

解决方案：垂直型B2B网站创新型社区建设解决方案 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/231/2021\\_2022\\_\\_E8\\_A7\\_A3\\_E5\\_86\\_B3\\_E6\\_96\\_B9\\_E6\\_c40\\_231389.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/231/2021_2022__E8_A7_A3_E5_86_B3_E6_96_B9_E6_c40_231389.htm) Web 2.0时代垂直型B2B电子商务网站解决方案首发在营销人博客上，获得了B2B行业界的一致认可和高度评价。现由于跟客户策划和建设B2B网站社区，又写了一篇更具有针对性的，基于B2B网站社区的，也可以说适用于大部分行业网站的社区策划建设的方案，也首发在我的博客，希望各位可以多提建议，多多交流！社区对于一个垂直型B2B网站来说，是对用户产生粘性的最重要栏目之一，对网站推广、品牌建设、用户忠诚度的建立至关重要，必须把垂直型B2B网站社区建设放到一个至关重要的位置。但目前行业垂直型B2B网站太多，有的一个小行业，就有近10家B2B网站，每个B2B网站几乎都有一个论坛栏目，但是许多网站的论坛基本就是摆设，因为参与者太少，不足以让论坛产生价值。论坛大部分采用动网论坛，没有个性化，没有根据行业实际情况，量身定制合适的论坛。所以我认为，对于新建设的垂直型B2B网站来说，优秀的竞争对手已占有了大部分的用户，新开通的网站要想做好社区（这里我称为社区，论坛的范围太窄），只有创新才能在短时间内将用户吸引过来，否则用户没有太充足的理由非要参与您的社区。下面就垂直型B2B网站社区建设提出解决方案：1、以解决行业技术问题为主导方向，创建技术型社区1）垂直型B2B网站为什么要以技术问题为主导方向呢？垂直型B2B网站，由于其用户相对大型综合性门户来说，其用户非常少，且用户上垂直型B2B网站社区更多的是交流技术。垂直型B2B

网站社区最主要的用户无非有两种：A：一种是技术人员：上社区最主要的需求是要了解新产品研发动态、相互交流、解决在技术开发及运用中遇到的问题，从而成功研制出新的产品或新的工艺；B：一种是销售人员：上社区最主要的需求为了解新产品研发动态，解决一些简单的技术问题，发现自己产品的不足之处，从而为和客户谈单打下基础。而用户其它方面的需求是较小的，也是次要的，比如制造业的营销、管理人员等，从某种角度上说，他们属于制造业的后勤，更希望到更加专业的平台上去交流。同时，许多论坛里都设置有供求信息栏目，这个是非常不妥当的，因为这与B2B商务平台相冲突。从用户的主要需求来讲，垂直型B2B网站社区必须要以解决技术问题为主导方向。

2) 垂直型B2B网站为什么要创建技术型社区？上面分析了社区应以技术问题为主导方向，那么我们就需要从设计、版面布局、社区功能、信息分类管理、文字包装等角度全方位地为技术需求服务，从网站建设角度讲，只有这样才能真正称为技术型社区。那为什么阿里巴巴、慧聪等综合型B2B网站不偏向做技术型社区呢？

A. 综合型B2B网站更适合做商务型社区：因为综合型B2B网站平台更趋向于交易平台，销售及营销用户占了绝大多数，会员之间有很强的共性，且用户量比行业B2B网站大很多倍，所以更适合做商务型社区；

B. 综合型B2B网站不适合做技术型社区：因为各个行业之间技术几乎是完全不同的，同时综合型B2B网站也不可能精力面对一个较小的行业将技术社区做的专业。我认为，做专业的B2B网站，完全可以通过自身资源及运作做好一个具有影响力的技术型社区，这也许就是策划垂直型和综合型B2B网站的不同之一吧，不过还是有一个条

件，就是运营网站方一定是熟悉行业的，在行业内具有一定人脉关系才好运营！如果一个垂直型B2B网站能集中大部分力量做好一个具有影响力的技术社区，那他也许就成功了一半，至少这个栏目可以提高用户对网站的粘性以及网站本身的权威性。且对商务系统，尤其是招聘系统的运作提供了很大的帮助。因为技术始终是一个行业发展的直接推动力，一个有影响力的技术社区一定是人才济济，高手如云，那么一定有大企业愿意到这里来招聘，也一定可以让网站本身在行业内产生品牌效应。

## 2、以行业文化为导向，在社区名称及定位上创新

用户见多了都是叫某某论坛，如电子论坛、化工论坛、皮革论坛等等，我们何不改个称呼呢，有时一个称呼不仅仅是改个名字，而更多的是反映一个栏目的侧重点以及其主要定位。

### 1) 电视及餐饮行业在改名及定位上的创新

现在湖南卫视很火的有娱乐味道的《谁是英雄》节目，原来是叫《新青年》，其实这个改名实际是一种定位的体现，也是一种文化的体现。在餐饮行业，同样的川湘菜馆，有的叫“川国演义”，有的叫“笑傲湘湖”，为什么他们要改呢，因为各个城市的川菜馆实在太多，为了让客人记住，必须要想办法创新，而且要结合行业，用大家比较熟悉的名词去创新，这样才能快速建立有影响力的社区品牌。

### 2) 知名综合型网络社区在改名及定位上的创新

非常知名综合性社区：天涯社区在其首页标注“海内存知己、天涯若比邻”，其意大概为这里有大家的知己朋友，即使远在天边，也感觉像邻居一样近，据说这个定位吸引了好多海外的华人华侨常来天涯，也许这个名称和定位也是天涯红火的原因之一吧！另一个相对比较出名的社区：西祠胡同，有“居委会”、“大妈”、

“片儿警”等称呼，显得更加以人为本。取名本是当初的创始人比较喜欢北京的胡同，但是这个取名也使其能够具有自己的文化底蕴。当然，一个成功的社区绝对不仅仅是取个好名字，要各方面都齐头并进。我认为社区取名虽然仅是一个称呼，比如将社区取名为电子学院、纺织聚议堂等，但最重要的是要通过取名体现社区的定位、社区的特色和创新。

3、聘请具有号召力的知名技术专家，带动技术人员积极参与

1) 普通论坛用户参与回帖的心态在常见的论坛里，大部分的帖子是在表达自己的某种看法，用户大多数是参与进来讨论，网友回复帖子大概有两种心态：第一种：像朋友一样聊天，打发时间，没有太多的功利性，自己也从中增长见识；第二种：可能带有一点功利性，想通过回帖增加自己的知名度，或推广自己的产品。也或者是同时具备两种心态。

2) 通过知名技术专家的名人效应，调动用户参与的积极性在技术型社区更多的时候是提出问题和解决问题，用户需有动力积极参与解决问题，因为有时解决一个问题比单纯的和别人讨论问题难度要大，尤其是要回复的比较准确就更加难。所以技术型社区就必须借助行业资源，聘请在行业内有一定号召力且经常上网的技术专家做顾问，并通过他的社会资源，网罗一批技术人员，当然这个聘请并不一定非要通过现金，可向专家提供一种网站自身的服务等。社区只需在每个行业细分领域聘请1-2名有号召力的知名专家，其它的一般的技术人员可以通过他的影响力去带动。同时，在他们的参与和推广中，普通的技术人员、初学者、销售人员及学生都会积极的参与其中，对未解决的问题积极给予解答。因为都是同行，在解决别人问题的过程中，同时自己也增加了知识。如果

经常解决别人的问题，当您有问题时，其他人也会积极的帮助解决，从而使社区活跃起来。以上阐述的模式对社区建设初期聚集最基本的人气是很实用的，在网站建设时，设置一个栏目介绍知名的专家，可取名为：“专家介绍”，并配有专家的照片，简历，以及他参与解决过的问题，这本身对专家也是营销和宣传。但是这种模式对于后期参与人数过多的情况下，可能就不能完全解决问题了，需采用一定的机制来解决，下面第4点将做详细的阐述。

#### 4、采用积分悬赏、专家分等激励机制为技术社区创造源动力

在社区经营后期，由于专家是有限的，专家的精力也是有限的，必须从社区的管理和机制上入手，找准最根本的源动力，建立一套行之有效的、能给用户带来实际价值的激励机制，技术社区才能长久地、健康地发展下去，才能不断地扩大影响力，聚集越来越多的人气。现从以下两点加以说明：

- 1) 悬赏、挣积分，建立积分交易机制

积分是虚拟的，是系统可创造的。发布问题者要悬赏积分，问题发布后积分即被扣除；问题到期，结帖后发布者可获悬赏取积分赠送，通过和系统的积分交易，充分调动用户参与解决问题的积极性。没有积分，用户是不能发布提问的，这时用户必须去回答问题挣积分，或经常登录社区也可获得积分赠送。问题解决后发布问题者结帖，问题发布者根据答案的准确程度给予回复者相应的积分，由发布者决定给予多少积分。之所以采取这种方式，一则是因为问题本身正确答案可能是集合多个回答者，二则是让更多的参与者都有可能获得积分。

挣积分的方法：常来登录加积分、发帖被推荐加积分、问题回答基本正确加积分；扣除积分的方法：悬赏问题扣积分、发帖被删扣积分、回答问题被删扣积

分；通过以上的积分交易规则，可以调动两方面的积极性：对于发布问题的人：提问需扣除积分，如果他自己的积分没了，遇到自己可以解决的问题时就会比较主动地去解决，因为他想挣积分，方便他以后提问，从而调动了他的积极性；对于解决问题的人：除了具备一般论坛用户常见的回帖心态外，解决问题者还有一个心态：就是我回答好这个问题，我就可能获得很高的积分，我有了积分，就能在这个论坛里获得更多的服务，也调动了他的积极性。举例：以前QQ通过在线时长来升级，当升级到一个太阳的时候，就可以免费开QQ群，一时间多少人为了升级而不惜电费挂机，最根本的动力是什么呢？是QQ给升级为太阳的用户提供了实实在在的产品和服务。

2) 解决问题可获专家分，并与社区用户等级挂钩由于交易的积分无法获取会员解决问题的情况，所以必须要使用专家分，专家分体现一个会员在社区的等级，具有高等级的会员会受到大家的尊重和认可，也会获的社区的一些免费服务，所以会员等级制度也是激励措施。如果以“电子学院”为例，将社区会员分为：学员、学习委员、实习生、助教、讲师、副教授、教授、院士等级别，升级到一定的级别需要会员专家分累积到一定的值，比如：级别 专家分  
学员：0-99  
学习委员：100-199  
实习生：200-399  
助教：400-799  
讲师：800-1599  
副教授：1600-3199.....

专家分的获取规则为：会员解决问题所获积分的1/10作为专家分，比如，解决一个问题发布者给100个积分，则他将获得10个专家分。但是如果发布问题被删除、回帖被删除等，专家分就会相应的减少。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)