

博 客 營 銷 案 例

11 周獲得 5 萬個外鏈的秘訣

越來越多的開始寫博客，有些人寫博客純為好玩，有些人寫博客則是為了賺錢，不管是哪一種人，有一點是相同的：博客的訪問量越大，他們就越高興。遺憾的是，許多人雖然開了博客，但是由於不懂得怎樣去推廣，博客的訪問量非常低。

英國的 Patrick 在 2007 年 6 月份創辦了一個名叫 Blogstorm 的博客，在 3 個星期即獲得了 10000 個反向鏈接，11 個星期獲得了 50000 個反向鏈接，擁有 2000 多個 RSS 訂閱用戶，成為英國最大的博客之一。

11 周獲得 50000 個外鏈的秘訣。

秘訣一：博客上線前的準備
在博客上線之前，你應該準備好一些能夠吸引人的資源，比如好用的工具，精彩的文章等。在 Blogstorm 正式上線之前，我準備了一個鏈接跟蹤工具，這個工具可以讓站長查看鏈接到網站的反向鏈接。因為這個工具，我的博客從眾多相同類型的博客中脫穎而出，吸引了大量的訪問者。

當然，我還有些其他一些有用的工具正在測試中，在以後的幾個月，我會陸續推出。前面提到的鏈接跟蹤工具是我專門設計的，其目的吸引大家對 Blogstorm 的注意，希望 Blogstorm 成為大家瞭解鏈接跟蹤以及社會化媒體營銷的地方。

另外，我精心地設計了網站的外觀，儘量減少廣告的數量，讓瀏覽者獲得最佳的體驗。對網站的模板，我精心地做了 SEO 工作，保持 Title、Tag 的唯一性，並認真檢查自己的每一篇文章，確認沒有重複的內容或低價值的頁面。我還仔細地檢查了網頁的源代碼，讓源代碼儘量精簡。這一點非常重要，你必須保證你的網站上每一個功能都工作正常，比能夠能夠正常地出現在 Dig 的首頁，能夠常常訂閱 RSS 等。

秘訣二：內容
我的 Blogstorm 博客的前四篇文章分別是：
歡迎來到 Blogstorm
我們怎樣提高服務水平？

如何使用 hotlinks 和 Google 圖片建立網站的自然鏈接
Google Analytics (分析) 和 Google 新界面的高級使用技巧
對於一個新聞的博客，開始的幾篇博文將決定這個博客的未來。如果瀏覽者來到你的博客，讀到的都是一些毫無實際意義的文章，他再也不會來第二次。我本人也是經常這樣想的，如果一個博客站長經常寫的都是些意義不大的文章，那麼也不要期望哪天奇蹟出現，他會突然寫出一篇高質量的文章。

《Google Analytics (分析) 使用指南》是一篇有深度的文章，對大多數站長都很有用。這篇文章是我很久以前寫的，這一次 Google 啓用新的使用界面之後，我對這篇文章進行了修改並重新發表。令我感到欣慰的是，由於這是 Google 啓用新的使用界面之後，出現得最早的一篇全面介紹 Google 新界面的實用性文章，在社會化媒體網站上獲得了許多網友的推薦。

秘訣三：網站上線

網站上線第一件就是發郵件給你的朋友，讓他們在各自的博客上評論你的網站。首先從你認為會幫助你的人開始，列一個清單，發郵件給他們，讓他們評論你的博客。我的 Blogstorm 上線時，我選給網絡上一些知名的博客發了郵件，結果是有幾個比較知名的博客上出現了對我的博客評價的文章，利用這種方法，我在第一個星期就輕鬆獲得了 30000 個瀏覽者。

實際上，一個新的網站上線是沒有任何秘密，你需要的只是市場的時間，一個好產品和辛勤工作。主要的步驟是：
1. 發郵件給那些可能對你的博客有興趣的人。
2. 使用社會化媒體。
3. 積累你的個人聲譽。

秘訣四：取悅你的訪客
新站上线之後，許多人急著製造鏈接誘餌以吸引更多的訪客，但大部分訪客並不喜歡包含大量鏈接及廣告的文章。我通常的做法是，

將含有鏈接誘餌的文章數量限制在每週一篇，保證其他文章都是對瀏覽者有用的。當然，有時候高質量的文章本身就是個非常好的鏈接誘餌，這樣對站長及訪客來說，是一個雙贏的局面。

秘訣五：鏈接誘餌
如果你能夠花心思每個星期創造一個真正吸引人的鏈接誘餌，久而久之，你的訪客將開始期待它，有些訪客還會自發在其他社會化媒體網站上宣傳你的鏈接誘餌。

我在推廣 Blogstorm 博客上的鏈接誘餌時，用得最多的是社會化媒體網站，如 stumbleupon、reddit、digg 等。

除此之外，我還用其他的一些鏈接誘餌來增加網站流量以及外部鏈接，John Chow 的博客能夠獲得大量的流量，因為他利用博客賺了很多錢，Blogstorm 博客能夠獲得流量，因為我告訴人們通過鏈接誘餌我獲得了多少流量，以及每個鏈接誘餌為我帶來了多少流量。

秘訣六：聲譽建設
對每一個寫博客的人來說，時刻關注別人對你的評價是十分重要的，這一點對一個新上線的博客尤其重要。當發現一些批評性的建議或負面信息時，要迅速回復，並採取相應的行動。

秘訣七：高質量的內容
人們常說，內容為王。要想在網絡上建立一個成功的博客，高質量、不斷更新內容是必不可少。我希望任何來 blogstorm 的人，都有機會學到一些新的網絡營銷技巧，這將有助於他們推廣他們的博客。

沒有良好的營銷，沒有人發現你的博客。沒有良好的內容，沒有人會堅決閱讀你的博客。

作者：Patrick Alhoft

譯者：Samson520

小手機對 Google 的大挑戰



據美國《商業週刊》報道，Google 面臨的最大威脅可能並非微軟或雅虎，而是人隨身攜帶的手機。它將使 Google 和其它互聯網公司面臨更大的壓力：它們必須改變處理網絡廣告的方式。

隨著越來越多的人使用手機訪問互聯網，可供 Google 及其廣告客戶合作夥伴利用的廣告位尺寸變小了。Google 靠銷售廣告位賺錢，在手機上，其廣告位的尺寸會大大減小。

iPhone 成為導火索
目前，Google 可以在一個標準計算機顯示屏上放置約 10 條廣告。但是，如果通過手機訪問 google.com，我們只能看到 1 或 2 條行廣告。

想像一下這種可怕的情景吧：可供銷售的大多數產品突然消失不見了。隨著手機或成為通往互聯網的大門，依賴網絡

用短信服務，他們父輩的戶這裏獲得收入。未來將出現更多的個性化廣告。免費的內容系統適合尺寸較大的 Web 網頁，這樣的網頁可以顯示更多的廣告。在手機上，Twitter 等系統將必須走上收費之路，或者通過其它途徑獲得收入，否則就只好閉門。消費者不會願意使用免費的內容廣告，因此唯一的水平。

這也是手機互聯網給我們帶來的最大變化之一。廣告客戶將越來越依賴於個性化技術。目前，廣告網絡根據消費者在多個網站上的行為，然後向用戶發送精準投放廣告。這種基於行為的精準投放廣告的點擊率是標準橫幅廣告的 5-10 倍。

個性化技術很有效，數家公司仍然在努力，希望進一步提高它的效率。微軟最近提出了一項專利申請，可以利用信用卡交易、估計的地理位置、看電視的習慣等線索數據，在用戶下次上網時發送定制廣告。上午給兒子買體育用品，下午觀看中學足球賽，回到家觀看 ESPN 頻道，這些行為都會導致用戶在手機上接收到個性化的廣告。

顯示互聯網網頁的顯示屏越來越小了，Google 不會放棄這一塊肥肉。互聯網研究機構 comScore 則採用名為“生物簽名”的技術來實現個性化。這一系統可以確定在電腦之前的是家庭中的父親、母親還是兒童，並將這一信息與互聯網用戶數據進行匹配，從而提高廣告的商業價值。

Android 軟件將促使手機用戶瀏覽更多的網頁，這會帶來更多的廣告位。增加廣告位數量對於 Google 是至關緊要的，證據就是 Google 最近宣佈將開始銷售手機顯示廣告。

手機互聯網帶來的另一個變化是，消費者可能必須開始為過去“免費”的內容買單。目前，Web 上有許多免費內容。大多數的“免費”內容模式只是將成本轉移到了廣告客戶。如果 Twitter、Facebook、Digg 等社交網絡無法獲得廣告客戶的廣告預算，它們將試圖從用

戶這裏獲得收入。未來將出現更多的個性化廣告。免費的內容系統適合尺寸較大的 Web 網頁，這樣的網頁可以顯示更多的廣告。在手機上，Twitter 等系統將必須走上收費之路，或者通過其它途徑獲得收入，否則就只好閉門。消費者不會願意使用免費的內容廣告，因此唯一的水平。

這也是手機互聯網給我們帶來的最大變化之一。廣告客戶將越來越依賴於個性化技術。目前，廣告網絡根據消費者在多個網站上的行為，然後向用戶發送精準投放廣告。這種基於行為的精準投放廣告的點擊率是標準橫幅廣告的 5-10 倍。

個性化技術很有效，數家公司仍然在努力，希望進一步提高它的效率。微軟最近提出了一項專利申請，可以利用信用卡交易、估計的地理位置、看電視的習慣等線索數據，在用戶下次上網時發送定制廣告。上午給兒子買體育用品，下午觀看中學足球賽，回到家觀看 ESPN 頻道，這些行為都會導致用戶在手機上接收到個性化的廣告。

顯示互聯網網頁的顯示屏越來越小了，Google 不會放棄這一塊肥肉。互聯網研究機構 comScore 則採用名為“生物簽名”的技術來實現個性化。這一系統可以確定在電腦之前的是家庭中的父親、母親還是兒童，並將這一信息與互聯網用戶數據進行匹配，從而提高廣告的商業價值。

Android 軟件將促使手機用戶瀏覽更多的網頁，這會帶來更多的廣告位。增加廣告位數量對於 Google 是至關緊要的，證據就是 Google 最近宣佈將開始銷售手機顯示廣告。

手機互聯網帶來的另一個變化是，消費者可能必須開始為過去“免費”的內容買單。目前，Web 上有許多免費內容。大多數的“免費”內容模式只是將成本轉移到了廣告客戶。如果 Twitter、Facebook、Digg 等社交網絡無法獲得廣告客戶的廣告預算，它們將試圖從用

新的研究第一次表明，人們處理金錢和社會價值問題在同一个腦皮層區域內進行，而在人們下決心的時候，我們很可能會在這兩個腦區互相權衡那麼哪一個將會占上風呢？金錢還是社會道德標準？

“我們從對兩者的行動和意識的研究中表明，人們將社會道德感於更重要的位置。這是一個非常大的影響，哪怕是在與另外一人的直接競爭中。”貝塞斯達國家精神健康學院(NIMH)神經系統精神學博士後獲得者卡羅萊說。

卡羅萊的 NIMH 團隊和她們位於日本國家生理科學院(NIPS)的合作者採用不同的方法來確定人們在腦皮層處理社會價值觀的方式，而腦皮層在較早的時間一直被認為是人們處理金錢問題的中心。

研究者們認為，當我們考慮如何決定的時候，我們會以金錢的方式去衡量並考慮其代價和報酬，並選擇其中較優的方式。額外地，研究者注意到人們的大腦在下決定的時候，會考慮各方收益和其它相對的權衡的影響，因為這些都在同一個腦區位置處理。

“儘管我們的直覺知道，好的名譽會讓我們自己感覺良好，但好名譽能充當其中一個報酬的理論在很長的一段時間內只是一個沒有科學根據的假設。”日本 NIPS 神經系統專家 Norihiro Sadato 說。

在 NIMH 的研究中，調查者們掃描了 72 個參加贏錢的電腦遊戲的自願參與者的腦部。科學家們在創造一個任意排位的遊戲，一些虛構的玩家相比於真實的玩家玩得更好，而另外一些虛構的玩家則玩得更差。參與者們被告知遊戲中的排名不會影響他們獲得金錢的數目，但獲得更多的錢能提高他們在遊戲中的排名。

卡羅萊說：“我們發現參與者對於其其它玩家特別是對於其其它玩家的排名數據大

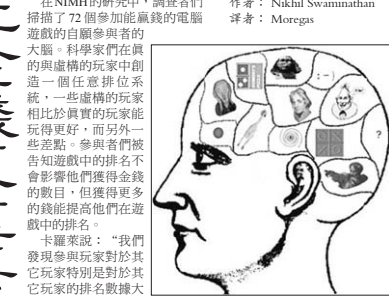
腦反應非常強烈，我們原先沒有想到如此深的反應。”她補充道，這個等級排名看起來沒有任何值得關心的地方，甚至當這個排名不會對金錢造成任何的影響。

根據卡羅萊的說法，當玩家在贏得美金的時候能夠有機會提高他們的社會地位時，腦皮層變成了一個純粹的心理活動，而這並不是唯一的顯示玩家在於其他人怎麼看他們指標。她說另外一個大腦區域(medial prefrontal cortex)也牽涉於當玩家被要求成續關於他們的玩家的照片時表現出的對其玩家的狂熱狀態。

其它的發現：當玩家回答問題錯誤而排名較低的玩家成功時，處理腦區上痛苦的大腦區域變得活躍(扁桃腺和 POSTERIOR CINGULATE)。研究者推測原因可能是因為他們這樣會縮小他們排名優勢，解決者發現當玩家在競爭中抽離之後其大腦的情感控制中心達到最活躍，指出他們太在意他們的排名了，以致於他們的排名受到威脅時，會變得過度敏感。

NIMH 的主管托馬斯在一個刊物上發表說：“我們在研究我們的動機位置時，他注意到這個新發現專注於大腦處理社會地位將怎樣造成嚴重的公眾健康影響，甚至有可能將創建一條通向新的減壓治療的道路。

作者：Nikhil Swaminathan
譯者：Moregas



奚定一中醫師

中華傳統醫學名家
中國藥業行業著名專家
世界名人醫學專家

臨床四十八年經驗值得信賴!!!

電話：(626) 821-0626
傳真：(626) 821-0626
733 W Noami Ave. #M,
Arcadia, CA 91007

更多資訊請上網查詢：www.jcherbs.com

光明中醫健美研究所

研究員 **李光明** 中醫師

近五十年中醫臨床治療經驗，國際老年病防治協會研究員，醫科大學畢業三代祖傳世醫，中醫藥美容研究學會研究員

中醫藥複健項目	中醫藥美容項目
高血壓病，甲乙肝病 各種痛症，不孕育症 更年期病，婦科炎症	用中藥膏，點五色痣 去各類斑，除各種疣 內服中藥，消淺色斑

2618 W Main St. #H, Alhambra, CA 91801 手機：626-203-5890