

<<企业微博管理手册>>

图书基本信息

书名：<<企业微博管理手册>>

13位ISBN编号：9787514202298

10位ISBN编号：7514202293

出版时间：2011-6-1

出版时间：印刷工业出版社

作者：杜子建,侯锴

页数：177

字数：180000

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>

## <<企业微博管理手册>>

### 内容概要

《企业微博管理手册》相当于“企业微博管理基本法”，它是目前中国唯一一本经过长期观察、认真探索、深入研究、科学客观的企业官方微博指导范本，是填补国内传媒空白、帮助企业克服微博体验障碍的首席文本，是一册在手畅行微博的全维度指南。

本书在结构上分为如下几个部分：

企业微博组织管理 企业微博运营管理

企业微博内容管理 企业微博发布流程管理 企业微博协同管理 企业微博危机管理 企业微博激励管理。

## <<企业微博管理手册>>

### 作者简介

杜子建

华艺传媒首席顾问。

作家。

快媒体传播研究者，独创“破拆&答案”的新营销理论并形成独有的“华艺营销哲学”。

杜子建先后为北京市公安局、招商银行、人民大学、创维、伊利、快克、南都周刊、华夏时报等近百家单位做过专题演讲。

因其独特的思维和不拘一格的形象，被业界“营销奇侠”，和“营销界的非人类”，《EMBA视界》总编刘元煌誉其为“中国企业家必须会见的20人之一”。

侯锷

组织学习与企业大学战略研究专家，管理学博士。

企业大学战略（Corporate University Strategy，CUS）理论体系创始人。

2010年，他将组织学习研究方法论与微博新媒体内容相结合，专注于“‘微变革’环境下企业微博和公共服务微博系统应用管理标准体系的课题研究。

## <<企业微博管理手册>>

### 书籍目录

#### 序言

#### 第一部分 企业微博的组织管理

##### 第1章 企业微博的系统构成

###### 1.1 企业微博成员的身份认定

###### 1.2 企业成员的微博权利

###### 附表1-1 企业官方微博群系统图

##### 第2章 企业微博的组织管理

###### 2.1 新闻办公室

###### 2.2 微博新媒体发言人

###### 2.3 微博管理委员会

###### 2.4 微博编辑部

###### 2.5 微博舆情监测与危机应对小组

###### 附表2-1 企业微博管理组织架构图

###### 附表2-2 矩阵式企业微博管理架构图

###### 附表2-3 微博监测系统的信息元素

#### 第二部分 企业微博的运营管理

##### 第3章 企业微博的形象管理

###### 3.1 官方微博的基本形象管理

###### 3.2 企业官方微博的身份信息管理

##### 第4章 企业微博的内容管理

##### 第5章 企业各级门户微博的内容规划

##### 第6章 企业微博的发布流程管理

##### 第7章 微博礼仪

##### 第8章 互动协同管理

##### 第9章 微博的危机管理

#### 第四部分 企业微博的激励管理

##### 第10章 微博的激励管理

## 章节摘录

版权页：插图：1.1.1.2 企业官方微群 / 社区微群 / 社区较微博而言，话题聚拢、标签聚拢、专业化层面更高，且可以设置权限区分为公开群与私密群，在危机风险上可控可放，具有相对更为精准的社交性、私密性和安全性。

1.1.1.3 企业领导人官方微博企业领导人，是指在企业中具有战略思维、前瞻眼光和卓越领导力，并以其个人魅力影响、激发全体员工向着组织愿景、目标和成就驱动的人。

他们的决策具有一定的群体风险和价值，对内会影响到本企业的现实盈利，对外则会涉及整个区域、行业甚至于产业的发展变革。

“企业领导”是一个企业领导团队集体智慧的集合，而不应将其看作某个单独的个体。

本手册根据企业传播战略在微博平台上的立体应用策略，将“企业领导官方微博”的概念外延至包含依据组织职级所细分的高层管理者、中层管理者在内的所有个体微博。

领导人官方微博是企业重要的文化和品牌资产，它不仅仅是领导人个体形象的展示窗口，更是企业整体形象的代言频道。

领导人官方微博通过其个人微博所释放出的人格魅力和影响力，可增强和带动公众对企业的信任和喜爱，并移转至企业品牌。

因此，企业领导人官方微博应当发挥自身在微博上的影响力和传播力，与企业官方微博形成良好的互动。

领导人官方微博既有个人微博属性，又兼备组织官方微博属性。

因此，领导人官方微博的形象定位，是组织微博系统管理工作的核心部分。

领导人官方微博所展现的内容。

在观点言论上首先应严谨，其次才是个性化风采。

并从整体上服从和服务于组织形象、职能与文化定位。

1.1.1.4 专家微博企业内部专家，是指在企业“经营管理产业链”上通过长时间的实践、总结与积累，拥有深厚的行业、技术、研究和管理经验，具备战略领先思维、卓越胆识和有突出性科技攻关能力的专家群。

他们在企业内部及企业所处行业、产业具有一定的公信力、知名度和权威话语权。

## <<企业微博管理手册>>

### 编辑推荐

《企业微博管理手册》是企业微博系统管理基本法V3.0版。

<<企业微博管理手册>>

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>