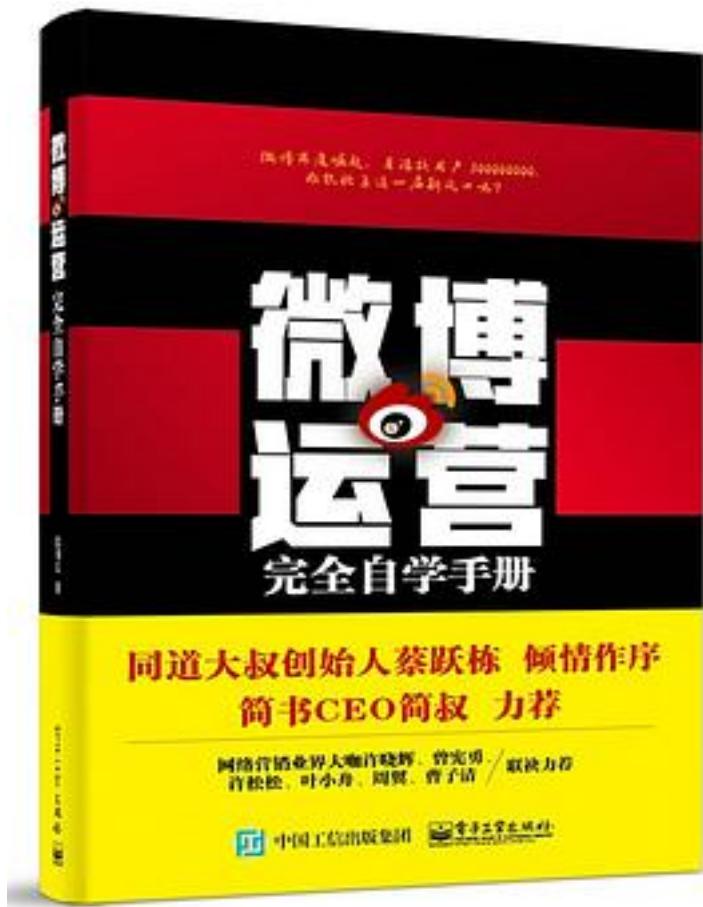


微博运营完全自学手册



[微博运营完全自学手册_下载链接1](#)

著者:张书乐

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-5

装帧:平装

isbn:9787121312236

《微博运营完全自学手册》针对微博运营，以如何避免掉入已经出现的微博运营陷阱为主要内容，针对包括微博在内的自媒体运营模式，结合案例进行分析，提出逐步进阶式、强执行的方法论，并对包括微博在内的自媒体如何通过内容创业和IP形成获得盈利提出解决方案。

《微博运营完全自学手册》分为四大部分，一共10章：第一部分即第1章，介绍微博再起的背景；第二部分含4章（第2～5章），涵盖基础微博运营的设定、文案、视频和发布；第三部分含3章（第6～8章），为微博运营的进阶三板斧——团队、形象和引爆；第四部分含2章（第9～10章），为高阶微博运营必须重点突破的关注与盈利两大话题。

《微博运营完全自学手册》适合企业的营销人员、创始人阅读，也适合自媒体人员、想增加自己影响力的专业人员阅读。

作者介绍：

张书乐，九三学社社员，前香港《文汇报》驻湖南记者，人民网、人民邮电报专栏作家，知名TMT产业时评人；长期为《销售与市场》、《商界评论》等刊物撰写市场营销类分析，并在海内外数十家知名媒体上发表了千余篇互联网产业观察和时评。对网络营销和推广有自己独到的见解和实践。出版有《实战网络营销——网络推广经典案例战术解析》

目录: 导读 关于本书的三种读法 1

写在前面的话 1

本书特色 2

如何读这本书 3

技巧很重要，思想更重要 4

第1章 背景：这一届微博运营到底玩什么才对 6

1.1 “深V”曲线：从成功到失败都是致命诱惑 7

1.2 内容重塑：短视频是否拯救了微博行动 9

1.3 生态盈利：微博是否成为又一家广告平台 11

1.4 未来之路：“中产阶级”成微博内容主力军 13

1.5 微博重启：每一位内容创业者都该有个微博 14

第2章 设定：从注册到来一发，满满的套路 16

2.1 注册微博三个坑：手机、姓名和头像 17

2.2 段子手成了精？好名字带来好运势 19

2.2.1 原则一：真名可以用，但用真名的真的很少 20

2.2.2 原则二：名字设定大都在4～6字 20

2.2.3 原则三：“卖萌”这种事其实可以做，还要经常做 20

2.3 头像可卖萌，其实也可以偶尔换换 24

2.4 标签很小，作用不小，里面盛满粉丝 27

2.5 争取实名加“V”，先搞定它再谈营销 29

2.6 微博是客厅，装修能DIY就别套模板 30

2.7 字数限制没了，但对谁都只有140字 33

2.7.1 误区一：只看不说 33

2.7.2 误区二：内容生硬 33

2.7.3 误区三：信息不透明 34

2.7.4 误区四：想说的话太多 34

2.8 和粉丝平等地聊一聊“标题党” 36

第3章 文案：十种武器送你，总能精通一两个 39

3.1 选好一个山寨对象很重要，听黄庭坚的 40

3.2 武器一：每天刷一把存在感，哪怕是鸡汤 42

3.3 武器二：微博正文还可以这样写 45

3.3.1 点评式：李开复之一二三 45

3.3.2 填空式：杜蕾斯式留个白等你来 46

3.3.3 语录式：贤二机器僧式“我师父说” 47

3.3.4 澄清式：过去玩夸大疗效，现在不妨主动“澄清” 49

| | |
|-------------------------------|-----|
| 3.3.5 朦胧式：不能做诱导性宣传，但可以诱惑诗意的想象 | 50 |
| 3.3.6 不懂式：有时你看不懂的文案，才是真正的好文案 | 51 |
| 3.4 武器三：标点这样用，会和薛之谦一样有魔性 | 52 |
| 3.5 武器四：多发图少说废话 | 55 |
| 3.6 武器五：还能不能一起好好地“@”人 | 58 |
| 3.7 武器六：有时候回复才是真正的营销战场 | 62 |
| 3.8 武器七：蹭热点这种事，不是啥热就蹭啥 | 64 |
| 3.9 武器八：私信这样用才能够打出影响力 | 65 |
| 3.10 武器九：搜索是个好武器，主动出击去搭讪 | 67 |
| 3.11 武器十：要有鲜明的特征，让人彻底记住你 | 70 |
| 第4章 视频：做不成Papi酱，但也可以啪啪啪 | 73 |
| 4.1 岂能止步于网红，直播的正确姿势 | 74 |
| 4.1.1 边路突破，更多直播平台开玩垂直极限 | 75 |
| 4.1.2 传统文化上直播，这不是一个玩笑 | 77 |
| 4.1.3 垂直深插直播有套路，一定要看好榜单 | 79 |
| 4.2 秒拍和直播不同，需要更多精致的内容 | 82 |
| 4.2.1 超级网红们都在变身，你还在做网红吗 | 83 |
| 4.2.2 和直播不同，这里的垂直创业者风投多 | 84 |
| 4.2.3 变现：怎样的商业化姿势能养活创业者 | 86 |
| 4.3 突破壁垒——做视频一定要掌握这些技巧 | 88 |
| 4.3.1 直播都是一镜到底，但录播就要多分镜头 | 88 |
| 4.3.2 深深深呼吸，就能把视频拍好 | 89 |
| 4.3.3 做视频最难的不是拍，而是剪辑 | 91 |
| 4.3.4 剪辑视频并不难，淡入淡出很重要 | 92 |
| 4.4 短视频竟有引爆公式！组合起来就是大招 | 95 |
| 4.4.1 一定要想一句“万年不变”的台词 | 95 |
| 4.4.2 最好的短视频范本是啥？只能是歌曲 | 97 |
| 4.4.3 每天5分钟！做不到？先给个节目表 | 98 |
| 4.4.4 如果可能，就和粉丝一起深度互动 | 99 |
| 4.4.5 获得感！观众围观结束要有收获 | 102 |
| 第5章 发布：时间、话题、互动，都是技术活儿 | 104 |
| 5.1 “大概8点20分发”不是一个梗 | 105 |
| 5.2 一般性的最佳发布时间有哪些 | 106 |
| 5.2.1 周三、周四是活跃期 | 107 |
| 5.2.2 下班后发布效果比较好 | 107 |
| 5.2.3 不同领域的时间效果不同 | 108 |
| 5.3 建立一个属于自己的发布时间格 | 109 |
| 5.4 西单女孩上春晚的话题连环套 | 112 |
| 5.4.1 大年三十：春晚时分的微博攻势 | 112 |
| 5.4.2 大年初一：网络新闻和微博齐飞 | 114 |
| 5.4.3 大年初二：博客、论坛引发热议 | 115 |
| 5.4.4 大年初三之后：网络视频、口碑营销初成 | 116 |
| 5.5 一本关于魔兽的书如何成功引爆互动 | 117 |
| 5.6 建立一个属于自己的热门话题很重要 | 119 |
| 5.6.1 无转发、无评论，也能被不是粉丝的用户看到 | 121 |
| 5.6.2 蹭热点许久的你，肯定也想被人蹭一下热点 | 122 |
| 5.6.3 独创不出好话题，那就去抢个话题主持人当当 | 124 |
| 5.6.4 让热门话题成为你的另一个标签，这是IP化的节奏 | 125 |
| 5.7 面对碎片化的表达，把微博专栏化有诀窍 | 127 |
| 第6章 团队：战斗型七人组不能缺少这些素质 | 131 |
| 6.1 “值周生”不为KPI，只为打造神队友 | 132 |
| 6.2 “圣斗士”让团队变成矩阵，先来一打 | 136 |
| 6.3 别只顾着微博，要有“完美账号”加持 | 141 |
| 6.4 以战养团队，要有环环相扣的执行力 | 144 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 6.5 4个有兴趣+3、7成团=优质团队起步 | 145 |
| 6.6 学Kakao“4+2”，做营销团队“3+1” | 148 |
| 6.7 扔掉愚蠢的KPI，它会毁掉你的整个团队 | 150 |
| 6.8 如何建立属于自己的微博健康指数 | 152 |
| 第7章 形象：做个特立独行的活人 | 156 |
| 7.1 不得不说的“小杜杜” | 157 |
| 7.2 杜蕾斯的运营原则 | 159 |
| 7.3 设定形象前，搞清楚自己叫什么 | 161 |
| 7.3.1 西出阳关无故人的个人号 | 162 |
| 7.3.2 天下谁人不识君的个人号 | 163 |
| 7.3.3 一切账号都是营销号 | 164 |
| 7.4 性格如何设定？这里有些款式，你随便挑 | 164 |
| 7.4.1 成就型人格：健力宝运动饮料 | 166 |
| 7.4.2 艺术型人格：小米手机 | 167 |
| 7.4.3 智慧型人格：海尔 | 168 |
| 7.4.4 忠诚型人格：内联升鞋店 | 170 |
| 7.4.5 活跃型人格：乐高中国、杜蕾斯 | 171 |
| 7.4.6 领袖型人格：罗振宇 | 172 |
| 7.5 这是一场角色扮演，入戏、立体还要有缺陷 | 173 |
| 7.5.1 入戏先要学做人，做个说人话的“人” | 173 |
| 7.5.2 旗下产品太多、性格太杂怎么办 | 175 |
| 7.5.3 要学会留白，有缺陷才会有争议 | 178 |
| 第8章 引爆：节奏和神队友制造话题口碑雪崩 | 181 |
| 8.1 口碑的经典案例就是一场淘金梦 | 182 |
| 8.2 口碑传播很慢，转化率却总是极高 | 184 |
| 8.3 口碑不是一夜成就爆款，它必须潜伏 | 187 |
| 8.4 靠官微制造不出超强口碑，要有神队友 | 190 |
| 8.5 如何选择KOL？不是粉丝多就好 | 193 |
| 8.6 如果不想多花钱，那就学海尔撩官微 | 196 |
| 8.7 制造口碑雪崩，不能仅靠一个微博 | 198 |
| 8.8 创造社交奇迹，秘密在于“偶遇” | 201 |
| 8.9 口碑从来不可控，货真还要自然 | 204 |
| 第9章 关注：粉丝多是围观路人，“真爱”就几个 | 207 |
| 9.1 想要路转粉，先搞清楚它是谁 | 208 |
| 9.2 白领需求：俗文化、亚文化、雅文化 | 209 |
| 9.3 小镇青年：渴望关注、渴望获得、渴望机会 | 211 |
| 9.4 品质生活：垂直内容、小众聚合、视频感受 | 213 |
| 9.5 别光盯着涨粉，丢掉的才是核心活跃粉 | 217 |
| 9.6 你的粉丝足够健康吗？数据分析很关键 | 219 |
| 9.7 总是被“粉”！不妨主动“粉”一下你的核心粉丝们 | 222 |
| 9.8 一个情人节活动搞错了粉丝，结果还成功了 | 224 |
| 9.8.1 要亲亲要抱抱，单身者也寂寞了 | 225 |
| 9.8.2 “私密答”是搞错粉丝还能逆袭的根源 | 226 |
| 9.9 从粉丝生意变成粉丝经济，这是观念的转变 | 227 |
| 9.10 粉丝经济的马斯洛需求，5层心法找G点 | 229 |
| 9.10.1 第一层心法：和粉丝们聊聊“低俗小说” | 230 |
| 9.10.2 第二层心法：刷完存在感，就刷安全感 | 230 |
| 9.10.3 第三层心法：我们还能不能好好谈一场恋爱 | 232 |
| 9.10.4 第四层心法：你让我感觉到我有了新的价值 | 236 |
| 9.10.5 第五层心法：因为有你，我成为了人生赢家 | 239 |
| 第10章 盈利：把你的微博变成你的又一个产品 | 241 |
| 10.1 发软文只是一个最浅的盈利模式 | 242 |
| 10.2 为品牌造势、为商品促销，其实还是打广告 | 244 |
| 10.3 要想跳出广告，必须从营销总监变产品经理 | 247 |

- 10.4 让你的内容能赚到钱，你必须是价值输出者 249
- 10.5 一千个粉丝就能养活你，这个你信吗？ 251
- 10.6 何必在微博上赚钱，终极任务是成为IP 252
- · · · · (收起)

[微博运营完全自学手册](#) [下载链接1](#)

标签

微博

营销

商业营销

运营

流量

B面

2017

波旬

评论

第一本微博专题书籍，收获挺大，这本其实是凑单买的，看了后果断下单了作者另两本书

一些观点值得借鉴，很多营销案例值得参考。书的前半部分比较吸引人，后半部分相对专业一些，所以有一点点枯燥，当然需要利用微博营销的人会有很大收获。

刚买还没看

[微博运营完全自学手册_下载链接1](#)

书评

[微博运营完全自学手册_下载链接1](#)