

BENCHMARK 101
BENCHMARK 101
BENCHMARK 101



Top 10 Ways to Communicate with Your Twitter Followers



benchmark email benchmark email benchmark email

10 种与 Twitter 关注者有效的沟通方式

五年前，一群程序设计师与社群网站爱好者组成一个小型研发团队，并催生了 Twitter。从此，全球广播 140 字的推文成了现代传媒整合共识的一环。推持的成长可说是突飞猛进。虽然 Twitter 的推文在创立后第三年才突破十亿大关，如今却可在一周内达到十亿推文的规模。每天有 50 万左右的人注册成为 Twitter 新用户，几乎等于科罗拉多州丹佛市的人口。

Twitter 的用户为大多数社群网络营销企业锁定目标市场的参照指针。Twitter 爱好者主要由市区的科技玩家所组成，而且大部分居住在纽约，其次是洛杉矶、多伦多、旧金山与波士顿。他们的年龄层偏低且活跃度高，半数为 30 岁以下的年轻族群，尤其是 20 岁的关注者人数破表。每 5 则推文中就有 2 则来自网络联机行动装置，光在 2010 年其比例就已提升 182%。

在利用 Twitter 开发客源方面，美国企业整整落后其他国家的企业一大截。仅有 35% 的美国企业在 Twitter 与顾客交流，反观，使用 Twitter 的中国企业却有 44%；墨西哥有 50%；印度则有 52%。为了迎头赶上国际发展趋势，美国当地营销业者应起而意识到 Twitter 空前的主导力，并直接将触角伸及核心顾客。

加入 Twitter 的必胜理由：

- 培养品牌意识
- 展开病毒式营销活动
- 创造并掌握传媒商机
- 开发新客户
- 拓展人脉
- 强化顾客忠诚度
- 推广产品与服务
- 经营在线口碑
- 掌握产业趋势并了解竞争者
- 提高顾客参与度

企业藉由 Twitter 社群壮大的全球趋势日益彰显，该是你立即展开 140 字推文在线攻略的时候了。倘若你已是 Twitter 的一员并在其中与顾客进行双向沟通，更应该善用以下十大法则让你的企业品牌发扬光大，才能比那些不推不问、状况外的竞争者更有胜算。

1. 凸显推文的价值

官方推文讯息固有其价值，但若欲提升读者的参与感，企业应加码推文本身的阅读价值，甚至让价值凌驾于文字之上：

- 提供顾客实时、交互式服务
- 诚挚倾听顾客的意见
- 发送奖励以鼓励品牌推广
- 以独享折扣与优惠，犒赏 Twitter 关注者
- 赠送电子书、指南、报告、白皮书、导引等价值性高的文宣
- 分享读者感兴趣的文章与多媒体影音
- 传送实时新闻与相关信息给周遭关注者
- 提供与关注者切身相关或企业品牌的专业信息与社群时事
- 对于提问有问必答，且讲求精确迅速。
- 着眼于告知和参与，而非一味推销

这些都是让关注者对企业忠心耿耿的主力。千万别错失良机！

2. 扩大关注者的活动空间

Twitter 可说是企业的良师亦友。任何市场研究都不及 Twitter 民调以及用心倾听关注者来得实时且精准无误。欲了解目标市场的需求与顾客的品牌印象，Twitter 是不可或缺的平台。顾客往往不是为了看广告而订阅企业推文，他们其实想进一步参与并投入自己感兴趣的企业品牌，随时追踪相关主题。与传统由上而下—「立即购买」的广告典型背道而驰，透过官方、有声望的信息来源，Twitter 巧妙地将营销定位在顾客信任的建立与维护上。任何企业都希望能将品牌融入关注者社交圈，并有效带动网络社群的对话与交流。让关注者升级至忠诚的品牌倡导者的，是那些促进买气却绝口不推销的企业。

3. 实时推文活动

现场实时推文主打启发性，且与现实生活中活动相关的内容，它不只是一门艺术，更是吸引同好与号召关注者的最佳战略。实时推文并不仅限于世界杯或苹果的大型「科技产品发表会」；实时推文包罗万象，任何与企业部门相关的动态都是一扇机会之窗。无论是商务会议、研习、商展、公司大会等，都是实时推文触角可及之处，其中尤以当红、热门的电视节目最为关注者所津津乐道。音乐唱片公司可能在《欢乐合唱团》(Glee)的播出时间，在推文中为剧中的歌曲排名；科学研究公司也可以针对《宅男行不行》(The Big Bang Theory)中黑板上的物理演算公式进行讨论；甚至连健身公司也能在 Twitter 上实时掀起《超级减肥王》(The Biggest Loser)中减重运动的热烈讨论。

4. 举办交互式竞赛与抽奖活动

想让自家品牌在 Twitter 上引起兴奋和注意，办场比赛活动绝对是上上策。以下为如何在 Twitter 上成功地办场出色的竞赛与抽奖活动的要诀。

- 比赛活动奖项不仅要吸引人，还要与企业品牌相呼应。奖金与科技产品是不错的选择。
- 经常性的小奖励远比特大奖更诱人(大家总觉得大奖是专为企业内部而设的)。
- 透过相关组织、网站、部落格等管道，进行活动的交叉推广。
- 让活动报名易如反掌。最佳途径莫过于邀请关注者利用@或主题卷标回复独特的关键词。(转载推文若只是一味复制关键词，就和垃圾讯息没什么两样。)
- 不要再想要收报名费这种事了。
- 只要有心，每个人都可以当评审。一般关注者都对不够透明化的黑箱作业抱持怀疑态度，因此，最好让关注者自己决定谁是比赛最后的赢家。
- 将此次竞赛活动与企业社群媒体和营销目标作整合链接。

比赛活动落幕后，仍需持续力推趣味盎然的信息内容，才能套牢那些得来不易的潜在客源。

5. 鼓励上 Twitter 聊天讨论

Twitter 聊天室是志同道合的关注者们聚会讨论的场所，也是聚集、告知或娱乐广大阅听者最有感染力的方式。Twitter 论坛的经营模式琳琅满目，罗列如下：

- 提问式单一主题 – 固定每隔一段时间，默认若干讨论主题
- 提问式多项主题 – 由关注者提议讨论主题
- 问答集 – 固定每隔一段时间，由某一特定访客回答若干问题
- 自由讨论 – 可自由选定主题，让所有关注者畅所欲言

不同主题与企业品牌适用的讨论形式不尽相同，在找到企业合适的模式前，请勇于多方尝试。擅用多媒体影音提升参与感；邀请具强大号召力的客座嘉宾，抑或是许诺关注者一个愿景，都对 Twitter 论坛有意想不到的加分效果。和其他网络社群一样，Twitter 聊天室起步较慢；不过一旦经营成功，便能一飞冲天，成长得超乎想象。

6. 用严谨的态度、轻松的聊天方式来推文

当然公司里的收发小妹或小弟也没有理由写不出妙趣横生的推文，但大部分的人还是比较想看到高阶主管撰写的 140 字推文。纵使你们的 CEO 忙得不可开交，根本没时间亲自推文，无论如何还是强烈建议公司上层要勤写推文，透过 Twitter 与品牌追随者保持良好联系。只要有智能型行动装置，随时随地都可轻松推文、留言建议、发想点子并分享给所有关注者，如此一来，不仅能有效管理、连结企业上下，还能吸引潜在与现在顾客的目光，影响层面广泛。

企业执行长应学习合宜的推文写作手法：多给予个人意见与评论，少强调千篇一律的销售数字或产品规格。有鉴于许多企业在 Twitter 的大好前程皆白白断送在虎头蛇尾的管理阶层手上，公司的执行长若想与关注者维持细水长流的友好关系，保持兴趣一致性与持之以恒地推文，绝对是成功关键。最重要的是，「三思而后推文」这句座右铭最好能牢牢贴在企业执行长的智能型手机上，因为任何愤怒、报复性或没经过大脑思考的推文或响应，都会危及整个企业品牌在网络与现实世界的声誉与存亡。

7. 保持高参与度并实时响应

想随时了解 Twitter 圈的关注者对企业品牌的看法，方法不胜枚举，但 Twitter 搜寻仍是不容忽视的风向球。在 Twitter 键入与自家品牌相干、具辨识度的关键词来搜寻，以及订阅新闻摘要，你就能随时掌握 Twitter 论坛的最新脉动。

要谨守凡事适可而止的原则，而且永远不要过度反应。别忘了网络本来就是无礼、未开化并以落井下石为标竿的险恶之地，所以千万不要因网友些许负面的评语而大惊小怪、猛炮反击。只要一笑置之，一切自然会风平浪静。过火的负面诽谤应在萌芽阶段便即刻制止，特别要避免有心人士在 Twitter 刻意转载。网络危机管理的首要法则便是实时、诚实、公开。若发现推文有任何捏造的不实诽谤或误导谣言，请不要迟疑，立即为公平公正挺身而出。倘若因企业本身的不当行为而造成信誉受损，则应当迅速展现诚意、由衷道歉。在 Twitter 圈中，沉默便是认罪，因此该为自己主持正义时，就不应退缩，应当下表明立场。

8. 扩展企业关注者

对于那些有兴趣谈论企业品牌的关注者，藉由点击他们的账号，便可进一步获得关注者的个人基本资料，这便是 Twitter 搜寻的另一优点。下一步应采取的行动，就是亲自关注这些关注者，让他们对企业留下深刻的印象，进而为你高谈阔论地宣扬企业品牌。Twitter 一贯的定律就是重质不重量，一小撮死忠、参与感高的关注者远胜于一大票兴致缺缺的乌合之众。以下提供如何建立有效率又有效果的关注模式：

- 大肆宣传企业的 Twitter 账号，小至公司官网、其他社群网站、电子信件，大至公司名片、书信表头、产品包装、所有在线或现实世界中的各式广告，让自家 Twitter 账号无所不在。
- 鼓励企业 Facebook 粉丝，以及来自各方社群网站的关注者，踊跃加入公司 Twitter。
- 多与号召力大的关注者互动，藉以吸引更多关注者。
- @向关注者强调：透过成为企业的关注者，进而与原本想要关注的网友连结，如此的交叉关注模式对关注者好处多多。
- 多贴些与时事主题相关的受用推文。

若一味以金钱利诱关注者，则好比肉包子打狗，有去无回；不仅是滥竽充数，而且收买而来的关注者名单一经外流，容易成为众矢之的，眼尖的竞争对手更可趁机公开羞辱、揭露你的恶行疮疤。诸如在 Twitter 竞速转载或买下当红的 Twitter 账号等，各种五花八门投机取巧的行为，最终都只有自食恶果。有鉴于此，企业不得不谨守 Twitter 的道德规范，违反游戏规则的下场不是收到罚单就是账号遭冻结！

9. 物尽其用—善用 Twitter 工具

在企业创造互动方面，由于 Twitter 上的创新工具日新月异、淘汰速度极快，昨天刚公诸于世的新宠儿可能被今天推出的改良版程序取代，因此我们不可能一一列举最新、最实用的应用软件。想跟上 Twitter 工具汰旧换新的步伐，定期拜读社交商务工具平台—OneForty 不失为最佳快捷方式。该网站将各式应用软件依下列群组分门别类，如社群客户管理(Social CRM)、分析、营销、自动化、品牌追踪并根据独立营运程度与用户评量加以评比。如此一来，企业便得以按不同品牌需求，选择 Twitter 的最适工具，包括：

- 关注者管理能让你实时发现企业遗漏的关注者。
- 建立联络人列表以便让 Twitter 用户所在地一目了然，也提升品牌社群关注者的参与度。
- 搜寻、搜集最新的相关话题，以进一步了解产业趋势。
- 繁复的 Twitter 作业流程一律改采自动化。
- 多在 Twitter 推图像、影音等多媒体内容，藉以深化顾客的品牌经验。

大部分的 Twitter 工具可免费使用，且功能不亚于一般付费的应用软件。需求因不同的企业体而异，因此尽可能尝试各种工具，才能挖掘出企业最适宜的 Twitter 工具。

10. 有效运用电子邮件营销

美国直效营销协会(Direct Marketing Association)一度肯定表示每投资在电子邮件营销的一美元，其回收效益为\$43.62 美元，堪称为最被看好的在线营销管道。藉由整合电子邮件营销活动与 Twitter 经营，企业不但可让在线推文弘扬海内外，还可活络与顾客的关系，使往来更加密切。数据显示，内含网络社群分享按钮的电

子信件，其点阅率足足提升三成。Twitter 也是有始以来电子邮件分享的最佳选择，打败脸书连结，成为广告信件的最爱；此外，若干社群网站上，电子邮件讯息分享点阅率，Twitter 也当仁不让，一路领先脸书 12%。只要勤「推」下列事项，你也可以有效整合 Twitter 与企业电邮营销活动。

- 注册窗体链接
- 新闻稿发布通知
- 新闻稿内容关键词
- 订户优惠活动
- 充分告知订户的权益，包括内文决定权与个人化偏好设定。

Twitter 与过去的一对多广播宣传截然不同，是现代社群网络的新地标。Twitter 是企业与关注者的领航者，开启彼此双向沟通之门，热络关注者对关注者间的开放交流.....不过前提是企业要先克制推销控制欲，并鼓励主客间踊跃交流才行。

关于 Benchmark Email 电子报营销大师

同时为您管理十来份精密的电子报列表、结合上百种电子邮件模板、精准的报告结果与令人耳目一新的电子报与多媒体电子邮件，现在只要用特惠价格，便能一次拥有这些强大的功能。您心动了吗？找 Benchmark Email 电子报营销大师就对了！

我们的电子邮件营销策略深得 73000 名用户的信任，并不无道理(甚至可以列举出 100 个理由)。专为大大小小的企业组织提供电子邮件营销服务，我们提供的功能无人能出其右，人性化的在线工具让营销造势易如反掌，而且价钱公道又实在。

Benchmark Email 不仅是电子报营销大师，还是创新领航者。除了致力于提供完善的电子报营销服务，我们也成立网络社群、采用搜索引擎优化(SEO)与 Web 2.0，因此，我们的在线软件，才能与日新月异的网络密切结合。

只要 9.95 美元，首次注册即能享有如此健全的标准功能，相信再也找不到第二家公司能提供您这样超值的优惠。现在就请上 www.benchmarkemail.com/register 注册我们的 30 天免费试用版。

Benchmark 电子报营销大师联络方式

如有任何宝贵意见或电子报营销相关需求，皆欢迎不吝赐教。联络方式如下：

网址：<http://www.benchmarkemail.com/cn>

电话：(0512) 8555-7099 转 5981

电子邮件：meilin@benchmarkemail.com

立即到 <http://www.benchmarkemail.com/cn/Register> 体验免费试用 30 天！