

<<中小企业的免费午餐>>

图书基本信息

书名：<<中小企业的免费午餐>>

13位ISBN编号：9787305064760

10位ISBN编号：7305064769

出版时间：2010-1

出版时间：南京大学出版社

作者：上海伟雅,指间柔沙

页数：278

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中小企业的免费午餐>>

### 前言

本书所说的博客特指企业博客、产品博客、服务博客、职业博客或者第三方博客，它们的一个共同点就是可以赚钱，或者能够营销。

前两年，要想利用博客营销还是很困难的，主要是例子不多。

现在，有许多实例证明，博客确实能够营销，就像苹果会掉在地上一样。

苹果掉在地上，是一种司空见惯的现象，透过这个现象，我们很可能会发现一些深邃的道理。

博客为什么会营销？

它是怎样营销的？

如何讲解这些道理，尤其是将这些道理讲述得连“草根也能够理解”，就不简单了。

我们很希望做一些这方面的尝试，写一些简单易懂并且有趣的“经济散文”。

我们（指间柔沙，阿里巴巴2006年度和2007年度连续两年十大博客奖的获得者；上海伟雅，网商故事、网商研究的职业写手）都喜欢研究和实践博客营销。

我们曾经参与组织阿里巴巴博客营销大讨论，参与组织点亮博客营销服务团队，接受委托为企业写产品博客和第三方博客。

在这个过程中，我们在自己的博客里积累了大量关于博客能够营销的“经济散文”，有许多相同的理念和观点。

我们精选和改写了120篇博客里的短文，在南京大学出版社的帮助下得以成此书。

## <<中小企业的免费午餐>>

### 内容概要

博客 = 搏客！

博客是企业营销的利器，博客是构建企业文化的平台，博客是连接主流媒体的梯子，博客是顾客服务的润滑剂，博客是产品发明机，博客是危机时的救火队，博客是诚聘英才的好帮手。

中国是世界上互联网用户最多的国家之一，撰写和浏览博客已经成为多数中国网民日常生活的重要内容。

而博客正在被广泛应用到企业中去，使博客不仅成为一种个人媒体，也成为一种新的营销方式。

《中小企业的免费午餐：120个发现让你的营销博客飙起来》作者上海伟雅和指间柔沙是企业博客的发起者，是中国30多家中小企业博客的顾问。

他们在企业博客的实践和培训过程中，访问并研究了世界最前沿的企业博客，将他们在企业博客的学习和实践中的新发现，及对企业博客的更深层次的研究汇集成了《中小企业的免费午餐：120个发现让你的营销博客飙起来》。

《中小企业的免费午餐：120个发现让你的营销博客飙起来》的特点是作者大胆地从各个角度发现企业博客的潜在资源，解读这些资源被开发的前景和问题所在。

用新颖、独特的思考方式告诉读者如何去经营一个健全、备受关注并且也可以给个人和企业带来财富的特色博客。

抓住互联网这一宣传平台，再次创造经济增长点！

## <<中小企业的免费午餐>>

### 作者简介

上海伟雅，本名宋小林，毕业于吉林大学中文系。  
曾经任职三家中国财经类报纸的编辑部主任/副总编辑，专攻网商故事和网商研究。  
著有《我们是网商》、《淘宝网赢家案例大全》等十本书。

指间柔沙，本名齐春霞，2006年获得阿里巴巴最佳营销博客奖，2007年获得阿里巴巴十大博客奖。  
专攻博客营销研究，同时担任10多家企业博客的顾问和培训师，是互联网著名博客营销点亮团队的负责人、秘书长。

## &lt;&lt;中小企业的免费午餐&gt;&gt;

## 书籍目录

一、每个人都有一个龟壳001 “每个人都有一个龟壳”的历史意义上海伟雅002 我的博客教喻上海伟雅003 每天向世界报告上海伟雅004 我们还来得及选择职业博客角色上海伟雅005 薄技在身和博客在网指间柔沙006 一个好博客的标准上海伟雅007 职业博客手每天要做的作业上海伟雅008 网上盛行利基博客指间柔沙009 博客为什么比网站更牛指间柔沙二、博客的意义远超出我们的想象010 从智能广告联想智能博客上海伟雅011 挖掘博客营销中的“寻常智能”上海伟雅012 我们需要从各个角度理解企业博客上海伟雅013 谁是营销博客中的意见领袖指间柔沙014 用博客改变客户理念指间柔沙015 互联网不断改变我们获取信息的习惯指间柔沙016 互联网上重新认识什么叫知识上海伟雅017 坚持你的博客就是积累你的思想资产上海伟雅018 商业博客的最高境界上海伟雅三、互动尤为重要019 互动是营销博客的重中之重指间柔沙020 企业博客可以达到多元的沟通功能指间柔沙021 在注重博友的感受中前行上海伟雅022 网上流行博客圈指间柔沙023 让博客在互动中引起对方注意上海伟雅024 在企业博客, 我们为什么而互动指间柔沙025 我在博客一角观察静悄悄的黎明变化上海伟雅026 博客营销最适合的受众指间柔沙027 和客户沟通上步步升级的戴尔博客指间柔沙四、好文章如何出炉028 好文章漂浮天空, 一万年不肯消失指间柔沙029 目前有四类人在写企业博客上海伟雅030 营销博客写手需要闯过三重门上海伟雅031 将文字锁定在600字上海伟雅032 讲述简单真理上海伟雅033 将高压水化解为罐装水上海伟雅034 博客文章在选择题目上的两难上海伟雅035 换个思路做企业博客上海伟雅036 我喜欢博客中含新鲜思想的小文章上海伟雅五、企业博客要学会参与社会热点话题037 到热点中去指间柔沙038 多热点会比单热点更有参与性上海伟雅039 企业博客要学会参与社会热点话题指间柔沙040 将个人观点演变成为热点话题上海伟雅041 在热点争鸣中形成的群体博客上海伟雅042 企业博客如何被媒体发现上海伟雅043 如何使博客更加吸引网商的眼球上海伟雅044 博客上出现负面评论怎么办指间柔沙045 借题发挥发现营销博客新思想指间柔沙六、职业博客的商业价值046 向职业博客要商业价值上海伟雅047 你的博客会长出钱来吗上海伟雅048 日浏览量过千的博客有赚钱希望上海伟雅049 如何提高阿里博客的商业价值上海伟雅050 博客营销服务追寻价值客户上海伟雅051 博客的四种价值感悟上海伟雅052 写博客——挣钱新途径指间柔沙053 考量一下自己博客的吸金威力上海伟雅054 “爱卡”赢利点对职业博客的刺激上海伟雅七、博客能够营销就像苹果掉在地上一样055 在博客上实施交易更容易指间柔沙056 博客如何为冷背商品寻找市场上海伟雅057 新产品如何通过博客脱颖而出指间柔沙058 企业博客是否能够帮助企业过冬指间柔沙059 谁的博客会最终得到企业青睐指间柔沙060 当营销博客积累了100个体验案例上海伟雅061 如何获得博客上出现的机会上海伟雅062 企业博客的影响不一定是苦行僧的结果指间柔沙063 会说话的博客产品卖得快指间柔沙八、第三方大企业博客中的地位064 第三方博客和职业博客手上海伟雅065 第三方博客的一个试验指间柔沙066 不能统计到达率是博客营销服务的阻碍指间柔沙067 对话: 博客营销是自营还是外包指间柔沙068 第三方在企业博客中的位置指间柔沙069 第三方博客实际需要多种写手上海伟雅070 企业博客代理最好是里应外合上海伟雅071 让博客营销服务创造更大价值指间柔沙072 美国第三方博客远远超过我们想象上海伟雅九、博客营销离不开的小工具073 博客营销要让统计数据说话指间柔沙074 营销博客中的链接回复指间柔沙075 博客置换帮助博客营销向外扩张指间柔沙076 企业博客要学会在“百度知道”上搭桥指间柔沙077 以俱乐部形式建立的企业博客指间柔沙078 在博客上添加Google工具条的妙用指间柔沙079 在博客中添加即时通讯工具指间柔沙080 博客名称帮助你拥有自己的利基市场指间柔沙081 网络上如何让人找到我上海伟雅十、博客营销中的传播意识082 博客也需要现代广告意识上海伟雅083 为职业博客做广告中介上海伟雅084 帮助你控制客户的注意力上海伟雅085 泰国药皂博客每天浏览量过千上海伟雅086 假设一个博客有1.6万篇专业文章上海伟雅087 把博客做得专业, 然后用新闻传播指间柔沙088 普通人怎么做职业博客指间柔沙089 “我是从你的博客里认识你的”上海伟雅090 企业重视博客中的“意见领袖”上海伟雅十一、故事的魅力091 企业博客故事的发现和捕捉指间柔沙092 企业博客用故事来说话的魅力指间柔沙093 引导客户讲出故事的来龙去脉指间柔沙094 为什么口碑营销用故事做载体上海伟雅095 故事营销和它在互联网上的位置上海伟雅096 怎样捕捉销售中的故事上海伟雅097 口碑和品牌永远属于自己上海伟雅098 有故事传播的网商, 才是有生命力的网商上海伟雅099 网商故事是裹挟生意目的的网络推广上海伟雅十二、企业博客研究中的新发现100 企业博客的“蜂为香来”现象指间柔沙101 总经理的理解直接影响博客计划执行指间柔沙102 给博客回帖可以挖

<<中小企业的免费午餐>>

掘博客的多层价值上海伟雅103 农民写博客被大公司瞄上了指间柔沙104 农业博客争艳阿里巴巴网站指间柔沙105 博客在企业管理上的新功能上海伟雅106 博客写手有望成为新的创意群体上海伟雅107 博客的亚健康 and 博客诊断上海伟雅108 有博客和没有博客是不一样的指间柔沙十三、世界各国商业博客观察109 国外公司如何与优秀博客写手合作指间柔沙110 世界500强怎么做博客营销上海伟雅111 一个裁缝师的博客营销案例指间柔沙112 美国艺术家用博客营销自己的作品指间柔沙113 邦妮的博客：设计无处不在指间柔沙114 借助博客，小发明找到了大客户指间柔沙115 在博客里做自己喜欢的事情并且赚钱上海伟雅116 企业博客更要关注的是话题指间柔沙117 一个小镇上的餐厅博客指间柔沙118 法国人卡萨德的T恤博客指间柔沙119 企业博客可以建立博客群指间柔沙120 短信博客创造了Kogi奇迹指间柔沙

## <<中小企业的免费午餐>>

### 章节摘录

上海电视台在播放关于博客的访谈节目，现场十分活跃，台上、台下都为这个崭新的话题激动。一位嘉宾一着急，将一句比喻颠倒成为“每个人都有一个龟壳，每个乌龟都有一个博客”。大家笑毕，认为这句话会成为经典的博客语言。而我认为，它的历史意义将更被看重。

我看过一份杂志，里面一篇文章中说道，我们已经进入“人各有志”的时代。这个“志”是记录的意思，也是网志，即博客的意思。每个人都可以记录自己愿意评论的事情，会有那么重要吗？

自从人类发明了纸张和活字印刷以后，实际上已经可以“人各有志”了。但记录的成本太高，并且交换和保留记录的难度很大，最后“记录”实际上是少数人的权利，也就是我们现在所谓的少数人拥有“话语权”。

少数人和多数人拥有“话语权”与少数人和多数人拥有“记录权”有多大差别呢？当我们挖出埋在地下的古代器皿、钱币、刀枪，并且用现代技术考证记载在上面的“话语”时，我们才意识到那是文明的积累。

当我们从考证中发现伟大文明时，我们才感叹我们的老祖宗为我们留下的“话语”太少，也太难理解。

我从《美国商业周刊》杂志上看到西方人的评论说整个西方文明，乃至工业革命都是由于印刷发明而带动的时候，我才感觉到人类“话语”被记录下来重要性。

西方人对“人各有志”或者人人拥有“网志”的几段评论：第一句，“媒介即信息”；第二句，“我们即媒介”；第三句，博客是“由所有人面对所有人进行的传播”；第四句，我们的年代是“我有机会讲话”的年代；第五句，“你的声音是重要的。如果你有值得说的，人们会倾听。

你可以做自己的新闻，我们都可以”……我们且不管这些话是哪位名人说的，一开始你可能对它们只是有淡淡的感觉，但细细品味，会越来越浓，直至震撼。

## <<中小企业的免费午餐>>

### 媒体关注与评论

好的营销一定程度上得靠遵循规则，而伟大的营销通常靠的是打破常规。  
——菲利普·科特勒



## <<中小企业的免费午餐>>

### 编辑推荐

零成本投入，带来巨大财富的全新商业模式！

博客可以营销，其实就像苹果会从树上掉下来一样自然，但是解剖这一现象可以开拓一个新大陆

<<中小企业的免费午餐>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>