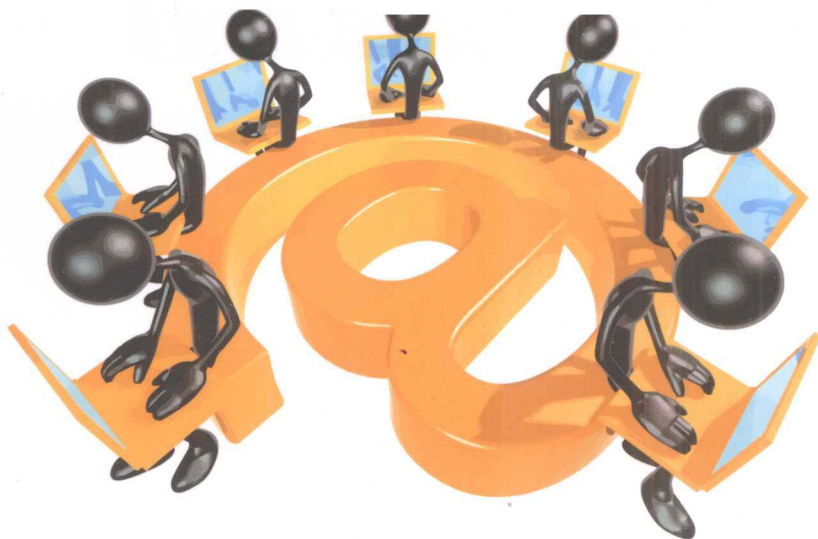


ProBlogger: Secrets for Blogging
Your Way to a Six-Figure Income

博客秘诀

超人气博客是怎样炼成的

[美] Darren Rowse 著 向怡宁 译
Chris Garrett



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

TURING

ProBlogger: Secrets for Blogging
Your Way to a Six-Figure Income

博客秘诀

超人气博客是怎样炼成的

[美] Darren Rowse 著 向怡宁 译
Chris Garrett



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的 / (美) 罗斯 (Rowse, D.), (美) 加勒特 (Garrett, C.) 著 ; 向怡宁译. — 北京 : 人民邮电出版社, 2010.5
书名原文: ProBlogger: Secrets for Blogging
Your Way to a Six-Figure Income
ISBN 978-7-115-21952-7

I. ①博… II. ①罗… ②加… ③向… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第035984号

内 容 提 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.problogger.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。

博客秘诀：超人气博客是怎样炼成的

- ◆ 著 [美] Darren Rowse, Chris Garrett
译 向怡宁
责任编辑 傅志红
执行编辑 毛倩倩
- ◆ 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 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 16
字数: 244千字 2010年5月第1版
印数: 1-4 000册 2010年5月北京第1次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2009-5734号
ISBN 978-7-115-21952-7

定价: 39.00元

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

反盗版热线: (010)67171154

版 权 声 明

Original edition, entitled *ProBlogger: Secrets for Blogging Your Way to a Six-Figure Income*, by Darren Rowse and Chris Garrett, ISBN 978-0-470-24667-2, published by John Wiley & Sons, Inc.

Copyright ©2008 by John Wiley & Sons, Inc., All rights reserved. This translation published under License.

Translation edition published by POSTS & TELECOM PRESS Copyright ©2010.

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书简体中文版由John Wiley & Sons, Inc.授权人民邮电出版社独家出版。
本书封底贴有John Wiley & Sons, Inc.激光防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。

前言

成为职业博客作者：Darren 的博客故事

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ProBlogger.net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。

从前……

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。

那个时候我身兼三份工作。

我的三份工作

在那个时候，我的主要工作是在一所教堂任职牧师，每周三天。这不是一份全职的工作（我并不是主牧师，而是隶属于一个四人团队），我的职责主要是和年轻人打交道。

当时我已经订婚了（和Vanessa，我称呼她为“V”），而且正在努力为婚礼存钱，还要还车贷和交学费，所以必须得再找几份兼职（即使在最好的时候牧师的薪水也并不可观，兼职挣的就更不值一提了）。

我的另一份工作是在一家网上商城上班。这可能听起来很有趣，而且对写博客似乎有点帮助，但事实上并非如此。我其实就是个在公司仓库里跑腿打杂的，主要工作不外乎扫除、清洗、装卸货物、分类包装，以及其他一些琐碎而又无聊的任务。但尽管如此，这份工作能帮我付一部分账单。

我兼职的第3份工作是临时工。我要听从一家职业介绍所调遣，承接五花八门的临时性工作，不管是传送带上令人麻木的流水线作业，还是协助为马戏团搭建演出场地（总之，只管随叫随到）。

除了这些工作，我还要挤出时间来拿我的神学学位——为了这个学位，我整整奋斗了10年。

就这样有一天，好像命中注定的一般，我发了第一篇博客。

业余博客作者

我很想说在我首次点击“发布”的那一瞬间地动山摇，天国的光芒普照大地，然后我摇身一变成了一名职业博客作者——但我们都知道，这种情况不太可能发生，即使有也没有发生在我身上。

事实上，在最初12个月左右的时间里我的博客几乎不怎么更新。唯一的变化是我更忙了，因为我在学校多了一门课程，而且暂时放下了牧师的工作转而领导

一个新团队开展“新兴教会运动^①”。

在那个时候，写博客对我来说只是爱好而已，同时它也是我和其他对“新兴教会运动”感兴趣的人保持联系的一种方式。

那一年我的博客“LivingRoom”(<http://www.livingroom.org.au/blog>)在新兴教会的圈子里有了一点知名度，而与此同时我的主机托管和交给ISP的上网费用（当时我还是通过拨号上网）都开始见涨。

写了大概一年的博客之后，我在偶然之中又建立了另一个数码摄影的博客。最开始它是一个图片博客，但是没人看我拍的照片，反倒是我写的关于自己相机的评论吸引了很多流量。为了支付托管费用，我决定在这个博客里面加入一些AdSense[®]广告和亚马逊网站的联属营销机制[®]。我的目的仅仅只是希望能填补开支。

很快我就发现填补开支的愿望成为了现实。不仅是有了谷歌广告收入的缘故，更重要的是因为我的博客每一天都稳定有数千名读者光临（请牢牢记住这一点）。

然而即使网页流量很稳定，早期的收入却并不高。在我的第一个月里（2003年10月），我平均每天能挣1.40美元，而且其中有很多次的广告点击都是读者们好

① “新兴教会运动”（emerging church）是20世纪末至21世纪初北美与英国兴起的一股基督教改革风潮。倡导者们认为21世纪是后现代主义的时代，基督教过去四百多年来的教会形式已经无法适应时代所需，因此迫切需要如马丁·路德·金般进行第二次宗教改革。该运动的最大特点就是打破了两千年来的一切教会框框，教会没有固定组织结构，没有固定聚会场所和时间，甚至有些教会连名字都没有，只强调信徒的参与，看重人与人之间的关系。同时教会若想赢得更多信徒，就得主动适应和掌握新世纪的文化并加以改造。——译者注（此后未特别声明时，均为译者注）

② AdSense是由Google公司于2003年推出的一个针对网站管理者及广告发布商的互联网广告服务。该词系由“advertisement”（广告）和“sense”（感官、领悟）混合而成。这项服务会自动检索网页内容并展示与之相关性较高的Google广告，并根据广告被点击的次数向网站管理者支付佣金。这种新的广告模式使广告成为一种真正有用的信息，因此十分受欢迎。相关网址见<https://www.google.com/adsense/>。

③ 联属营销机制即Affiliate，也被称为“网络会员制营销”、“联属网络营销”，是一种国外流行的互联网营销模式。联属营销这一构思于1996年在美国被提出，意在通过会员网站的形式将商品的分销渠道迅速扩展到地球的各个角落。只要有自己的主页，任何人都能以个人规模参加销售，而后台程序将会对用户 in 广告商网站中的点击、浏览、销售等行为进行跟踪，并根据特定的用户行为支付给广告商佣金。亚马逊采用了这种营销方式后交易网络渗透全美国，形成爆炸式成长。第5章会进一步探讨联属营销模式。

奇所致。到了11月，我每天的收入达到了3美元。

这笔钱微不足道，但是它帮我支付了费用。此时我开始想象将多出来的一点儿钱攒下来是否能让我买一台新电脑（那时我的老PC已经用了6年，我用它每天拨号上网写博客）。我的另一个远期目标是存够钱，找人为博客进行一次专业的设计。

到了12月，我的收入达到了每天6美元，1月是每天9美元，2月每天10美元，然后3月每天15美元——不是什么大钱，但这已经让我开始畅想，如果收入照这个样子长期增长下去将会怎样。我并不是说每个月每天都多收入两三美元，而是——想想看，如果我能维持每个月30%、40%甚至50%的增长率，那有多爽！

我开始考虑指数级增长的问题了。

兼职博客作者

大约就在这个时期，我多了一些空闲时间，需要另找一份兼职工作了。

我的学业负担逐渐减轻（最后我终于毕业了），而其他工作也都不做了。“V”（我现在的结发妻子）开始暗示我也许应该再找一份兼职工作（确实应该如此），而且我们决定在我6月底拿到了学位之后，必须为每周空闲的两天也找一份固定的工作。而这段时间以来我一直都在心里秘密地做着盘算，盘算着到底每天需要挣多少才能把写博客称为我的兼职工作。

4月份的收入到账了，平均每天大概是20美元。我意识到我已经为自己找到了一份兼职工作。靠博客挣钱的美妙还在于它没有休息日，一周七天都能为你带来收益。所以我每周的收入总共是140美元。

我开始更努力地写博客（经常从下班一直写到深夜），希望挣到足够多的钱以便劝服“V”不再逼我找一份“真正的”兼职，从而把精力集中到写博客上面。

辛苦有了回报。5月份的日均收入达到了32美元，而到6月底，我的月收入第

一次冲破了1000美元大关，平均每天都有48美元进账。

这是一个关键时刻，我和“V”必须考虑我们的下一步棋该怎么走。我也许可以继续像这样每天下班后花点时间写博客，同时再找一份工作；或者我可以把原本属于学习时间的这两天用于写博客，并且看看自己到底能干成什么样。

我决定再试着写6个月的博客，看看最后会怎样。可是过了6个月，我和“V”还是踌躇不定——找一份“真正工作”的压力就像阴云般挥之不去。与此同时我也有了新的电脑，以及心仪已久的专业博客设计。

故事讲到这里得停一下。我必须得说做出这个决定对“V”和我而言真的有点疯狂。我们俩都没有创过业，而且虽说我还有那么一点创业精神，但在许多方面我们俩仍然属于相当保守的人。尽管进账的数字表明有许多其他层面的可能性，但这个想法听着还是有些不可思议。

我的意思是，谁会靠写博客挣钱？当然，我们没有把自己的决定告诉很多人，而只告诉了自己的家人和几位朋友，但几乎每个人闻讯后都会大吃一惊，而且问题不断，比如说：“很不错，不过你还打算找个正式工作吗？”或者问：“你的那个业余小生意现在怎么样了？”

现在我不再罗列每月收入，但我不得不说每周投入两天时间写博客是我们做过的最英明的一个决定。不过我要强调的是，这个决定是我在已经写了19个月，而且建立了许多能带来可观收入的博客之后才做出的。

我绝不建议人们在博客生涯早期就率性而为地辞掉正常工作。慢慢来，因为尽管我走通了这条路，其他很多人却走了很长时间，还有些人可能根本就没走通。

2004年的整个下半年，我继续每周花两天时间来写博客，同时用另外三天来做其他工作（教会工作和仓库工作）。实际上每周我花的时间不止两天，因为我几乎每天都熬夜长时间地工作，确保博客发展良好，而且有时我还会昼夜不停地连

续工作（比如雅典奥运会期间，我和另一个人合作推出了一个关于奥运比赛的博客）。

这个时候我开始同时写很多博客（一度同时有20个），并且测试各种各样的收入来源和广告系统。也就是在这个时候我开始认真发布关于如何写博客的文章，并且在我的博客“起居室”上开辟了一个动态的“博客贴士”小专栏。这些内容不太适合有些读者，于是我决定把所有那些贴士都搬迁到一个新的博客上，并称它为ProBlogger.net。网站于2004年9月23日正式上线。

终于——职业博客作者

到2004年12月中旬，我们几乎已经决定在2005年我要以写博客为生。因为写博客的收入还在继续增加，我已经推掉了绝大部分仓库的工作，而且由于我们把教会改造成了志愿者领导模式，我在教堂的工作也结束了。

11月和12月取得了令人惊叹的收入，一切都很顺利，直到12月中旬那场灾难的发生。Google进行了一次臭名昭著的算法更新，某些博客的搜索排名飞速上升，有些却直线下降，而我不幸属于后一个群体。我的绝大部分博客都从Google结果中消失了，同时消失的还有近四分之三的网页流量和收入。噢~！

接下来的6个多月，前景看上去好像不太确定了，我不知道Google的下一次算法更新会让事情都恢复原状还是变得更糟。12月中旬的这次更新把我们抛到了一个只能勉强苟延残喘的地步，不过是时候制订个应急计划了。有段时间我甚至被迫再度出山去找了另一份兼职。

Google的又一次算法更新总算把事情恢复到了比先前略低一些的水平。这次经历给了我很多教训，包括兴趣多样化的重要性、不要只依赖搜索引擎带来的流量，另外选择在线工作要随时预期各种意外。

2005年是忙碌的一年。我一边做着在“谷歌事件”期间找到的兼职，一边全职写博客（有点左支右绌，但都很值得）。我继续使自己的努力多元化，从而产生

了新的博客和合作关系，其中还和另一位博客作者Andy Wibbels^①合作开发了一门课程，叫做“Six-Figure blogging”（6位数进账的博客）。课程的名字来自于某天我意识到自己的博客已经能为我每年挣100 000多美元——多么令人震惊的成就！

从那时开始，事情一发而不可收，我不断创立新的博客和合作伙伴关系。最大的发展是我和其他一些人共同发起的博客集团网络——b5media^②。

组建这个网络的初衷是想看看在整合了各自的经验和技能之后，我们能取得什么样的成就。

开始时我们的规模很小，只有一二十个博客，但很快我们就把它培育成拥有数百个博客、从全球各地雇用了上百名博客作者的大型网络。网站在2006年下半年拿到了一笔200万美元的风险投资，而且现在持续增长，已经变成了一个盈收好几百万美元的大项目。

经验教训

我为什么要讲这个故事呢？只是在沾沾自喜吗？我确实很喜欢缅怀往事，但绝不仅止于此。我讲这个故事主要想强调以下几点。

(1) 靠写博客挣钱需要时间。尽管很多故事里人们靠博客挣大钱的速度比我还快（要记得我是从2002年就开始了），但还是有很多人的进度比我慢很多。我有运气的成分，也曾不停地疯狂工作，而且我开始写博客的年头还不像现在这样充满了竞争。所有这些都帮助了我的成功。我花了1年半多的时间才把写博客当作自己的兼职工作，之后又花了一整年才转为全职。要将写博客转为职业需要很长的时间。

① Andy Wibbels是博客风潮的传道人，同时也是一位企业培训师。他创办的easybakeweblogs.com是一个很受欢迎的博客资源网站。Andy同时还著有*Blogwild!: A Guide for Small Business Blogging*（疯狂博客：小型公司博客营销策略）一书，Portfolio出版社于2006年4月6日出版。

② 现在的b5media已经发展成为关注娱乐、生活、体育和科技的全球性新媒体网络。每个月的独立访问者数量达到1千万，页面访问量达到3千万。网址为<http://b5media.com/>。

(2) **一步一个台阶**。除非你在某个地方存有一大笔现金，或者家境殷实替你开支，否则我想你还是得一步一个台阶地走向职业博客之路。我的方法是永远有一套后备方案，而且我只会在收入和付出等值之后才逐步增加写博客的时间。我太太和我共同决定收入需要达到的标准，而且我们达成了共识，一旦写博客带来的收入低于这个标准，我就得去找其他工作。我们也做了时间上的限制。如果收入没有在期限内达到相应的标准，我也得去找工作。虽然这个规则听上去可能有点生硬或者令人沮丧，但我并不希望抛开“V”和我都舒服的方式而丢下她一个人往前冲。“V”一直都令人难以置信地支持着我，放手让我去追逐自己的梦想，哪怕它们看上去很奇怪——当然她也时常用理性的呼声将我拉回到现实。

(3) **艰苦的工作和严格的约束**。就像我在故事中一再提到的，我曾在无数个夜晚一直写博客到凌晨。尽管现在我已经有了更好的时间规划，可是在屏幕前坐上12个小时、每天发帖50次的情况仍非罕见。我热爱写博客，所以我从未视它为负担，但我必须承认有时仍会变得懈怠，想把它丢在一边。朋友们谈到在家创业的时候经常会对我说他们无法从事这样的工作，原因是受到的诱惑太大，很容易会丧失了主动工作的积极性。其实我也是这样，但是一直都在努力约束自己，而且我的成功在很大程度上要归功于这种约束。

(4) **追随梦想**。我的这个故事主要是想说明前面三点，让大家用一种现实的眼光来看待成为职业博客作者这一过程。我无意用片面的观点来吹捧博客，也不会撺掇大家一夕致富的欲望，否则会招人骂的。

聊到这里我必须得负责任地说，还是有可能通过写博客挣钱的。而且对某些人（不是所有人）来说，还有可能挣到大钱。

现在有越来越多的人开始靠全职写博客来谋生（我们在b5media就雇用了不少），而有更多的人只是拿它作为兼职来增加收入，同时把大部分时间用来工作、养家或者学习。

我希望这本书能够让越来越多的人通过写博客挣钱谋生。

Chris Garrett 的博客故事

我的博客故事和Darren的大不相同，但实际上Darren在我的故事里扮演了一个很关键的角色。

我最早在从事IT业，做过编程的工作，直到我发现了互联网，或者更准确地说，互联网找到了我！

当时我正在英国一所大学工作，管理层决定要建立自己的互联网基础架构以及一个网站。而负责这一切的差事落到了我头上。

尽管我曾极为有限地体验过互联网，也曾短暂地上网冲过浪（用过BBS然后是Usenet讨论组），可当我接手这个项目、第一次运行Mosaic浏览器^①时才真正算是开启了互联网的大门。而且它意味着我要全部从头学起，还得非常详细。从那时开始我就着迷了。

建了大学的网站之后我又建立了一个个自己的网站。除了一个科幻小说的新闻站，我还围绕自己中意的那些Usenet新闻组建立了好多站点，当然，我也有自己的个人主页。然后我开始兼职为本地的一些公司做网站。

在此之后我拥有了各种网络营销代理的身份，并且积极寻找各种方式来扩大自己的客户圈子。除此之外，乐于助人的天性再加上彻头彻尾的“极客^②”性格，让我在各种讨论列表和论坛里游刃有余。在极客圈子里变得知名让我从开始写一些文章，发展到与其他人合著了几本程序设计方面的书，让我更像个极客了。

① Mosaic浏览器由美国伊利诺伊大学的NCSA组织于1993年9月发布，是点燃互联网热潮的火种之一。它最初是一个只在Unix上运行的图像浏览器，后来很快便能在Apple Macintosh和Microsoft Windows上运行。该项目的负责人Marc Andreessen后来辞职并建立了Netscape（网景通讯）公司，于1994年10月发布了Netscape Navigator（网景导航者）浏览器。

② “极客”是英文单词“geek”的音译，但请注意该单词的发音为[gi:k]而非[dʒi:k]。俚语geek原指异常的人、畸形人，但在美语中亦指智力超群、善于钻研但不懂与人交往的学者或知识分子。本含有贬义，因为极客常常醉心于自己感兴趣的领域，可以牺牲个人卫生、社交技巧或社会地位。但近年来随着互联网文化的兴起，其贬义成分正慢慢减少，仅保留了拥有超群的智力和努力的本意，又通常被用于形容对计算机和网络技术有狂热兴趣并投入大量时间钻研的人。所以俗称发烧友或怪杰。如电脑怪杰（computer geek）、科技怪杰（techno-geek）、游戏怪杰（gamer geek）等。

在此期间我开始尝试建立联属营销网站以便贴补自己微薄的收入。尽管我曾成功地帮人兜售过电子杂志、律师服务和借贷业务，但从未上心。因为相比之下，我编写的几个网站运转得更好，让我能以兼职编程培训师和自由撰稿人的身份挣得不少收入。

是Darren和Google的AdSense为我开启了职业博客作者的大门。

虽然说我在1999年就已经自行开发了一个博客作为日志（那时它们还不叫作“博客”），而且经常在上面写一些关于程序设计的文章，但我之前从来不知道通过博客，而不用劳心费力地兜售自己并不感兴趣的产品也能挣钱。正是这一点让我变成了博客的忠实信徒。

我对AdSense的好感很快就消失殆尽，但正是Darren让我认识到写博客才是最适合我的事情。

迄今为止我写博客最大的成就大概是在Performancing.com^①工作期间（后来被卖给了Splashpress Media^②）。我是那个网站草创时的博客作者之一。在一年的时间内，我们把它从一无所有带到位列Technorati TOP 100排行榜^③第15名，我们的软件下载量达到几十万次，还拥有3万多名注册用户。

时光转瞬到今天，我的收入已经百分之百都直接或间接地来自于博客。除了我自己的博客chrisg.com之外，我还作为嘉宾或者有偿作者写一些其他的博客。与此同时我还做一些咨询工作，客户都来自于我的博客或者老客户的推荐。

① Performancing.com是一个职业博客作者们的活跃社区。它的宗旨是“为职业博客作者创建一个家园，让那些想通过博客挣钱的人学习并完善靠博客谋生的艺术”。网站提供很多与博客有关的工具和服务，例如免费的博客实时统计服务（提供RSS 2.0输出）以及Performancing for Firefox插件等等。

② SplashPress Media公司于2006年创办，拥有100多个与博客相关的站点。它的宗旨是为博客作者提供广泛的媒体、分析、软件、设计、统计、市场和版权保护等方面的协助。至今已经推出了如Performancing、ScribeFire、Performancing Ads等博客广告产品，最终的目标是创建一个完全有别于Google AdSense而基于博客的广告平台。

③ Technorati Top 100排行榜是由著名博客搜索引擎Technorati定期评选出的全球博客排名系统。“Technorati”一词系由“technological”（技术上的）和“literati”（文人）混合而成。截至2008年6月，Technorati已经索引了超过1亿1千万个博客。有趣的是，中国大陆明星徐静蕾的博客曾位列Technorati Top 100排行榜第一名。Technorati网址为<http://www.technorati.com/>。

致 谢

Darren Rowse 一位博客作者之所以能变得优秀，是因为他身边有许多优秀的人。此书献给我生命中助我事业和为人更进一步的人。献给我的家人，特别是Vanessa，是她鼓励我不懈地追求这个她所谓的“疯狂的博客事业”；献给我在b5media团队的拍档和伙伴们；献给ProBlogger的所有读者，关于博客，他们教会了我太多的东西。

Chris Garrett 感谢我的家人给予我爱，还有蛋糕；感谢Chris Webb和Kenyon Brown，是他们自始至终的鼓励，才让我俩（在大部分时间内）保持着旺盛的斗志。

目 录

第 1 章 写博客, 要挣钱	1
1.1 什么是博客	2
1.1.1 是什么让博客与众不同	3
1.1.2 写博客的许多好处	5
1.2 通过博客挣钱	6
1.2.1 职业博客简介	6
1.2.2 你能挣多少	7
1.2.3 职业博客不能让你一夕致富	7
1.2.4 直接获利和间接获利	8
1.2.5 被动收益和主动收益	9
1.2.6 职业博客是否适合你	10
1.2.7 哪一种获利的方法适合你	10
1.2.8 如何让博客广告为你效劳	13
1.3 关于博客的一些战略	13
1.3.1 多个博客	13
1.3.2 自由博客撰稿人	14
1.3.3 倒手	15
1.4 博客成功的标准	16
1.4.1 网页流量	16
1.4.2 订阅量	20
1.4.3 评论、反馈及互动	21
1.4.4 链接	23
1.4.5 搜索引擎排名	24
1.5 小结	26
第 2 章 主题博客	27
2.1 主题博客成功的 10 个理由	29
2.2 如何为博客选择可以赢利的主题	32
2.2.1 你对所选主题是否感兴趣	32
2.2.2 你是否具备该主题的经验或专业知识	33
2.2.3 这个主题能否受到欢迎	34
2.2.4 这个主题是日渐蓬勃还是日渐冷门	35
2.2.5 存在哪些竞争	36
2.2.6 竞争中有无遗漏	37
2.2.7 你是否有足够的内容	39
2.2.8 这个主题能否让你获利	40
2.3 主题的范围	41
2.4 以人为本还是主题为本	44
2.5 选择你的主题	46
2.6 一些对你有所帮助的工具	46
2.7 小结	49
第 3 章 建立博客	51
3.1 为自己选择正确的博客	52
3.1.1 博客系统的选择	53
3.1.2 托管博客还是独立博客	58
3.1.3 托管还是独立, 何去何从	62
3.2 选择域名	63
3.2.1 选择域名时需要考虑的因素	64
3.2.2 注册域名	68
3.3 创建博客	69
3.3.1 四步建立 WordPress.com 托管博客	69
3.3.2 “一键式安装”独立博客	71
3.4 为博客增色	77

3.5 提升博客的设计	79	5.4.1 Affiliate 联属营销	132
3.5.1 关于颜色	80	5.4.2 使用 Affiliate 的一些技巧	133
3.5.2 订制博客模板	81	5.4.3 赞助	135
3.6 小结	84	5.4.4 分类信息	137
第 4 章 博客的写作	85	5.4.5 专属商品贩卖	138
4.1 什么样的内容好	86	5.4.6 长期收费订阅	138
4.2 博客的写作技巧	90	5.5 间接赢利策略	138
4.2.1 方便扫视的内容	90	5.5.1 自由撰稿	138
4.2.2 如何更有效地选择文章标题	92	5.5.2 杂志与专著	142
4.2.3 如何成功地选择文章标题	94	5.5.3 演说	143
4.2.4 有关开场白	97	5.5.4 咨询顾问	143
4.2.5 文章长短——博客文章应该多长为好	97	5.5.5 就业机会	144
4.2.6 写作频率——多长时间发布一篇文章	98	5.5.6 销售电子资源	144
4.2.7 让文章保持“颗粒状”	100	5.5.7 关系网络与合作伙伴	145
4.2.8 博客文章的 20 种类型	103	5.6 小结	145
4.2.9 写好系列文章的 10 个步骤	108	第 6 章 购买博客和出售博客	147
4.2.10 鼓励读者评论，提高互动性	111	6.1 博客交易简介	149
4.3 小结	113	6.1.1 为什么要卖	149
第 5 章 博客的收入和赢利策略	115	6.1.2 为什么要买	150
5.1 明确广告的投放时机	116	6.1.3 创建还是购买	152
5.2 通过广告直接获利	119	6.1.4 购买再出售	152
5.3 寻找广告客户	124	6.2 博客销售基础	153
5.3.1 积极准备	124	6.2.1 为博客估值	155
5.3.2 获取客户	127	6.2.2 计算博客的价值	161
5.3.3 与客户接洽	127	6.3 购买博客	162
5.3.4 领取酬金	128	6.4 出售博客	164
5.3.5 如何要价	129	6.4.1 在哪里出售	165
5.3.6 广告的尺寸样式	129	6.4.2 如何出售	167
5.3.7 控制广告数量	131	6.5 小结	168
5.3.8 广告的最优化	131	第 7 章 博客集团网络	169
5.4 其他直接获利形式	132	7.1 为什么应该加入博客网络	172
		7.1.1 关系网	172
		7.1.2 网页流量	172
		7.1.3 专业技能	173
		7.1.4 管理	173