

普
华
经
管



Adfaith
正略钧策



微博达人 成长记

——30天玩转微博

微博已一跃成为网民广泛应用的社会化媒体之一
正在影响着我们的工作与生活的方方面面

陈永东◎著



微博达人成长记

——30天玩转微博

陈永东 著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

微博达人成长记: 30 天玩转微博 / 陈永东著. —
北京: 人民邮电出版社, 2012. 10
ISBN 978-7-115-29543-9

I. ①微… II. ①陈… III. ①互联网络—传播媒介—
基本知识 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 222404 号

内 容 提 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的工作与生活的方方面面。

本书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。

本书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——30 天玩转微博

- ◆ 著 陈永东
责任编辑 张亚捷
- ◆ 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 2012 年 10 月第 1 版
字数: 150 千字 2012 年 10 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-29543-9

定 价: 35.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

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；
- * 媒体微博管理团队人员；
- * 非盈利性机构微博管理团队人员；
- * 政务部门微博管理团队人员；
- * 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。

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

目 录

第1章 微博为什么那么火

第1天 微博究竟有啥特色	3
1.1.1 Twitter的发展情况	3
1.1.2 我国微博的发展情况	5
1.1.3 微博的定义及相关概念	7
1.1.4 微博的特点：六脉神剑	10
1.1.5 微博与其他社交媒体的区别	13
第2天 微博为何神通广大	14
1.2.1 利用微博扩大社交圈	15
1.2.2 利用微博组织活动	16
1.2.3 利用微博宣传企业	17
1.2.4 利用微博加强客户联系	18
1.2.5 利用微博促销及引导消费	20
1.2.6 利用微博了解需求与行情	21
1.2.7 利用微博进行舆情监控	22
1.2.8 利用微博开展其他企业活动	23
第3天 为啥非用微博不可	24
1.3.1 个人使用微博的九大理由	24



1.3.2 企业使用微博的九大理由	26
1.3.3 媒体使用微博的九大理由	27
1.3.4 政府部门使用微博的九大理由	29

第2章 拥有你自己的微博

第4天 搭建你的微博家园	33
2.1.1 不同微博平台的特点	33
2.1.2 选择合适的微博平台	36
2.1.3 选择单个平台还是多个平台	38
2.1.4 选择合适的账号矩阵	39
2.1.5 注册新浪微博账号	42
2.1.6 注册腾讯微博账号	46
第5天 装扮你的微博之家	48
2.2.1 起一个响亮的微博名字	48
2.2.2 让文字介绍吸引人	50
2.2.3 让图像信息夺眼球	52
第6天 做个达人或者认证	55
2.3.1 争取成为微博达人	55
2.3.2 个人微博认证增添信任度	57
2.3.3 企业、机构及政务微博认证	59

第3章 精心规划你的微博

第7天 想想你的微博定位	65
3.1.1 掌握微博用户的特点	65
3.1.2 明确微博的定位与目标	67

3.1.3 让微博与其他渠道密切配合	68
第8天 定定你的微博栏目	69
3.2.1 你的微博靠什么吸引人	69
3.2.2 规划你微博的重点栏目	73
3.2.3 让每个帖子都闪烁亮点	75
第9天 显显你的微博特色	77
3.3.1 持续保持某种特有风格	78
3.3.2 微博特点通过创意体现	79
3.3.3 各种创意从哪里能获得	80

第4章 吸引关注的眼球

第10天 增加你的粉丝数量	85
4.1.1 粉丝太少是件苦恼的事	85
4.1.2 “1+3+3+5=3”实用训练法	86
4.1.3 学着用用各种网络风格体	87
第11天 拓展你的微博人脉	91
4.2.1 直接找到有价值的账号	91
4.2.2 通过观察找到有价值账号	94
4.2.3 经常交流使人脉关系加强	95
第12天 展示你的迷人风采	96
4.3.1 从不同角度展现你的魅力	96
4.3.2 在撰写帖子时彰显风采	97
4.3.3 在互动交流中展现水平	99

第5章 打造个人微博品牌

- 第13天 鲜明特色光芒四射 103
 - 5.1.1 明确你自己的品牌定位 103
 - 5.1.2 品牌需要有鲜明的特色 105
 - 5.1.3 品牌需要经常光芒四射 107
- 第14天 某个领域无人能及 109
 - 5.2.1 给出别人想不到的观点 109
 - 5.2.2 分享别人给不出的信息 111
 - 5.2.3 呈现别人不具有的品位 113
- 第15天 让微博高效高质量 115
 - 5.3.1 让微博内容体现含金量的秘诀 115
 - 5.3.2 让微博内容发布效率提高的秘诀 118
 - 5.3.3 把你的微博当作一份杂志运作 119

第6章 微博上召开讨论会

- 第16天 让讨论大门总敞开 125
 - 6.1.1 为什么开放式的讨论更精彩 125
 - 6.1.2 敞开胸怀欢迎每一个讨论者 127
 - 6.1.3 积极邀请最合适的人来讨论 128
- 第17天 让话题吸引人参与 129
 - 6.2.1 寻找话题需要关注最新动态 129
 - 6.2.2 抛出话题要给别人讨论的空间 130
 - 6.2.3 要不断观察并发掘新的子话题 132
- 第18天 让讨论持续的秘密 133

6.3.1 开始阶段有时需要导热话题	134
6.3.2 有人评论时要积极予以回复	135
6.3.3 语言生动活泼促使气氛热烈	137

第7章 利用微博创业

第19天 多种微博创业方式	141
7.1.1 承接微博运营的外包任务	141
7.1.2 建立专门领域的微博账号	142
7.1.3 打通人脉在微博以外的领域创业	145
第20天 追寻志同道合之人	146
7.2.1 找到愿与你共同实现理想的人	146
7.2.2 找到那些你人生中可能的贵人	148
7.2.3 与他们以各种方式深入交流	149
第21天 规划实施创业计划	150
7.3.1 组织你的创业团队	151
7.3.2 实施你的创业计划	153
7.3.3 不断总结不断进步	155

第8章 企业微博营销

第22天 企业微博营销妙用	161
8.1.1 在企业官方网站上添加微博模块	161
8.1.2 用微博账号直接登录访问企业网站	164
8.1.3 微博促销活动的创意策划与组织	166
第23天 利用微博塑造品牌	168
8.2.1 通过综合企业各类信息塑造企业品牌	169



8.2.2 通过栏目长期讲述企业与品牌故事	171
8.2.3 企业理念融化在故事与微博内容中	173
第24天 利用微博提供客服	176
8.3.1 利用微博争取新客户的原则	176
8.3.2 微博售后服务问题的分类与回答	179
8.3.3 微博客户服务的轮流回答法	180

第9章 媒体微博运营

第25天 媒体微博运营有方	185
9.1.1 发挥微博传播威力与互动特点	185
9.1.2 发挥微博线索发现与采访功能	188
9.1.3 体现传统媒体的深度与权威	190
第26天 借助微博扩大影响	193
9.2.1 报纸杂志微博特色应用	193
9.2.2 广播电视微博特色应用	195
9.2.3 提高原创水平迫在眉睫	197
第27天 利用微博充分沟通	199
9.3.1 媒体要积极参与微博双向交流	199
9.3.2 媒体微博发起话题讨论	200
9.3.3 微博为媒体记者提供素材	202

第10章 政务微博管理

第28天 政务微博管理理念	207
10.1.1 政务微博使用现状	207
10.1.2 政务微博管理的“十要”	211

10.1.3 政务微博管理的“十戒”	213
第29天 发布信息了解民情	215
10.2.1 政务微博的类型	215
10.2.2 政务微博发布信息的基本技巧	217
10.2.3 政务微博发布厅运营规范	220
第30天 开展微博舆情监控	224
10.3.1 政务微博舆情应对五大原则	224
10.3.2 建立健全政务微博舆情应对机制	226
10.3.3 政务微博危机公关的基本步骤	228

第 1 章

微博为什么那么火

【本章要点】

第1天 微博究竟有啥特色

第2天 微博为何神通广大

第3天 为啥非用微博不可

在使用微博之前，我们应了解与微博相关的一些基本知识，如微博的概念、微博的特色、微博的作用以及使用微博的必要性等，下面就从这几个方面加以阐述。

第1天 微博究竟有啥特色

如果你不了解微博的特色，不仅你本人在使用微博时会动力不足，而且也无法说服或影响他人去使用微博。

1.1.1 Twitter 的发展情况

1. Twitter 概况

谈到微博，我们不得不提到世界上最早的微博——Twitter。

Twitter 的传播功能极其强大：第一个转发迈克尔·杰克逊住进美国洛杉矶加州大学医院的就是 Twitter；第一个报道一架美航 A-320 客机迫降在哈德逊河上的也是 Twitter。这种例子举不胜举。

目前，Twitter 的用户数量有 2 亿多，其设定了发展 10 亿用户的宏伟目标。现在 Twitter 用户每天消息量高达 2.3 亿条，300 万个网站嵌入了 Tweet 按钮，预计每月为其他网站带去 1 亿次的点击量。Twitter 联合创始人比兹·斯通（Biz Stone）表示，在最初的 18 个月新增账户数为 50 万，现在每