

# 《手把手教你BLOG行销》

## 图书基本信息

书名：《手把手教你BLOG行销》

13位ISBN编号：9787508437354

10位ISBN编号：7508437357

出版时间：2006-5

出版社：中国水利水电出版社

作者：只说

页数：137

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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《手把手教你BLOG行销》

## 内容概要

本书是一本实用的博客应用手册，是根据作者多年的实际经验编写的。详细介绍了如何申请博客，如何提高博客流量，如何提高博客传播质量的实用技术和技巧，是一本web.2.0条件下互联网行销的指导书籍，更是博客进阶的基础读物。

# 《手把手教你BLOG行销》

## 书籍目录

序一序二前言第一章 背景知识 第一节 缘起 第二节 一点打击 第三节 blog基础 第四节 网络阅读基础第二章 开始建立一个blog 第一节 比较blog、论坛和即时通讯的申请 第二节 建立独立的blog 第三节 三大功能、八项注意 第四节 写作的几个注意点 第五节 BSP ( Blog Serves Prvider ) 介绍：Blogcn攻略 第六节 BSP介绍：Bokee攻略 第七节 BSP介绍：Donews攻略 第八节 BSP介绍：MSN Spaces攻略 第三章 如何提高流量 第一节 如何提高流量 第二节 搜索引擎优化 第三节 站点定位 第四节 国际交往 第五节 选择适合blog圈子 第六节 积极参与热闹话题 第七节 推荐有价值的内容 第八节 blog对话与主题讨论 第九节 吸引注意 第十节 分析blog习惯 第十一节 网摘与文章推广 第十二节 网摘基础知识 第十三节 网摘站点列表 第十四节 使用网摘 第十五节 跟踪热门标签 第十六节 Technorati介绍 第十七节 Technorati其他使用方法 第十八节 blog频道 第十九节 如何聚合blog频道第四章 如何提高传播质量 第一节 识别你的读者 第二节 关键词分析 第三节 征订趋势分析 第四节 试验以了解用户 第五节 更新时间和频率 第六节 语言问题 第七节 偏好设置第五章 如何保留用户 第一节 保留用户的隐性因素 第二节 美化你的blog 第三节 从颜色开始 第四节 使用图片 第五节 框架和字体 第六节 方便访问的blog 第七节 7个tips让你更有亲和力 第八节 去除blog上的广告 第九节 转载和引用第六章 blog特殊的传播途径 第一节 blog特殊的途径 第二节 “三架马车” .....第七章 发掘潜在用户第八章 更深层次的问题附录1 BSP介绍附录2 中文blog之“一 二 三 四 五 六 七” 附录3 词汇表附录4 常见问题

# 《手把手教你BLOG行销》

## 精彩短评

- 1、每有太大的帮助
- 2、内容一般，网上都有，排版非常不好，字小、标题不清楚，看起来非常费力。
- 3、这本书不错，一些基本知识介绍。我读完了。

1、原文：<http://www.doumiao.net/www/20/2008-04/610.html> 《手把手教你BLOG行销》这本书完整地介绍了Blog的来龙去脉以及搭建维护的一整套流程。同时也给出了一些如何提高博客流量、如何保留用户和如何推广博客的技术和技巧，虽然涉及到的方方面面很多，但每一点都几乎是一笔带过，主要对象也只是针对个人博客用户，对于企业博客的应用和推广也只是简单的提到了一下。另外，最近两年里博客的发展更是迅速，而此书出版于两年前，对于新技术和新知识都无法涉及，以现在的眼光看这本书会觉得过时了。总的来说，这本书只能作为博客基础知识的一本入门参考书，如果你的网龄不到三个月，那么这本书应该会对您很有帮助，否则的话，还是不要买了。

2、from: <http://horse.yo2.cn/articles/blog-marketing-book.html> by horse我不是说我是一条狗。我是说，我把这本书当鸡蛋，而我在没事找碴。这是一本Web2.0时代的关于Blog的书，注定了它所包含的绝对不是薄薄的一百多页纸的二十多万字。这也是纸质媒体的局限性，它无法给一个链接让读者方便地访问别的网页获取相关信息。我想，这就是为什么老徐的Blog能出书，而keso的Blog却可能无法出书的原因吧。这是一本信息爆炸时代的关于网络的书，我可以想象作者只说及出版社出版此书的仓促，惟恐下一秒钟世界大变Blog被淘汰了这书就作废了。但是.....幸好这不是一部文学作品，而是一本工具书，所以，请容许我对书中存在的一些鸡毛蒜皮的与技术、理论无关的不足之处挑出来（我在大概70页之后作过一些笔记，所以对别处的也就不提了；我没去只说的Blog对照书的网络版，所以不知道一些错误是否已经在网上更正了）——1.少数的内容重复。如78页和83页关于Feedburner的内容都提到：“有些朋友甚至认为，Feedburner是一个比RSS阅读器对Blog作者更有意义的东西，不仅可以获得订阅的统计数据，而且可以产生Blog小环境。”又如116页和122页关于教学研究Blog的内容都说：“Blog也许不能给我们一个机会真正认识我们的老师，他们却早早发现了Blog可以作为教育的另外一种形式，也许是因为Blog比教鞭更有耕耘的意味所在。于是Blog开始成为这前早已被辛勤的教师作为教育工具。”呵，似乎只说不是在故意重复内容以加深读者印象，而是写到后面忘记前面写过了。2.对“Blog”概念的混用。如95页《本地商业》一节，只说好像把“写Blog的人”也用“Blog”表示了，以至我看得有点理解障碍，需要耗点时间思考Blog放在这个地方是指哪个意思。为何不用“Blogger”呢？另外，一些单词如Review、Comment只说为什么不用中文呢？这些词翻译成中文好像不会造成表达障碍。3.部分语言晦涩难懂。有的可能是写得过于简单本人看不懂，有的可能是句子本来就难理解。比如92页倒数第二段：“最方便的是，可以提供页内的链接，例如页内链接就是一个名为“handbyhand”的页内链接，如果用Web编辑器，需要手工写代码才能做到。”我很难理解这个句子；又如94页，第二节第三段：“这个新开的Blog其实没有什么影响。正是信息发布，这个Blog在圣诞节和元旦期间不断地发布优惠信息以及活动信息。”好像有点没逻辑；再如95页，第三节最后一段的“这就是所以Douban为什么能够如此受欢迎”，好像是句病句；还有96页、97页的“一个恶意的攻击的害处，往往会摧毁用数倍于它的下面评论建立起来的信誉。”“还有，包括前一段时间李开复博士跳槽的风波，就专门开了李开复博士的官方Blog，用来解释这件事情的前因后果，因此在中文Blog里面广泛介绍和引用。”“他们的第一个Blog建立在雪弗兰下的Small-block发动机部门建立的。”个人感觉这些句子都有点病句的味道.....另外，错别字，我就不一一列举了；再另外，79页，Rojo好像不是中文的阅读器啊...俺这人常写病句错字找不出来，却给只说找了这么多，希望只说别生气啊。总体上说，这确实是一本不错的“Blog进阶的基础读物”（这是只说自己给书的定位）。或许你也用Feedburner、Technorati，或许你也在用Blogbus的Blog，但是你很可能会没有只说了解得那么深，只说会告诉你一些更进一步的应用，使用一些功能时需要注意的问题。噢，只说还让我了解了Blog的一些历史。写这么多都差点忘了这是一本关于Blog行销的书了！行销？离我好像有点远.....

3、当初我买这本书是冲着只说的名号去的，但是翻看了几下只能大呼上当。没有任何有价值的信息。尤其是web的发展如此迅速。到真的不如直接去读只说的blog有用呢

4、老横不知道从哪里搞来了这本书，我早已经听说过这本小册子的鼎鼎大名，于是拿过来翻上一翻，不翻则已，一翻就欲罢不能了，一口气把这本书基本上算是拜读完了。我对这本书的名字感到了些许的遗憾；行销。其实行销这个名字，对我个人而言，是有点臭的。但其实这本书是完整地介绍了Blog的来龙去脉和搭建维护的一整套流程。书的内容非常好，虽然在BSP攻略里，居然没有提到Blogbus的大名。书中有些段落可以看出并非作者自己撰写的，而是本人似曾相识的。不过，这无关紧要。这本书我不认为是一本学术的书，无需遵守太多的规范。但这本书具有学术参考的意义。可以

## 《手把手教你BLOG行销》

这么说，商用学用两相宜。

# 《手把手教你BLOG行销》

## 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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)