

《社区运营的艺术（第2版）》

图书基本信息

书名：《社区运营的艺术（第2版）》

13位ISBN编号：9787121306816

出版时间：2017-2

作者：【英】Jono Bacon

页数：560

译者：段泽军,陈宴

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

《社区运营的艺术（第2版）》

内容概要

社区是个有趣的网络词汇。近年来，这个词多了很多意味。社区不再是慈善组织与和睦邻里的专属词，而是扩散到技术人员、商业人士、政府官员以及任何能上网的人，甚至成为一种营销方式、公司形式。那么，到底如何才能在自己的行业中建立和运营一个活跃、有影响力的社区呢？《社区运营的艺术（第2版）》的作者用自己多年经验和教训试着给读者提供一些参考，包括如何建立战略规划、如何进行有效的沟通、如何创建简单易用的流程、如何运用社交媒体扩大社区的影响力等，在《社区运营的艺术（第2版）》的最后还对一些知名的社区领袖进行了采访，帮助读者窥探顶级社区成功的奥秘。

《社区运营的艺术（第2版）》适合有志做社区、正在做社区，或者对社区有兴趣的人阅读。

《社区运营的艺术（第2版）》

作者简介

本书作者约诺·培根（Jono Bacon）是一位享誉盛名的社区经理，担任Ubuntu 社区经理长达10年之久。在社区建设与运营方面积累了很多经验。

书籍目录

第1章 社区的艺术1

协作精神 2

社区的本质 3

-- 在社交经济中建立归属感5

社区沟通背后的机制8

发掘机会 10

社区经理必备的素质13

-- 发掘成员的性格 14

-- 获得成员的信任 14

-- 做一个最佳的倾听者15

-- 别自以为是15

-- 行胜于言17

-- 做自己17

继续前进 19

第2章 规划社区21

为了成功而做计划23

-- 俯瞰社区24

小组：归属感的基石31

-- 找准你的位置 31

-- 归属感的单元 32

-- 阅读还是写作 34

-- 精英领导制37

-- 一起工作就是成功 38

-- 多样性39

设计社区 43

-- 再谈开放性45

-- 构思一份使命宣言 47

-- 建立战略规划 49

填充战略规划 52

-- 对观点进行头脑风暴52

把这些串起来 55

-- 小组：分而治之 57

记录战略规划 61

为社区提供经济支持62

-- 获得收入的机会 64

总结68

第3章 清晰的沟通69

他说，她说 70

建立沟通渠道 71

-- 力图清晰72

-- 选择合适的渠道 73

-- 不同渠道的价值 75

以身作则 79

-- 日常交流80

-- 较长篇幅的写作 85

总结94

第4章 流程：简单才能持久 95

- 流程的本质 96
 - 正确看待流程 97
 - 流程的影响力 97
- 制订高效的流程98
 - 分解难题 100
 - 流程那些事儿 103
- 评估哪些地方需要流程 106
 - 社区周期 107
 - 敞开社区的门 108
 - 评估社区参与者 111
 - 管理反馈 114
- 让大家认可你的流程 116
 - 为流程写文档 116
 - 让流程容易被发现 117
 - 使用流程 118
- 入径：制订协作型的流程 119
 - 识别入径 120
 - 拓展知识 121
 - 确定贡献 122
 - 增加荣誉感 123
- 流程的重新评估 125
 - 形成长效机制 126
- 继续前进 127
- 第5章 使用工具和数据来支持工作流 129
- 理解你的工作流 130
 - 角色 131
 - 制订简单的工作流 132
 - 协作机制 134
 - 例子：Ubuntu的漏洞工作流 135
- 建设良好的基础设施 138
 - 软件即服务 140
- 避免对工具盲目崇拜 142
- 选择合适的工具 143
 - 漏洞追踪 143
 - 版本控制 146
 - 协同编辑 146
- 建立和维持透明性 147
 - 工具的获取 147
 - 交流 148
 - 汇报 149
- 定期评估工作流 151
 - 收集结构化的反馈 151
- 继续前进 152
- 第6章 社交媒体153
- 社交媒体不是用来吹牛和争吵的 154
- 进入社交媒体世界 156
- 社交媒体服务概述 157
 - Twitter 157
 - Facebook 160

- Google+ 163
- 管理社交媒体 165
 - 传播 166
 - 反馈 172
 - 协作 176
- 用好社交媒体 181
 - 控制使用 181
 - 优化发布方式 182
 - 承担社会责任 183
 - 组织社区会议 184
 - 组织活动 187
 - 更新社区信息 188
- 第7章 凝聚人气189
- 获得关注 190
 - 关注带来的机遇 191
- 人气的六大要素 191
 - 使命 192
 - 联合起来 192
 - 鼓舞人的言论 194
 - 成为布道者 195
 - 己所不欲勿施于人 196
 - 诚信 196
- 网站：社区的大本营 197
 - 确立网站的目标 198
 - 及时更新内容 199
 - 建立对话 200
 - 维护好网站 201
- 人气的聚集也有周期 204
 - 计划 205
 - 积累 206
 - 公告 208
 - 回顾 210
- 让活跃的人气发挥作用 211
 - 宣布社区成立 212
 - 吸引参与者 213
- 建立联盟 217
 - 专业媒体 218
 - 业余媒体 221
- 活动和会议 227
 - 选择活动 228
 - 发表演讲 231
- 总结 236
- 第8章 评估社区237
- 社区的自我反思 238
- 反馈的意义 239
 - 定义目的 239
- 钩和数据 240
 - 统计和自动化数据 242
 - 问卷调查和结构化反馈 245

- 观测试验 248
- 评估机制 251
- 收集普遍的感受 253
- 匿名和隐私 256
 - 匿名 256
 - 隐私 257
- 继续前进 259
- 第9章 管理和跟踪工作进展 261
- 知名度与社区管理 262
- 跟踪工作的重要性 263
 - 跟踪正确的事情 265
 - 具体情况具体分析 267
- 什么需要管理 270
- 跟踪项目进展 271
 - 结构化管理项目 273
 - 管理工作项 275
 - 用燃尽图让数据可视化 280
- 跟踪社区成员的贡献情况 287
 - 可视化是关键 289
 - 确保流程有效 291
- 跟踪社区的健康状况 294
 - 鼓励反馈 295
 - 建立常规制度 297
- 回应社区的担忧 298
- 继续前进 301
- 第10章 治理 303
- 责任感 304
- 治理绝非溜须拍马 305
- 治理与社区 306
- 治理的理由 306
 - 服从领导 308
 - 让普通大众参与治理 309
 - 鼓舞成员 310
 - 带来祥和 311
- 常见的三种治理模式 312
 - 独裁魅力型领导 313
 - 开明的专制 314
 - 委托治理 316
- 成立社区委员会 316
 - 设计一个委员会 317
 - 编撰委员会规则 329
 - 提名和选举委员会成员 332
- Ubuntu 社区治理的例子 335
 - Ubuntu 社区的由来 335
 - Ubuntu 社区的结构 336
 - 会员资格 342
 - 冲突与争议的升级 346
- 扩大治理机构的规模 348
 - 最佳时机 348

- 建立分委会 350
- 委员会之间的交流 352
- 总结 352
- 第11章 处理冲突和关系 353
- 动物天性 354
- 解读冲突 354
- 暴风雨前的宁静 356
- 争吵型人格 356
- 兼听则明 360
- 职责问题 363
- 缺乏公正 365
- 解决冲突的流程 366
- 协调者的角色 367
- 解决冲突 371
- 处理职业倦怠 379
- 发现职业倦怠，并进行治疗 382
- 工作和生活之间的平衡 383
- 处理离职 384
- 处理丧亡 385
- 总结 386
- 第12章 发起和运营活动 387
- 建立家庭价值观 388
- 活动 388
- 组织起来 390
- 步骤1：识别需求 390
- 步骤2：寻找帮手 391
- 步骤3：设置截止时间 392
- 步骤4：挤时间 392
- 组织线下活动 394
- 公共属性 395
- 组织一次冲刺会 401
- 组织一次峰会 402
- 组织一次非正式会议 407
- 获得赞助 409
- 理解你的需求 410
- 找到和管理赞助商 411
- 处理资金 414
- 案例分析：Ubuntu 开发者峰会 415
- UDS 精神 416
- UDS 是如何运营的 417
- 团队分工 417
- 场地 420
- 会议用品 425
- 基础设施 426
- 房间布局 427
- 时间表 429
- 日程安排 431
- 组织线上活动 434
- 公共属性 435

- 在线讨论会议 438
- 组织在线培训 441
- 总结 443
- 第13章 招募一位社区经理445
- 为什么社区建设会发展成一项大产业 446
- 企业中的社区经理角色 448
 - 设定期望 448
 - 角色的职责范围 449
 - 风险 450
 - 不拘一格 450
 - 管控和汇报 451
 - 社区参与的责任 452
 - 薪水 452
 - 表达对候选人的期望 453
- 管理你的社区经理 455
 - 入职 455
 - 战略 457
 - 管理和沟通 458
- 总结 459
- 第14章 社区案例汇编 461
- 林纳斯·托瓦兹，Linux 461
- 麦克·信田，林肯公园乐队 465
- 马顿·米科斯，MySQL 和 Eucalyptus 469
- 麦克·林克斯维尔，知识共享组织 472
- 蒂姆·奥莱利，奥莱利传媒 476
- 卡洛琳·梅勒，X.commerce、PayPal 和 eBay 479
- 伊兰·拉宾诺维奇，南加州Linux 博览会 482
- 理查德·伊斯格拉，Humble Indie Bundle 490
- 马克·布斯勒，经典游戏室 492
- 玛丽·科尔维格，Mozilla 495
- 德里斯·贝塔尔，Drupal 平台和Acquia 公司 499
- 詹姆士·史派福，Media Molecule 公司 502
- 第15章 更高更远507
- 构建我们自己的社区 508
 - 社交媒体 508
 - 视频 509
- 社区领袖峰会 509
 - 如何运营 510
 - 加入我们 510
 - 保持联系 511
- 关于作者512

《社区运营的艺术（第2版）》

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