

《名博是怎样炼成的》

图书基本信息

书名：《名博是怎样炼成的》

13位ISBN编号：9787111252467

10位ISBN编号：7111252462

出版时间：2009-1

出版社：机械工业出版社

作者：萧秋水,秋叶,月光

页数：220

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《名博是怎样炼成的》

前言

当个人博客遭遇网络品牌 商业规律。此外，我还有一重担心，因为我在山里的时间太长，不了解现实和当下人们的想法，以至于仅凭个人的好恶对一事物进行评价，当然不是很好。 每个网人都有自己的选择权，不存在高低的问题。别人选择了我不赞赏的选项，那是他们的自由。比如前段时间大批网络写手进入作协，我只是表示了惊讶，但是并没有指责谁。别人要洗掉网络的底，要摘掉写手的帽子换上作家的头衔，我完全理解。毕竟，每个人想要的东西并不一样，上网的目的也不一样。只不过，我不会在自己的博客里吁请大家都去加入作协，但是会聊聊月光他们的这《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》。 从章节的标题上看，这《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》教授了一些写博客的技巧，以及如何吸引读者、扩大影响的方法，算是第一本实用性的博客指导手册。我相信，网上一定有许多想写好博客的人，有许多希望成为著名博客的人，那么这《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》的内容对于他们会有所帮助，这也就是它的价值所在。我自己写不了这方面的书，但是现在知道有这么一《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》，那么就应该做一介绍。

同时，因为博客而出书，大多是个人博客内容的聚合，相当于攒一个文集。这种专门谈技巧的书，还是第一次看到。对此我也很好奇，想看看这是否是博客盈利的一种可能渠道。据我所知，在网上做GoogleAdsense广告的，没有写如何用GoogleAdsense赚钱的人收入高。这也是一种普遍现象——当很多人都去钓鱼的时候，钓鱼高手就开始写钓鱼教程，写教程获得的收入远远高于钓鱼本身。当很多人都去炒股的时候，操盘手就放弃操作，而是开设炒股课程、撰写炒股心得，收入也远高于自己操盘。

面对汹涌而来的欲望，谁能说满足欲望不是一种仁慈呢?因此，在这里先预祝三位博客出书顺利，新书大卖。

《名博是怎样炼成的》

内容概要

一位是知识管理专家，一位是管理软件项目实战专家，一位是中文Google第一观察者，一位是金蝶软件漫画名手。四大高手，各怀异技，火星撞地球一般碰撞出了本书：《名博是怎样炼成的：个人品牌博客全攻略》。

随着互联网的不断发展，我国已经进入了全民博客的时代，目前已有3亿博客，而且还在不断扩大中。有人说博客是草根们的盛宴，但坚持并写好博客并不容易。

如何选择一个好的博客平台？如何在博客安家？如何有效推广你的博客，使博客成为你个人品牌形象的载体？本书从实战操作的角度出发，为写博者娓娓道来。

本书是关注“博客营销”群体的实战指南，近40多幅关于博客的四格漫画嵌入其中，与您分享知识之余，让您感受到草根博客的喜怒哀乐。

在本书出版后，作者们将持续通过博客平台和所有的“博父博母”们互动，欢迎把你们阅读后的精彩心得分享给整个网络！

《名博是怎样炼成的》

作者简介

萧秋水 本名李艳萍，知识管理专家，实战网络营销专家。曾任职金蝶软件（中国）有限公司知识管理部经理，全盘负责金蝶集团知识管理工作。现负责金蝶移动互联技术有限公司友商网友商社区。萧秋水女士为中国知识管理理念传播、实践推动等做了大量的工作。通过自己的博客、演讲、电子杂志、热心回答网友和同行的问题等各种手段，充分展示了一个知识管理从业者的素质和能力。萧秋水女士1998年开始触网，并关注中国互联网发展，现系中国CIO成长交流平台总策划人之一，中国知识管理中心（KMC）专家顾问，畅享网专家、百万博客、知识管理版版主，ERP100社区知识管理版版主，互联网老兵群创始人之一，拥有丰富的社区运营和推广、论坛管理和发展、博客写作和推广、搜索引擎优化等方面的实战经验。

博客地址：<http://blog.vsharing.com/qsxiao/>

秋叶 本名张志，学机械七年，入行IT，从事教育行业，聚焦网络营销。管理软件项目销售与实施实战派专家，知名网络博客和策划人。出版专著《超越对手：软件项目经理不可不知的18种技能》和《技术演示策略》。现任湖北新蓝海网络科技有限公司总经理，为企业提供营销型网站设计、网站优化、网络媒体投放策略设计和监控、网络在线咨询标准化流程及岗位考核体系完整解决方案。在网上自称70后水瓶男，立志做高情商的职场玩家，不以金钱喜，不以红颜悲。

月光 关注互联网和搜索引擎的知名IT评论博客，对于企业ERP、电子商务、SAAS、软件行业等有着自己独特的看法。神秘的月光不想多介绍自己，想了解月光，还是看月光的书和博客吧！

博客地址：<http://www.williamlong.info/>

漫画作者：曾广宇

IT界著名图形设计师。曾从事过动画设计，品牌视觉设计，现服务于国内著名IT企业，负责视觉体验设计。曾广宇先生爱好广泛，崇尚个性和另类。进入博客了解更多

：<http://hi.baidu.com/zenggyzenggy/blog>

《名博是怎样炼成的》

书籍目录

第一章 博客安家1.3 博客精神1.4 谁适合写博1.5 给自己一个理由：为什么要开博1.6 博客平台的分类1.7 BSP推荐1.8 你计划开什么博1.9 哪种平台适合你1.10 选择一个适用的博客平台。1.11 博客平台功能考核要点第二章 博客写作2.1 如何让你的博客有特色2.2 博客页面风格和排版2.3 日志分类的艺术2.4 博客的文字风格2.5 哪些文字在博客中很敏感2.6 常见的博文写作结构2.7 持续的高质量的内容是博客流量的根本2.8 如何写出高质量的博客文章2.9 高质量的博文有什么标准第三章 博客推广3.1 设计一个好网名3.2 好博名的推广指标3.3 设计你的博客签名3.4 博客更新3.5 博客文章的发布时间3.6 设计博客关键词3.7 设计日志关键词3.8 WordPress十大SEO优化技巧3.9 增加博客的互动性3.10 做好友情链接3.11 博客订阅3.12 群发博客3.13 进入博客平台首页推荐3.14 博客圈子3.15 博客和论坛3.16 利用订阅工具推广博客3.17 利用百度推广博客3.18 利用Google推广博客3.19 利用Fwitter推广博客3.20 IM营销3.21 附件营销3.22 借势营销3.23 口碑传播3.24 幽默营销3.25 整合营销第四章 博客工具4.1 畅享博客DIY4.2 X-Space个人空间DIY4.3 WordPress系统的安装和使用4.4 如何分析博客的推广效果4.5 博客群发工具(WindowsLiveWriter)使用指南4.6 如何配置Office2007发表博客4.7 博客搬家工具BlogMover4.8 博客备份工具4.9 博客工具箱4.10 博客游戏附录 忙人的时间管理(QQ群聊版，保留原生态)

《名博是怎样炼成的》

章节摘录

第一章 博客安家 1.1 你知道这些牛人牛博吗 这是最好的时代，也是最坏的时代……这是一个牛人牛博辈出的时代……网络代有牛博出，各领风骚N多天。牛中更有牛，没有最牛，只有更牛。你可以没有做牛博的追求，但这些牛博，你不可不知。以下牛博，排名不分先后。限于篇幅，不能把所有牛博一网打尽，所以，如果牛博们没在这里面看到自己的名字，也不必懊恼，欢迎提醒我们，可在第2版中增编。

1.德拉吉 当年率先揭露了克林顿的性丑闻内幕，从而引起轰动，一时成为“舆论领袖”。德拉吉博客网因此一举成名，至今仍被视为信息海洋中的导航标，每日访问量高达一千万次，成为进入全球排位前三百名的知名网站。令人惊奇的是，这个博客网至今还是“一个人的媒体”，主持人麦特·德拉吉不过是一位哥伦比亚广播公司的附属公司礼品店的老板。在传播史上已经将之称为“德拉吉现象”。

2.徐静蕾 中国女子小资第一人，当可爱小资遇上才气，才女的帽子就跑不掉了，我们就看着小徐自称“老徐”一路演而优则导，导而优则博，博而优则出书、出电子杂志、开“鲜花村”地走来，这一写真是不得了，居然成就了“中国博客流量过亿第一人”！不过“老徐”人长得好看，电影导得也不错，写博也厉害，写书却不好卖，据说是因为内容失去了神秘感的书不好卖。

3.王小峰 他的博客叫“不许联想”，因为他的文章总是让你去联想一些不该想的东西，他的网名叫“带三个表”（粉丝们亲昵地称为“三表哥”），你联想到啥了？说了不许联想，你偏联想，那是你的问题，不是他的问题。

《名博是怎样炼成的》

媒体关注与评论

阅读完本书，你也可以通过博客记录人生，展示自我，成就事业！——知识管理中心（Knowledge Management Center）发起人、高级咨询顾问、著名知识管理咨询专家 田志刚 看名人和明星的博客的人很多，更多的人期待自己的博客也能拥有明星级别的访问基。但想的人多，做的人少，成功作出效果并乐于分享的人更少。由于这种稀缺，我非常乐意推荐这《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》。而且准备身体力行书中的诸多方法，用于推广我自己的“王玉荣流程管理”博客。——AMT创始人之一、现任总裁、知名专家顾问 王玉荣 商场谈《输赢》，博客讲共赢，《名博是怎样炼成的：个人品牌博客全攻略》，值得所有写博者一读。——北京倍腾企业顾问公司资深顾问、畅销书《输赢》作者 付遥 因为Blog而出书，大多是个人Blog内容的聚合，相当于攒一个文集。这种专门谈技巧的书，还是第一次。对此我也很好奇。想看看这是否是博客盈利的一种可能渠道。——和菜头 你们做了一件很好的事，可以帮助很多有能力但不知如何建立自己的blog的人。——Keso

《名博是怎样炼成的》

编辑推荐

《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》是关注“博客营销”群体的实战指南，近40多幅关于博客的四格漫画嵌入其中，与您分享知识之余，让您感受到草根博客的喜怒哀乐。一位是知识管理专家，一位是管理软件项目实战专家，一位是中文Google第一观察者，一位是金蝶软件漫画名手。四大高手，各怀绝技，火星撞地球一般碰撞出了《名博是怎样炼成的：个人品牌博客全攻略》。随着互联网的不断发展，我国已经进入了全民博客的时代，目前已有3亿博客，而且还在不断扩大中。有人说博客是草根们的盛宴，但坚持并写好博客并不容易。如何选择一个好的博客平台?如何在博客安家?如何有效推广你的博客，使博客成为你个人品牌形象的载体?《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》从实战操作的角度出发，为写博者娓娓道来。在《名博是怎样炼成的个人品牌博客全攻略》出版后，作者们将持续通过博客平台和所有的“博父博母”们互动，欢迎把你们阅读后的精彩心得分享给整个网络!

《名博是怎样炼成的》

精彩短评

《名博是怎样炼成的》

精彩书评

章节试读

1、《名博是怎样炼成的》的笔记-整体

个人认为可以吸收的一些观点及少量点评

1. Blog是Web Log的缩写
 2. BSP(Blog Service Provider)
 3. 坚持写到第10篇博客的人就很少了——不愿思考
 4. 没有个性，就没有关注
 5. 深入思考，勤于练笔
 6. 纯粹黑白的文字，容易导致阅读疲劳，有一点变化，则引人注目，提升阅读兴趣
 7. 博客不是正式出版物，文字风格轻松一些比较好
 8. 在原创的博客文章上留下自己的博客联系方式
 9. 写技术贴时话题不要太大，要精细，关键是设计好你的问题，问题越具体，越接近具体环境描述，越容易引发讨论
 10. 写新闻贴可以提升自己分析问题能力，形成思维架构的能力
 11. 读书贴写法：看了好书，坚持写读后感对专业人士是很有帮助的
如果实在写不了书评，可以坚持把书中的观点和主要内容PPT化，就像给书写教程PPT一样
 12. 吸引人的博客，往往在于其率真和诚实，不仅对别人，对自己也是
 13. 把你要说的话形成系列来写：不成体系的博客文章，很容易流于生活的感触和肤浅的思考，难以形成有质量的内容——编程随想就是这么干的
 14. 不要写得太长，不要太在乎质量
 15. 博客一般来说不宜与工作、生活、学习等独立开来，熟悉的东西能提供源源不断的内容，这也是发挥自己优势的做法
 16. 好网名——便于记忆，便于搜索，能搜索到就是坏名字，说明有竞争！
 17. “ 欢迎转载，转载请注明本文来源于XX博客，原文地址：XXX，除非特别声明，本站采用许可：署名，非商业 ”
 18. 在开博前要做好域名、博客名、链接结构和链接地址等，早期应该做全局规划
- PS：可以重点看下2.6节——常见的博文写作结构
- 2.8节——如何写出高质量的博客文章

《名博是怎样炼成的》

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:www.tushu111.com