

140字推爆全世界



[140字推爆全世界_下载链接1](#)

著者:Joel Comm

出版者:三采文化出版事業有限公司

出版时间:2009-11-28

装帧:平装

isbn:9789862291795

◎聯合推薦

國內知名資深網路趨勢專家／劉威麟（Mr.6）

推特Twitter重度使用者、資深旅遊部落客／工頭堅

搶先得知國際領導趨勢，瘋狂追逐全球辛辣八卦；唯有史上最強微網誌「推特」！

美國亞馬遜網路書店商業書籍No.1

連經營大師傑克．威爾許都瘋狂的推特（Twitter），你知道是什麼嗎？

加入推特，這些訊息保證讓你比世界上最快速的媒體更早得知！

為何片商要卡麥蓉．狄亞茲在推特上封口？twitter.com/CameronDiaz

大鯊魚俠客歐尼爾又對NBA開了什麼炮？twitter.com/The_Real_Shaq

村上春樹寫完1Q84後的下一步？twitter.com/Murakami_Haruki

嘻哈天王「五角」暢談他的新書？twitter.com/50CENT

美國前副總統高爾對地球環保的新想法twitter.com/AlGore

本書除了要帶你學會使用推特之外，更要告訴你如何善用推特的力量，加入世界一流企業使用這個高科技、低成本、超便利的網路工具之行列：

將推特融入行銷策略，在推特吸引顧客

將推特帳號變成公司在網路上的微型服務台

在推特上提升品牌形象，以及用推特創造直接收益

建立忠實的跟隨者，用推特來推廣你的品牌

馬上就註冊一個推特帳號吧！

作者介绍:

喬爾．康莫（JoelComm）

是知名的網路創業家，經常出席各種會議演講網路行銷與創業等主題，著有《AdSense密碼》（TheAdSenseCode）和《史上超強網路行銷術》（ClickHeretoOrder）。

肯恩．博格（KenBurge）

是喬爾的創業夥伴，也是兩人共同創辦的資訊媒體公司（Infomedia,Inc.）的總裁，曾在微軟工作過八年，目前管理五十個以上的網路事業，負責撰寫本書第十一章的內容。

目录: 推薦文 推特能夠永遠推下去的2個理由

推薦序

前言：推特的力量

本書簡介推特能為你做什麼？

第一章歡迎來到社群媒體的世界！

究竟什麼是社群媒體？

社群媒體有什麼了不起？

各種不同的社群網站
微網誌開始流行
微網誌的元老——推特
第二章推特是什麼？為何力量這麼大
推特的基本功能
即時回應的力量
專業協助的力量
第三章建立一個吸引人的推特帳號
超簡單的註冊資料
要馬上邀請朋友嗎？
建立有型有款的個人檔案
上傳你的大頭貼
設計你的版面
開始動手做底圖
修改版面配色
設定系統通知
設定用手機收發推文
發出第一則推文
成為別人的跟隨者
第四章如何吸引一大票跟隨者
重質還是重量？
重質：如何在推特建立專業人脈
也重量：如何快速突破關鍵存續量
用Twitterrank來計算你的人氣度
第五章撰寫推文的技巧
推文禮儀
先成為跟隨者的好處
如何加入對話
如何發出有趣的推文
如何刺激跟隨者採取下一步行動
第六章讓顧客透過推特幫你的忙
請推友當你的試用者
尋找你的潛在顧客
讓推特變成微型服務台
第七章利用推特與遠距離團隊溝通
用推特和團隊成員搏感情
幫遠距離團隊申請一個推特帳號
在推特上找幫手
第八章用推特來建立品牌形象
創造品牌故事
用個人檔案來呈現你的品牌形象
用推文來表達你的品牌形象
用推文來加深品牌形象
常發推文以加深消費者印象
請人幫你發推文
第九章刺激跟隨者採取下一步行動
用推特為網站創造流量
用推特宣傳你的部落格
用推特蒐集文章主題
用推特刺激網友購買商品
用推特帶跟隨者去註冊頁面
追蹤各類推文的成效
追蹤一連串相關推文的成效
利用熱門話題來吸引新的跟隨者

用推特為網站創造流量

第十章超實用的第三方工具

TweetLater

Twitterrific

Twhirl

Twitterfeed

Twist

Twellow

TweetBeep

TwitterCounter

TweetDeck

TwitThis

TwitPwr.com

第十一章整合推特與企業的資訊系統

推特提供什麼？

什麼是API？

推特的兩種API

要用資料饋送，還是API？

監控推文

參與對話

將推特當作平台

本章摘要

第十二章使用推特的法律注意事項

誹謗

侵犯隱私權

干擾商業關係

過失

建立合約關係

侵犯商標權

侵犯著作權

第十三章三十天讓你成為推特達人

第一天註冊成為會員，並熟悉使用方式

第二天創造專屬於你的底圖

第三天閱讀其他網友的推文

第四天多發幾則推文

第五天開始成為別人的跟隨者

第六天找認識的人，並開始回文

第七天設法讓超級推友成為你的跟隨者

第八天設法吸引更多跟隨者

第九天提出問題

第十天回答問題

第十一天找點樂趣

第十二天尋找支持者或潛在顧客

第十三天設法讓支持者或潛在顧客成為你的跟隨者

第十四天客服日

第十五天發布一則連結類推文

第十六天發布一則能夠引起討論的推文

第十七天刺激跟隨者採取行動

第十八天發布一系列相關推文

第十九天發布另一組系列相關推文

第二十天放鬆一天

第二十天宣傳你的推特帳號

第二十二天將推文轉載到其他社群網站

第二十三天提供獨家優惠，以刺激跟隨者購買商品

第二十四天帶跟隨者去你的部落格
第二十五天鼓勵跟隨者訂閱網頁
第二十六天刺激跟隨者購買沒有折扣的商品
第二十七天發幾則好玩的推文
第二十八天申請第二個推特帳號
第二十九天設法為第二個帳號新增跟隨者
第三十天盡情玩個痛快
第十四章各領域的知名推友
羅伯·史科博 (@scobleizer)
蓋瑞·衛諾恰克 (@garyvee)
彼得·尚克曼 (@skydiver)
凱文·羅斯 (@kevinrose)
蓋·川崎 (@guykawasaki)
麥克·阿靈頓 (@techcrunch)
威爾·惠頓 (@wilw)
MC哈默 (@mchammer)
克里斯·布羅根 (@chrisbrogan)
俠客歐尼爾 (@The_Real_Shaq)
賈絲汀·艾薩瑞克 (@ijustine)
結語
• • • • • ([收起](#))

[140字推爆全世界 下载链接1](#)

标签

社会化媒体

微博

互联网

评论

微时代的微观点，微博、facebook等的确在影响世界，但是事物的另一面是信息爆炸，人们成了信息的奴隶，很难深度思考，微博的价值尚待验证。3星。

[140字推爆全世界 下载链接1](#)

书评

[140字推爆全世界_下载链接1](#)