

中小企业如何开展有效的博客营销电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/541/2021_2022__E4_B8_AD_E5_B0_8F_E4_BC_81_E4_c40_541611.htm 博客营销作为互联网上的一种新型营销方式进入中国转眼已经有7年时间长了，但是，对很多传统的中小企业来讲，到底应该怎么样利用博客开展有效的营销还不是很清楚。以下是资深网络运营人士刘兴发总结的一些针对中小企业博客营销入门常识，本文的宗旨是，任何一个对博客营销甚至博客一无所知的人，读了这篇文章以后也能快速掌握博客营销的基本方法。什么是博客（Blog）？“博客”一词是从英文单词Blog翻译而来，Blog是Weblog的简称，意思是在网络上发布和阅读的流水记录，通常称为“网络日志”，简称为“网志”。Blogger就是写Blog的人。博客在中国的发展历程 在网上发表Blog的构想始于1998年，2000年开始流行，2002年被进入中国。但是，直到2004年的木子美事件，才让中国民众真正了解博客，并开始大面积运用博客。2005年，国内各门户网站也加入博客阵营，开始进入博客春秋战国时代。有统计数据显示，到2008年底，中国博客数量已经达到1.07亿。什么是博客营销？顾名思义，博客营销即利用博客进行营销，它是企业利用博客这种特殊的交互性应用方式，发布企业信息，及时与客户沟通交流，开展市场活动的新型营销方式(刘兴发)。博客营销有什么优势？1.互动传播性强，可信程度高 博客是一个信息发布和传递的工具，博客的日志评论、留言本、博客圈无一不有利于博客主和读者之间的互动交流，圈子内部博客之间的相互影响力很大，可信程度高，互动传播性非常强

。 2.与搜索引擎营销无缝对接，整合效果好 通过博客营销可以大量增加了企业网站的链接数量，增加搜索引擎信息收录量，直接带来潜在用户的可能性迅速增大，同时也使传播在相当长的时间里得以继续不间断延展，而不仅仅局限于当期的宣传活动。 3.博客传播具有更大的自主性 通常大型的博客网站用户数量大，有价值的文章通常更容易迅速获得大量用户的关注，从而在推广效率方面要高过一般的企业网站。同时与企业网站相比，博客文章的内容题材和发布方式更为灵活，与论坛营销相比，博客主可以自由发布任何企业宣传信息而不担心被删除。 中小企业如何开展有效的博客营销？ 第一步：确定博客营销的目标 与其他营销方式一样，博客营销同样要有明确的目标，当然，这个目标要从企业和市场的实际情况出发，实事求是。一般来说，企业博客营销的目标无非两个，一是通过博客内容提高企业关键词在搜索引擎的可见性和自然排名，二是通过博客内容树立企业品牌，吸引直接的目标客户，促进企业销售。 第二步：选择适合的博客营销平台 对中小企业来讲，有三种博客平台可供选择：（1）独立平台；（2）BSP平台；（3）在企业网站开辟博客板块。独立平台一旦受搜索引擎认可，在搜索引擎上的权重会很有优势，但是需要从头去运营，在操作上和运营成本的角度来讲都不适合中小企业。在企业网站开辟博客板块，可以与网站本身形成网络营销以及内容上的互拉互补，但是同样存在开发运营成本的问题。 BSP平台即blogserviceprovider的缩写，翻译成中文就是博客服务提供商的意思，也就是目前网络上流行的博客提供平台，一般采用BSP平台可以直接利用其现有的搜索引擎权重优势，并且在平台内如果获得认可后可能获

得成员的极大关注。从各方面综合考虑，一般中小企业网络营销的博客建议选择BSP博客平台作为企业网络营销的平台。常见适合中小企业营销的BSP博客平台有新浪博客、阿里巴巴博客、搜狐博客等等。

第三步：确定博客营销的内容 企业网络营销在内容上首先要注意的是，先确定以宣传企业品牌为主还是以宣传企业领导人个人品牌为主。如果以宣传企业品牌为主，那么就要突出企业的品牌形象。如果是宣传企业领导人个人品牌为主，那就要重点突出老板个人的魅力，比如三一重工向文波的博客。内容为王，博客的内容是进行博客营销的基础，没有好的内容就不可能有高效的博客营销。什么样的博客内容才是好内容呢？单独的宣传企业，介绍企业产品的内容肯定不是好的内容，只有对顾客真正有价值的真实、可靠的内容才是好内容。因此，博客的内容一定要跳出本企业，站在行业甚至整个市场经济的高度，关注本行业热点问题，发布本行业最新的热点新闻。网络营销的内容不求多，一定要注意质量，能原创的要尽量原创，比如经常发布一些本企业的市场活动、新产品信息等等。有条件的企业，可以招聘专门的记者采集新闻信息，没有条件的企业，可以改编网络上的热点行业新闻。

第四步：制订博客的长期维护 笔者以前也教一些企业也使用过博客营销，但是他们很快就抱怨没有效果，不能“速成”，这实在是冤枉了博客营销！我曾经在很多场合多次讲过，网络营销的方法有无数种，我们只要用心去用好某一种方法就能达到宣传的效果。“点石成金”“立竿见影”的方法是没有的，任何一个成功的办法都需要时间和精力去长期的经营，博客营销作为一种低成本推广方式更是如此。博客营销能否成功，关键在于坚持，

只有持续不断的努力才会有回报。因此，企业一定要制订维护计划，安排专门的人来负责博客内容的更新。比如可以发动企业的员工，要求每个员工每周在企业博客上发3篇文章，当然，也可以包企业博客外包给专业人士来维护。但是一定要每天保持博客内容的更新，同时每一篇博客文章后面都要带上企业的宣传信息（关键词）或更多精彩文章推荐，比如可以推荐10篇更多精彩文章，把文章标题和链接地址写出来（链接到企业页面上去）。如刘兴发的新浪博客

（blog.sina.com.cn/meinvshidai），除了经常保持更新外，每一篇文章后面都会说明文章来源和地址。第五步：保持与客户的沟通互动 企业博客经过一段时间的维护更新后，肯定会慢慢的有客户过来访问，这些访客可能会留言给企业。如果利用好博客营销这一独特的双向传播性特点做文章是博客营销效果转换的关键。因此，一定要注意，首先必须及时关注和回复访客的留言，尤其是一些咨询产品价格的重要信息。另外要采取一定的激励措施（如赠送礼品或优惠等），刺激访问者留言，增加平台的互动性。企业博客成功的几个关键细节 1．博客开通历史 时间越久，访问者对博客的信任感越强，品牌可信度越高，也就越容易达成销售意向。 2．博客总浏览量 一个好的总访问量会给访问者增强信心，很少的访问量难免让人怀疑。 3．博客日浏览量 出来之前累计的总访问量，还要有一定的日访问量，这是坚持维护更新的结果。 4．访问者的评论 以往访问者对博客的评价将会是你的博客营销对象对博客和你的企业进行评判的一个重要标杆，如果你的博客评论后面全部是一些负面信息，相信有意向的客户看了以后都会马上离去。 5．博客内容 什么样的内容就会带

来什么样的眼球，企业博客要审视为博客带来人气的是哪些内容？这些访问者是冲甚么来的？这是最重要的是，这些访问者是你的潜在合作伙伴或者顾客吗？另外要注意的是，企业博客作为企业网络品牌的桥头堡，一定不能用低俗内容作为吸引访问量的手段，那样只会弄巧成拙，给企业品牌带来负面的效果。 F8F8" 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