

网络成名致富之道

博客



推广与精准营销

胡玉萍 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



网络成名致富之道： 博客推广与精准营销

胡玉萍 编著



机械工业出版社

随着互联网技术的发展,越来越多的人拥有了自己的博客、微博和网店。如何利用网络推广博客,扩大“粉丝”数量,实施商品的精准营销成为了广大网友普遍关注的问题。本书为解决上述问题而编写,分为博客推广篇和精准营销篇,主要内容包括零点起飞写博客、博客的常规推广方法、利用工具软件和网络技术推广博客、博客精准营销、微博精准营销、论坛精准营销和邮件精准营销。

本书适用于博客、微博用户和网店店主,也可作为网络营销人员的参考。

图书在版编目(CIP)数据

网络成名致富之道:博客推广与精准营销 / 胡玉萍编著. —北京:机械工业出版社, 2010.10

ISBN 978-7-111-32168-2

I. ①网… II. ①胡… III. ①电子商务—市场营销学 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 196395 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:李 萌

责任印制:乔 宇

三河市国英印务有限公司印刷

2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

170mm×242mm·11 印张·160 千字

0001—5000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-32168-2

定价:26.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者服务部:(010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着互联网技术的飞速发展，越来越多的人享受着网络生活带来的乐趣。写博客、玩微博、泡社区、开网店成为人们网上生活的重要组成部分。

人们在充分享受网络生活所带来的乐趣时，也在尝试着利用网络开展营销和推广活动。一些网友希望通过推广自己的博客和微博，实现在网络中从草根到名人的飞跃；还有一些网友希望能够借助博客平台来推广自己的产品或服务；企业中的销售人员和个体网店店主将目光投向了论坛营销和邮件营销。

为了满足人们的上述需求，笔者撰写了本书。全书分为两篇。第1篇为博客推广篇，第2篇为精准营销篇。

博客推广篇包括零点起飞写博客、博客的常规推广方法、利用工具软件和网络技术推广博客3章内容。通过阅读博客推广篇，读者能够掌握：

- 博客的域名注册技巧、选题规划技巧、写作技巧。
- 通过人际交流、优化关键词等常规方法提高博客访问量。
- 利用工具软件和网络技术提高博客访问量。

精准营销篇包括博客精准营销、微博精准营销、论坛精准营销和邮件精准营销4章内容。通过阅读精准营销篇，读者能够掌握：

- 在博客、微博中寻找目标客户，开展营销活动的方法。
- 在不同营销策略下实施论坛营销的方法。
- 收集、制作目标客户的邮件列表信息，群发营销邮件的方法。

本书在写作过程中，力求做到言简意赅、通俗易懂，对于有关软件的重点操作步骤，均配以截图说明。相信本书能够对读者的网络营销及博客推广有所帮助。本书由胡玉萍编著。由于时间仓促，加之作者水平有限，疏漏之处在所难免，衷心希望读者批评指正。对于本书的任何意见和建议，欢迎发送邮件至 duanyi_bjws@sina.com。

编 者

目 录

前言

第 1 篇 博客推广篇

第 1 章 零点起飞写博客	2
1.1 名人的博客为啥火	2
1.2 写博客重在“分享”与“互动”	3
1.3 选择放心的博客运营商	3
1.4 让大家都记住——注册一个过目不忘的域名	4
1.5 抓住读者的眼球——博文的选题策划	6
1.5.1 围绕民生和社会热点写博文	6
1.5.2 尊重网友心理，使博文故事化	7
1.5.3 追求新意、注重实效	7
1.6 博文的写作	7
1.6.1 图文并茂、有视频的博文受欢迎	8
1.6.2 分析板块重要性，掌握价值标准	9
1.6.3 借鉴排行榜中博文的成功关键因素	9
1.6.4 热点预判，提前着手	10
1.6.5 让博文更生动——做好原创素材的积累工作	11
1.6.6 多出精品——精力与数量的安排	12
第 2 章 博客的常规推广方法	14
2.1 和博客编辑做朋友	14
2.2 博文的自荐	16
2.3 优化关键词与投稿板块	18
2.4 经常关注新消息	19
2.5 对博文进行分类——促进延伸阅读	20



2.6	博文的日常维护	22
2.7	加好友、加关注、加博客圈	24
2.8	借助他人的博客宣传自己	32
2.9	增加博客互动性	36
第3章	利用工具软件和网络技术推广博客	41
3.1	借助博客的分析功能	41
3.2	将博文提交给搜索引擎	44
3.3	使用浏览器实现博文的自动互访	45
3.4	利用工具软件实现博客回访	47
3.5	借助基于 P2P 原理的流量软件提升博客的访问量	49
3.6	新浪博客推广软件	51
3.7	让主流搜索引擎收录自己的博客	52
3.8	建立微博与博客之间的关系	54
3.9	让好朋友一起来踩博	54

第2篇 精准营销篇

第4章	博客精准营销	58
4.1	利用博客开展精准营销的基本思路	58
4.2	留下最直接的联系方式	58
4.3	利用软文对特定目标群实施精准营销	60
4.4	通过在博文中添加链接实现精准营销	61
4.5	把淘宝网“搬”到博客里	63
4.6	借助百度引擎，实现博文的精准营销	65
4.7	利用新浪博客的社区功能进行精准营销	68
第5章	微博精准营销	70
5.1	认识微博	70
5.2	微博营销的劣势和优势	71
5.3	微博营销的5种方法	71
5.3.1	借助名人和意见领袖的微博营销	72
5.3.2	利用“分类找人”功能实现目标群体营销	74



5.3.3	利用模糊查找功能实现营销	77
5.3.4	利用“标签找人”实现营销	78
5.3.5	利用博文对建立的粉丝群体进行营销	79
5.4	壮大、维护粉丝队伍的方法	80
5.5	营销博文撰写的范式	83
第6章	论坛精准营销	86
6.1	解析论坛营销工作常见误区及解决思路	86
6.1.1	忽视人际沟通	86
6.1.2	论坛选择不当	88
6.1.3	考核标准不科学	89
6.1.4	缺乏必要的理论知识和方法	90
6.2	论坛营销的策略选择	91
6.2.1	与论坛合作开展营销	91
6.2.2	独立开展营销	92
6.3	论坛营销成功秘诀	92
6.3.1	提升信源的可信度	92
6.3.2	“诉诸理性”与“诉诸感性”	93
6.3.3	在传递信息的同时传递影响	94
6.4	论坛营销的实施方法	95
6.4.1	与论坛合作进行营销活动	95
6.4.2	独立进行论坛营销活动	99
6.5	论坛营销高级技巧	105
6.5.1	论坛营销写作技巧	105
6.5.2	巧妙利用签名和个人资料进行营销	107
6.5.3	资源控制——申请版主	109
6.5.4	加大发帖量，产生中长期的营销效果	110
6.5.5	处理对立意见的技巧	111
6.6	使用工具软件进行营销	112
第7章	邮件精准营销	121
7.1	精准营销的误区	121



7.2 通过电子邮件实施精准营销的难点	122
7.3 常用营销方式的比较与选择	123
7.4 精准营销数据库的建立与维护	124
7.4.1 在日常工作中收集邮件列表	124
7.4.2 从 Microsoft Office Outlook 2007 中导出邮件地址	128
7.5 借助计算机软件收集邮件列表	132
7.5.1 收集指定网页中的邮件信息	133
7.5.2 分行业和地区关键字收集用户邮件列表信息	135
7.5.3 邮件列表的保存与整理	153
7.6 邮件列表的导入与邮件群发	154
7.6.1 “天机邮件搜索群发精灵”的应用	154
7.6.2 “land1 Mail”软件的应用	161

第 1 篇

博客推广篇



“博客”一词源于英文单词 Weblog，由 Web 和 log 两个词组成。最初 Weblog 被直接翻译成为网络日志或网络日记。有一些喜欢标新立异的朋友，将 Weblog 这个词拆分成了 We 和 blog，由此产生了 blog 这个词，即人们所说的博客。随着互联网的普及，越来越多的朋友拥有了自己的博客。如何推广博客，让更多的人关注到自己，成为很多博客用户的关注的问题。在本篇中，将向读者介绍推广博客的方法。

本篇主要包括：

零点起飞写博客；

博客的常规推广方法；

利用工具软件和网络技术推广博客。

第1章 零点起飞写博客

博客已经走入了百姓的生活，成为人们展示自己的舞台。在本章中，笔者将以用户群庞大的新浪博客为例，向读者介绍名人博客火爆的原因、选择博客运营商的方法、博客个性化域名的注册以及博客选题的策划、写作。

1.1 名人的博客为啥火

经常光顾新浪博客的朋友都会发现，名人的博客访问量很大，有数千万甚至上亿的点击率。有很多博客新手非常羡慕火爆的名人博客，以高点击率作为自己追求的目标。

名人的博客之所以火，有以下原因：

1) 广大网民的关注。名人往往是人们关注的焦点，他们的一举一动、举手投足都会吸引人们的注意。当名人在网上创办博客后，必然也会吸引网民的关注。

从心理学角度看，网民对成功名人的关注源自追求成功的心理。网民通常期待着能像自己喜欢的名人那样在某个领域取得成功，获得别人的好感与赞扬，因此才会关注名人，了解他们的生活。

2) 博客运营商的重点推荐。博客运营商为了聚拢人气，会邀请各界名人开博，如文化界、体育界、娱乐界等，如图 1-1 所示为新浪博客邀请的娱乐名人。除此之外，博客运营商往往还会在博客首页的显著位置推广名人的博客。名人效应与首页推荐，自然会带来博客的高点击率。

3) 团队的推广。名人的博客往往由专门的美术设计人员、营销人员、公

娱乐名人			
陈奕迅	成 龙	范文芳	汤 灿
冯德伦	古天乐	林志玲	李冰冰
刘晓庆	李连杰	林心如	梁咏琪
莫文蔚	苗 圃	吴佩慈	王心凌
吴克群	翁 虹	徐若瑄	萧亚轩
伊能静	应采儿	袁 立	周海媚

图 1-1 娱乐名人



共关系人员共同维护和推广。团队的力量使得名人的博客无论是在美术设计,还是在内容方面都显示出专业性。

作为草根一族的博客新手,不具备名人的优势,只能靠自己的力量来推广博客。

1.2 写博客重在“分享”与“互动”

写博客与手工记日记的最大区别是什么?手工记日记往往是写给自己看的,很难将内容与他人分享,更无法获得他人对内容的看法,不具备分享性与互动性。而写博客却能够轻松地与他人分享日志内容,并能利用网络或和他人开展互动交流。

博客新手应将着眼点放在“分享”和“互动”所带来的收获上。通过博文的分享,可以找到志趣相投的朋友,能够通过博友之间的互相交流提高自己的知识水平,能够使自己的才华被“伯乐”所发现。除此之外,通过博客中的互动,博客新手还可以进行自我推广和网络营销。写博客既有知识上的收获,又会带来经济上的收益。

博客为每个人都提供了一个网络舞台,在这个网络舞台上,人人都可以成为主角。

1.3 选择放心的博客运营商

目前很多门户网站都提供了博客服务,只要注册成为其用户,即可开通博客空间来撰写博文。这并不意味着博客新手可以从众多门户网站中随意地选择博客运营商。在选择博客运营商时,博客新手应该有长远眼光,并考虑一些因素。

1) 稳定性因素。稳定指能够提供持续的博客服务。用户需要仔细评估备选的博客运营商是否会一直提供博客服务。在2009年,TOM关闭了博客服务,有很多在该网站写博客的用户由于没有事先进行博文备份工作,导致多年的心血付之东流。由此看来,用户应该选择能够稳定持续发展的博客运营商作为自己的平台。门户网站的赢利模式较为丰富,相



对中小型网站而言抗风险能力强，不会出现亏损而关闭的博客服务的情况，能够更好地保障用户的利益。因此，博客新手应该选择门户网站提供的博客服务，如新浪博客、网易博客等。

2) 用户规模因素。开展博文的共享，与网络社区中同其他网友互动，以及利用网络开展营销工作，都需要考虑传播效果，而受众人数是保证传播效果的重要前提。门户网站的用户群庞大，因此会有众多稳定的用户加入博客社区，有了人数的保证，用户的博文才会有人阅读，才会有营销和推广价值。而一些小网站由于用户人数少，博文的浏览量就会低。出于网络营销和推广价值的考虑，用户应该选择用户规模人数大的博客服务商。这样在进行博客推广和营销时才会取得好的效果。

3) 运营经验丰富，管理手段成熟

目前，很多名人都选择了在门户网站开设自己的博客。门户网站除了具有稳定性强、受众人数多的特点外，更具有运营经验丰富、管理手段成熟的优势。门户网站能够在激烈的互联网竞争中得以生存，其运营和管理经验起到了关键性作用。除此之外，门户网站还能够凭借技术优势将最新的互联网技术应用于博客中，为博客提供了更加美观的界面和完善的用户体验。

综上所述，建议用户选择新浪、网易、腾讯等可持续发展能力强、用户规模数量大、运营经验丰富、管理手段成熟的博客运营商。

1.4 让大家都记住——注册一个过目不忘的域名

网友在申请开通博客空间之前，往往都需要成为服务商的注册会员。例如，用户要开通新浪博客，一定要注册成为新浪会员。成为会员后，用户就可以申请开通新浪博客。如图 1-2 所示为新浪用户申请开通新浪博客的页面。

在该界面的右上方显示了登录名，用户需要牢记该登录名和新浪会员密码。在申请开通新浪博客页面中会提示用户提交“博客名称”和“个性地址”。很多用户只重视博客名称的命名，而不重视对个性地址的规划，这其实是个误区。



在新浪博客中,“博客名称”不是唯一的,不同用户之间可以重复。用户取个好名称,其他用户也可以取同样的名称。而“个性地址”却是唯一的,也就是说用户注册了某个地址,其他的用户就不能再注册这个地址。“博客名称”可以修改,用户在使用博客过程中,可以随时更换博客名称,而“个性地址”却不能更改,一旦注册,将会伴随用户的使用。因此,用户应该把主要精力放在个性地址的规划上。

恭喜!您已成为新浪会员。您的登录名为:zhinengabcdef1@sina.com

选填如下信息,即可完成博客开通。*为必填项

博客名称 & 个性地址:

💡 给您的博客起个好名字,再设定个好记的地址,想忘记都难啊~

博客名称: 帅哥的博客

12个中文字或24个字符以内

地址: Http://blog.sina.com.cn/

图 1-2 申请开通新浪博客

博友在不使用个性化域名的情况下,其新浪博客的首页地址将是形如 <http://blog.sina.com.cn/u/1302956034> 的形式。要记住地址中这一长串的数字是件非常困难的事情,有时就连用户自己都记不住,更何况其他用户了。

从营销的观点看,如果博客地址无法被他人牢记,就会降低博客的访问量。所以作为博客用户,应当充分重视域名对博客营销的作用。在注册个性化域名时,要注册个“好”域名。

【策略】 什么是好域名? 答: 过目不忘,就是好域名。

下面我们以新浪博客为例,讲解注册个性化域名时的技巧:

在注册新浪博客域名时,可以采用以下思路:

1) 域名和博客主题一致。也就是说,博客主要写哪个领域,主要致力于哪方面的研究,可以通过域名反映出来。例如,博客的主人是摄影师,博客主要是记录摄影活动的,那么在注册域名时,可以采用 photographer 这样的单词,如: <http://blog.sina.com.cn/photographer>;

2) 如果想把自己的博客做成一个品牌,那么可以让注册的域名与博客名一致,如“博客名称”叫做“深蓝色的海”,博客域名叫做 <http://blog.sina.com.cn/shenlansedehai>;



3) 博文的域名还可以是博主的姓名或小名, 这样使博客看起来更加生活化, 显得博主更具有亲和力。例如, <http://blog.sina.com.cn/guoyuanyuan>, <http://blog.sina.com.cn/weiwei>。

1.5 抓住读者的眼球——博文的选题策划

对于刚刚起步的博客新手而言, 当务之急是积累人气, 让更多的人关注自己, 经常来访问博客, 有了人气和访问量, 才会成为网络明星。处于起步阶段的博客, 内容不应随意, 要有针对性地撰写文章。

1.5.1 围绕民生和社会热点写博文

贴近生活, 贴近民生的文章, 会有广泛的读者基础。对当下社会热点问题的讨论, 往往也会吸引人们广泛地参与。因此, 博客新手可以将写作重点放到对生活和当下社会热点问题的讨论上。

生活, 可以是衣食住行, 还可以是兴趣、爱好, 如摄影、收藏、旅游、美食、运动等; 热点问题, 可以是当下人们所共同关注的问题, 如房价、药价、交通、天气、能源、灾害等。写生活类博文, 能够找到有共同爱好的网友; 写社会热点问题, 往往能够引起一部分群体的共鸣。

在生活类的博文中, 有关自己动手做菜的美食类的文章, 往往拥有着非常高的点击率, 如图 1-3 所示。

美食DIY 红煨西红柿牛腩 2010-03-12 17:33

◆ 转载

标签: 美食diy 美食 分类: 美食DIY

原本以为西红柿只能炖牛腩这种做法, 但是在无意之间居然被我发现西红柿也可以和牛腩一起炒, 更加贴切的说法应该是红烩或者红烧, 具体步骤如下:

原料: 牛腩400克, 洋葱四分之一, 西红柿两个

辅料: 豆瓣酱一汤匙、大蒜2小瓣

烹饪步骤:

- 1、先将牛腩在热水中焯一下, 去掉血水后被盘备用。
- 2、在不粘锅中导入适量的油(油菜籽油最佳), 放入葱、姜片, 先爆炒一下, 接着放入洋葱再爆炒一下, 然后放入牛腩, 待牛腩变成白色之后, 放入切好的西红柿块。
- 3、为了让西红柿深入到牛腩中, 只要将西红柿煮成西红柿酱的粘状就行(因为我比较喜欢豆瓣酱, 可以在这道菜中放入一些, 味道还不错!)
- 4、放入高汤三分之二碗, 待汤汁被烧完之后, 最后在西红柿牛腩中, 放入葱花出锅即可。

西红柿牛腩不仅有抗氧化的作用, 对养心还别有功效呢!

图 1-3 美食类博文



1.5.2 尊重网友心理，使博文故事化

很多网友在工作和学习中承受着较大的压力，他们浏览博客的目的之一是缓解压力，因此浏览博客实际上是一种休闲、放松的方式。用户在撰写博文时，应该充分尊重网友的心理，不把博文写成论文，更不要用说教的方式写博文，应避免用过于学术化、专业化的语言。

如何才能使其他网友在阅读博文时感到放松、愉悦呢？首先语言风格要轻松、幽默；其次要将博文故事化，把要表述的内容以讲故事的形式，绘声绘色地讲给网友听。

除此之外，还可以考虑在博文中加入人情味，进一步拉近与读者的距离。

【策略】 新手写博客一定要写大家爱看的，而不是写自己爱写的。

1.5.3 追求新意、注重实效

博客内容要追求新意，把博客变成“对变化着的生活的记录”。努力做到“人无我有，人有我新”。

对于已经被其他博友写过的题材，不要再写雷同的内容，而应尝试从其他角度写出新意来。要尽可能地挖掘没有被其他博友注意到的新鲜事，要追新，只有新鲜事才能够快速引起人们的广泛关注。除了要做到内容追新外，还要做到发表及时。对于一些时效性强的内容，一定要及时发表。例如，2009年热播的电视剧《潜伏》引起了人们的广泛关注，如果用户要写相关博文，一定要在这部电视剧热播期间发表，这样才能提高博文的被关注度。

随着科技的进步，用户可以使用 iPad 和智能手机等设备来写博客，而不必依赖于电脑，这在方便用户撰写博客的同时，也加快了信息的传播速度。当用户遇到身边的突发事件时，可以用这些移动设备来在第一时间撰写博文。

1.6 博文的写作

人们经常说内容为王，可见内容的重要程度不容忽视。对于有志于



把自己打造成博客名人，或利用博客进行网络营销的读者而言，应充分重视博文内容的写作。

1.6.1 图文并茂、有视频的博文受欢迎

本节将以新浪博客为例，介绍如何写出精彩的博文。

首先，登录新浪博客的主页，网址为 <http://blog.sina.com.cn/>，如图 1-4 所示。



图 1-4 新浪博客在某一时期的首页

通过观察，不难发现在新浪博客首页中被推荐的博文多数是带有图片或视频的文章，这种图文并茂形式的博文能够得到运营商和广大网民认可。

本书在 1.5.2 节曾提到网友浏览博客的目的之一是为了缓解压力。如果一篇文章中全都是秘密麻麻的文字，将会加重读者的阅读压力。

以往用大段语言才能描述清楚的事情，有时通过一张图片、一段视频就可以讲清楚。这样不仅能够减轻读者的阅读压力，还能使传播效果



更直观,更具有视觉冲击力。

博客新手在撰写博文时,要充分利用博客所提供的各种功能,尽可能上传一些图片或视频文件,采用图文并茂、多媒体的形式表现博文内容。如图 1-5 所示为新浪博客中的工具条,用户只要在博文撰写页面中单击“图片”和“视频”按钮,即可轻松上传图片和视频文件。



图 1-5 工具条

【策略】 要学会用多种方式表达博文内容,用图说话,用视频说话。

1.6.2 分析板块重要性,掌握价值标准

由于人们习惯于自上而下地浏览网页页面,因此在新浪博客首页中,被博客编辑认为是重要的板块会显示在页面上方,而被博客编辑认为相对不太重要的板块会显示在页面的下方。

“被博客编辑认为重要”、“被博客编辑认为相对不太重要”体现的是博客运营商的一种价值标准。博客运营商会按照自己的价值标准去把博客首页最好的位置留给他认为最重要的那个板块。

对博客首页板块分布情况进行分析,有助于用户把握博客运营商的在某一时期内的博文推广重点。对于想通过博客成名或利用博客进行营销的用户,应在分析博客运营商价值标准的基础上“顺势而为”,即撰写符合博客运营商价值标准的文章,这样博文被点击甚至被推荐的机会能够大大增加。

【策略】 博客新手要学会“投其所好”、“顺势而为”。符合博客运营商或编辑价值标准的博文,才有可能会被推荐。

1.6.3 借鉴排行榜中博文的成功关键因素

在新浪博客首页中还提供了各个板块文章排行榜,用户可以浏览排行榜中的博文,学习这些高点击率博文的优点,找到一些可以借鉴的规律。如图 1-6 所示股票博文排行榜。