 粉丝变成博客访问者进而变成收入来源的重要方法；当然，宣传店铺或零售渠道也未尝不可。尽管从严格意义上来说，Twitter 并不是一个商业平台，但只要措辞得当，同样可以提升用户转化率、提高相关商业平台的销售额。

Twitter 还向 Facebook 学习，设计了专门的插件与应用程序，帮助用户依靠现有的服务获取更大的利益。我会为大家介绍几个有用的插件与应用程序，另外，在本书第 11 章中，还会为大家讲述如何将优秀的解决方案添加到 Twitter 平台上。

在本书的最后列出了一份 30 天搞定 Twitter 的详细计划，这个计划足以在一个月之内将你从一个无名小卒打造成社会化媒体圈中的焦点人物。

Twitter 的限制性极强，内容相对专一。用户在其他网站上可以制作视频，上传大量媒体文件，或进行其他花哨的活动，但 Twitter 却排斥这些功能。

Twitter 也算不得真正的销售竞技场。尽管有公司在利用 Twitter 创收赢利，但仅把它当作一个低成本甚至是免费的广告手段的话，是不会有结果的。

实际上，这样做只会浪费你的时间，而这些时间本该用来做更有意义的事情。

Twitter 本质上是一个交流工具，是与他人交流、让他人了解你的生活与工作的渠道。

可以把它当作一个威力无比的巨型咖啡间。它是人们闲聊、相互了解、建立关系网的地方，是人们结交新知的地方，最重要的是，它是人们相互沟通的地方。

Twitter 不是大卖场，强势推销在 Twitter 上是行不通的。

要想在 Twitter 上取得商业成功，秘诀仅在于四个步骤：了解我、喜欢我、信任我、付钱给我。事实上，这也是任何一种商业的成功秘诀。

人们总是倾向于与自己熟悉、喜欢并信任的人做生意。这就是会议如此重要的原因。会议给志同道合的人提供了聚在一起畅所欲言、增进信任的机会。

信任一旦建立，买卖也就水到渠成了。

当然，会议的作用是 Twitter 无法取代的——没有任何方式能达到相互握个手、一起喝一杯或一起吃顿饭所能达到的效果，但 Twitter 确实能帮助商业人士结交更多的潜在合作伙伴与客户，展示自己的优点，建立信任，并最终创造利润。

目 录

第 1 章 社会化媒体的前景展望 1

- 1.1 如何定义社会化媒体 2
- 1.2 到底社会化媒体有什么过人之处 5
- 1.3 社会化媒体网站分类——足以满足所有市场的需求 7
 - 1.3.1 博客 8
 - 1.3.2 会员制网站 9
 - 1.3.3 Squidoo 10
 - 1.3.4 照片共享网站 11
 - 1.3.5 微博 13
- 1.4 近观微博 13
 - 1.4.1 Spoink 15
 - 1.4.2 Yammer 15
 - 1.4.3 Plurk 16
- 1.5 Twitter 隆重出场 18

第 2 章 Twitter 为何如此风行 21

- 2.1 Twitter 及其成功 21
- 2.2 Twitter 及时反馈功能的巨大能量 24
- 2.3 随时随地与智者保持接触 25

第 3 章 以正确的方式开始 Twitter 之旅 27

- 3.1 注册——Twitter 的注册页面是最具亲和力的吗 27
- 3.2 谁在用 Twitter? 你的第一批粉丝 30
- 3.3 建立富于魅力的个人资料 32
 - 3.3.1 昵称与用户名 37

- 3.3.2 电子邮件 39
- 3.3.3 时区 40
- 3.3.4 信息更为丰富的 URL 40
- 3.3.5 一句话的个人简介 41
- 3.3.6 方位 44
- 3.3.7 保护我的推帖 45
- 3.4 选择 Twitter 头像 46
- 3.5 设计 Twitter 个人资料 48
- 3.6 为 Twitter 设计商业背景 56
- 3.7 正确选择颜色 58
 - 3.7.1 背景 59
 - 3.7.2 文本 59
 - 3.7.3 链接 60
 - 3.7.4 工具条 60
 - 3.7.5 工具条边框 60
- 3.8 “注意事项”需要注意的地方 61
- 3.9 用手机更新 Twitter 63
- 3.10 发布第一条推帖 64
- 3.11 成为粉丝 65
- 3.12 简单说说安全问题 65

第 4 章 吸引粉丝的关注 68

- 4.1 数量抑或质量：根据需要决定粉丝队伍的性质 69
- 4.2 质量：如何有针对性地建立专家关系网 72
 - 4.2.1 找出专家 74
 - 4.2.2 赢得专家的友谊与尊重 76
 - 4.2.3 付出要大于回报 77

4.3 数量：七条必杀技助你达到临界 质点	77
4.3.1 寻找认识的人	79
4.3.2 把博客转变成推帖发布	80
4.3.3 奖励粉丝	84
4.3.4 回应需求	85
4.3.5 动员其他社会化网站上的 朋友	86
4.3.6 在签名里加入 Twitter 用户名	88
4.3.7 发起竞赛	88
4.4 Twitter 排名与网页排名	89

第 5 章 推帖的艺术

5.1 推帖礼仪	93
5.1.1 不要发送垃圾信息	93
5.1.2 严格遵循文字风格	94
5.1.3 奖励转帖	95
5.1.4 严格控制推帖字数	96
5.1.5 关注你的粉丝	98
5.2 在发帖之前先跟帖的益处	99
5.3 如何加入对话	100
5.4 如何让自己的 Twitter 趣味无限	103
5.4.1 经典推帖——“这就是我 正在做的”	109
5.4.2 观点类推帖——“这就是 我正在想的”	110
5.4.3 任务完成类推帖——“这 就是刚刚完成的事情”	112
5.4.4 娱乐类推帖——“我正在 逗你笑”	113
5.4.5 求助类推帖——“你现在 能帮我个忙吗”	113
5.4.6 图片类推帖——“看我在 做什么”	114
5.4.7 不同种类的推帖	116
5.5 如何鼓励大家采取行动	119

第 6 章 利用 Twitter 的魔力联系

客户

6.1 明确问题，征询意见	121
6.2 挖掘你的超级粉丝	124
6.3 属于自己的微型服务台	129

第 7 章 Twitter 在团队交流中的

应用

7.1 Twitter 之于真实的团队领导	135
7.2 为现实中的团队创建 Twitter 账户	136
7.3 利用 Twitter 组建团队	138

第 8 章 用 Twitter 构建品牌

8.1 编一个故事	142
8.2 利用 Twitter 个人资料塑造品牌 形象	144
8.3 推帖风格——说什么、如何说才 能建立能够创造价值的品牌	147
8.3.1 企业新闻	151
8.3.2 客户支持	152
8.3.3 信息反馈	153
8.3.4 特价优惠	155
8.4 强化核心信息	156
8.5 重复，重复，再重复	159
8.6 创作推帖	159
8.7 赢得转帖的机会	160
8.8 制作#标签，并进行带有#标签的 讨论	161

第 9 章 利用 Twitter 的力量调动

粉丝

9.1 吸引粉丝浏览网站	164
9.2 在 Twitter 上为博客宣传	165
9.3 Twitter 是博文创意的源泉	169
9.4 把粉丝拉进商场	171
9.5 能把分销广告链接放到 Twitter 上吗	174

9.6 吸引粉丝去注册.....	175	11.7 TweetBeep.....	202
9.7 追踪结果的同时修正策略.....	176	11.8 TwitterCounter.....	202
9.8 追踪多条消息.....	180	11.9 TweetDeck.....	203
9.9 引领 Twitter 上的趋势.....	183	11.10 TwitThis.....	204
第 10 章 几个通过 Twitter 赚钱的 快速方法	187	11.11 TweetAways.....	205
10.1 利用 Twitter 广告赚钱.....	188	11.12 HootSuite.....	206
10.2 提供特殊化服务.....	192	11.13 TwitPic.....	206
10.3 以物易物, 倒卖挣钱.....	194	第 12 章 在 Twitter 平台上建立 有效的解决方案	208
第 11 章 Twitter.com 之外: 需要 了解的第三方工具	196	12.1 那么, API 到底是什么.....	209
11.1 SocialOomph.....	196	12.2 API 可以为你做什么? 让你的 Twitter 经历自动化.....	209
11.2 Twiterrific.....	198	12.3 编写你的 Twitter 程序.....	211
11.3 Twhirl.....	199	第 13 章 总结	213
11.4 Twitterfeed.....	200	第 14 章 Twitter 达人	222
11.5 Trendistic.....	200	结论	228
11.6 Twellow.....	201		