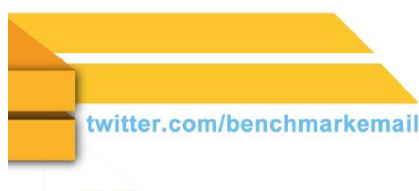


BENCHMARK 101
BENCHMARK 101
BENCHMARK 101 

Top 10 Ways to Communicate with Your Twitter Followers



benchmark
email

10 種與 Twitter 關注者溝通的有效方式

五年前，一群程式設計師與社群網站愛好者組成一個小型研發團隊，並催生了 Twitter。從此，全球廣播 140 字的推文成了現代傳媒整合共識的一環。推特的成長可說是突飛猛進。雖然 Twitter 的推文在創立後第三年才突破十億大關，如今卻可在一週內達到十億推文的規模。每天有 50 萬左右的人註冊成為 Twitter 新用戶，幾乎等於科羅拉多州丹佛市的人口。

Twitter 的用戶為大多數社群網路行銷企業鎖定目標市場的參照指標。推特愛用者主要由市區的科技玩家所組成，而且大部分居住在紐約，其次是洛杉磯、多倫多、舊金山與波士頓。他們的年齡層偏低且活躍度高，半數為 30 歲以下的年輕族群，尤其是 20 歲的關注者人數破表。每 5 則推文中就有 2 則來自網路連線行動裝置，光在 2010 年其比例就已提升 182%。

在利用 Twitter 開發客源方面，美國企業整整落後其他國家的企業一大截。僅有 35% 的美國企業在 Twitter 與顧客交流，反觀，使用 Twitter 的中國企業卻有 44%；墨西哥有 50%；印度則有 52%。為了迎頭趕上國際發展趨勢，美國當地行銷業者應起而意識到 Twitter 空前的主導力，並直接將觸角伸及核心顧客。

加入 Twitter 的必勝理由：

- 培養品牌意識
- 展開病毒式行銷活動
- 創造並掌握傳媒商機
- 開發新客戶
- 拓展人脈
- 強化顧客忠誠度
- 推廣產品與服務
- 經營線上口碑
- 掌握產業趨勢並了解競爭者
- 提高顧客參與度

企業藉由 Twitter 社群壯大的全球趨勢日益彰顯，該是你立即展開 140 字推文線上攻略的時候了。倘若你已是 Twitter 的一員並在其中與顧客進行雙向溝通，更應該善用以下十大法則讓你的企業品牌發揚光大，才能比那些不推不問、狀況外的競爭者更有勝算。

1. 凸顯推文的價值

官方推文訊息固有其價值，但若欲提升讀者的參與感，企業應加碼推文本身的閱讀價值，甚至讓價值凌駕於文字之上：

- 提供顧客即時、互動式服務
- 誠摯傾聽顧客的意見
- 發送獎勵以鼓勵品牌推廣
- 以獨享折扣與優惠，犒賞 Twitter 關注者
- 贈送電子書、指南、報告、白皮書、導引等價值性高的文宣
- 分享讀者感興趣的文章與多媒體影音
- 傳送即時新聞與相關資訊給周遭關注者
- 提供與關注者切身相關或企業品牌的專業資訊與社群時事
- 對於提問有問必答，且講求精確迅速。
- 著眼於告知和參與，而非一味推銷

這些都是讓關注者對企業忠心耿耿的主力。千萬別錯失良機！

2. 擴大關注者的活動空間

Twitter 可說是企業的良好師友。任何市場研究都不及 Twitter 民調以及用心傾聽關注者來得即時且精準無誤。欲了解目標市場的需求與顧客的品牌印象，Twitter 是不可或缺的平台。顧客往往不是為了看廣告而訂閱企業推文，他們其實想進一步參與並投入自己感興趣的企業品牌，隨時追蹤相關主題。與傳統由上而下—「立即購買」的廣告典型背道而馳，透過官方、有聲望的資訊來源，Twitter 巧妙地將行銷定位在顧客信任的建立與維護上。任何企業都希望能將品牌融入關注者的社交圈，並有效帶動網路社群的對話與交流。讓關注者升級至忠誠的品牌倡導者的，是那些促進買氣卻絕口不推銷的企業。

3.即時推文活動

現場即時推文主打具啟發性，且與現實生活中活動相關的內容，它不只是一門藝術，更是吸引同好與號召關注者的最佳戰略。即時推文並不僅限於世界盃或蘋果的大型「科技產品發表會」；即時推文包羅萬象，任何與企業部門相關的動態都是一扇機會之窗。無論是商務會議、研習、商展、公司大會等，都是即時推文觸角可及之處，其中尤以當紅、熱門的電視節目最為關注者所津津樂道。音樂唱片公司可能在《歡樂合唱團》(Glee)的播出時間，在推文中為劇中的歌曲排名；科學研究公司也可以針對《宅男行不行》(The Big Bang Theory)中黑板上的物理演算公式進行討論；甚至連健身公司也能在 Twitter 上即時掀起《超級減肥王》(The Biggest Loser)中減重運動的熱烈討論。

4.舉辦互動式競賽與抽獎活動

想讓自家品牌在 Twitter 上引起興奮和注意，辦場比賽活動絕對是上上策。以下為如何在 Twitter 上成功地辦場出色的競賽與抽獎活動的要訣。

- 比賽活動獎項不僅要吸引人，還要與企業品牌相呼應。獎金與科技產品是不錯的選擇。
- 經常性的小獎勵遠比特大獎更誘人(大家總覺得大獎是專為企業內部而設的)。
- 透過相關組織、網站、部落格等管道，進行活動的交叉推廣。
- 讓活動報名易如反掌。最佳途徑莫過於邀請關注者利用@或主題標籤回覆獨特的關鍵詞。(轉載推文若只是一味複製關鍵詞，就和垃圾訊息沒什麼兩樣。)
- 不要再想要收報名費這種事了。
- 只要有心，每個人都可以當評審。一般關注者都對不夠透明化的黑箱作業抱持懷疑態度，因此，最好讓關注者自己決定誰是比賽最後的贏家。
- 將此次競賽活動與企業社群媒體和行銷目標作整合連結。

比賽活動落幕後，仍需持續力推趣味盎然的資訊內容，才能套牢那些得來不易的潛在客源。

5. 鼓勵上 Twitter 聊天討論

Twitter 聊天室是志同道合的關注者們聚會討論的場所，也是聚集、告知或娛樂廣大閱聽者最有感染力的方式。Twitter 論壇的經營模式琳瑯滿目，羅列如下：

- 提問式單一主題 – 固定每隔一段時間，預設若干討論主題
- 提問式多項主題 – 由關注者提議討論主題
- 問答集 – 固定每隔一段時間，由某一特定訪客回答若干問題
- 自由討論 – 可自由選定主題，讓所有關注者暢所欲言

不同主題與企業品牌適用的討論形式不盡相同，在找到企業合適的模式前，請勇於多方嘗試。擅用多媒體影音提升參與感；邀請具強大號召力的客座嘉賓，抑或是許諾關注者一個願景，都對 Twitter 論壇有意想不到的加分效果。和其他網路社群一樣，Twitter 聊天室起步較慢；不過一旦經營成功，便能一飛沖天，成長得超乎想像。

6. 用嚴謹的態度、輕鬆的聊天方式來推文

當然公司裡的收發小妹或小弟也沒有理由寫不出妙趣橫生的推文，但大部分的人還是比較想看到高階主管撰寫的 140 字推文。縱使你們的 CEO 忙得不可開交，根本沒時間親自推文，無論如何還是強烈建議公司上層要勤寫推文，透過 Twitter 與品牌關注者保持良好聯繫。只要有智慧型行動裝置，隨時隨地都可輕鬆推文、留言建議、發想點子並分享給所有關注者，如此一來，不僅能有效管理、連結企業上下，還能吸引潛在與現在顧客的目光，影響層面廣泛。

企業執行長應學習合宜的推文寫作手法：多給予個人意見與評論，少強調千篇一律的銷售數字或產品規格。有鑑於許多企業在 Twitter 的大好前程皆白白斷送在虎頭蛇尾的管理階層手上，公司的執行長若想與關注者維持細水長流的友好關係，保持興趣一致性與持之以恆地推文，絕對是成功關鍵。最重要的是，「三思而後推文」這句座右銘最好能牢牢貼在企業執行長的智慧型手機上，因為任何憤怒、報復性或沒經過大腦思考的推文或回應，都會危及整個企業品牌在網路與現實世界的聲譽與存亡。

7. 保持高參與度並即時回應

想隨時了解 Twitter 圈的關注者對企業品牌的看法，方法不勝枚舉，但 Twitter 搜尋仍是不容忽視的風向球。在 Twitter 鍵入與自家品牌相干、具辨識度的關鍵字來搜尋，以及訂閱新聞摘要，你就能隨時掌握 Twitter 論壇的最新脈動。

要謹守凡事適可而止的原則，而且永遠不要過度反應。別忘了網路本來就是無禮、未開化並以落井下石為標竿的險惡之地，所以千萬不要因網友些許負面的評語而大驚小怪、猛炮反擊。只要一笑置之，一切自然會風平浪靜。過火的負面誹謗應在萌芽階段便即刻制止，特別要避免有心人士在 Twitter 刻意轉載。網路危機管理的首要法則便是即時、誠實、公開。若發現推文有任何捏造的不實誹謗或誤導謠言，請不要遲疑，立即為公平公正挺身而出。倘若因企業本身的不當行為而造成信譽受損，則應當迅速展現誠意、由衷道歉。在 Twitter 圈中，沉默便是認罪，因此該為自己主持正義時，就不應退縮，應當下表明立場。

8. 擴展企業關注者

對於那些有興趣談論企業品牌的關注者，藉由點擊他們的帳號，便可進一步獲得關注者的個人基本資料，這便是 Twitter 搜尋的另一優點。下一步應採取的行動，就是親自關注這些關注者，讓他們對企業留下深刻的印象，進而為你高談闊論地宣揚企業品牌。Twitter 一貫的定律就是重質不重量，一小撮死忠、參與感高的關注者遠勝於一大票興致缺缺的烏合之眾。以下提供如何建立有效率又有效果的關注模式：

- 大肆宣傳企業的 Twitter 帳號，小至公司官網、其他社群網站、電子郵件，大至公司名片、書信表頭、產品包裝、所有線上或現實世界中的各式廣告，讓自家 Twitter 帳號無所不在。
- 鼓勵企業 Facebook 粉絲，以及來自各方社群網站的關注者，踴躍加入公司 Twitter。
- 多與號召力大的關注者互動，藉以吸引更多關注者。
- @向關注者強調：透過成為企業的關注者，進而與原本想要關注的網友連結，如此的交叉關注模式對關注者好處多多。
- 多貼些與時事主題相關的受用推文。

若一味以金錢利誘關注者，則好比肉包子打狗，有去無回；不僅是濫竽充數，而且收買而來的關注者名單一經外流，容易成為眾矢之的，眼尖的競爭對手更可趁機公開羞辱、揭露你的惡行瘡疤。諸如在 Twitter 競速轉載或買下當紅的 Twitter 帳號等，各種五花八門投機取巧的行為，最終都只有自食惡果。有鑑於此，企業不得不謹守 Twitter 的道德規範，違反遊戲規則的下場不是收到罰單就是帳號遭凍結！

9. 物盡其用—善用 Twitter 工具

在企業創造互動方面，由於 Twitter 上的創新工具日新月異、淘汰速度極快，昨天剛公諸於世的新寵兒可能被今天推出的改良版程式取代，因此我們不可能一一列舉最新、最實用的應用軟體。想跟上 Twitter 工具汰舊換新的步伐，定期拜讀社交商務工具平台—OneForty 不失為最佳捷徑。該網站將各式應用軟體依下列群組分門別類，如社群客戶管理(Social CRM)、分析、行銷、自動化、品牌追縱並根據獨立營運程度與用戶評量加以評比。如此一來，企業便得以按不同品牌需求，選擇 Twitter 的最適工具，包括：

- 關注者管理能讓你即時發現企業遺漏的關注者。
- 建立聯絡人清單以便讓 Twitter 用戶所在地一目瞭然，也提升品牌社群關注者的參與度。
- 搜尋、蒐集最新的相關話題，以進一步了解產業趨勢。
- 繁複的 Twitter 作業流程一律改採自動化。
- 多在 Twitter 推圖像、影音等多媒體內容，藉以深化顧客的品牌經驗。

大部分的 Twitter 工具可免費使用，且功能不亞於一般付費的應用軟體。需求因不同的企業體而異，因此盡可能嘗試各種工具，才能挖掘出企業最適宜的 Twitter 工具。

10. 有效運用電子郵件行銷

美國直效行銷協會(Direct Marketing Association)一度肯定表示每投資在電子郵件行銷的一美元，其回收效益為\$43.62 美元，堪稱為最被看好的線上行銷管道。藉由整合電子郵件行銷活動與 Twitter 經營，企業不但可讓線上推文弘揚海內外，還可活絡與顧客的關係，使往來更加密切。數據顯示，附有網路社群分享按鈕的電

子信件，其點閱率足足提升三成。Twitter 也是有始以來電子郵件分享的最佳選擇，打敗 Facebook 連結，成為廣告信件的最愛；此外，若干社群網站上，電子郵件訊息分享點閱率，Twitter 也當仁不讓，一路領先臉書 12%。只要勤「推」下列事項，你也可以有效整合 Twitter 與企業電郵行銷活動。

- 註冊表單連結
- 新聞稿發佈通知
- 新聞稿內容關鍵字詞
- 訂戶優惠活動
- 充分告知訂戶的權益，包括內文決定權與個人化偏好設定。

Twitter 與過去的一對多廣播宣傳截然不同，是現代社群網路的新地標。Twitter 是企業與關注者的領航者，開啟彼此雙向溝通之門，熱絡關注者對關注者間的開放交流.....不過前提是企業要先克制推銷控制慾，並鼓勵主客間踴躍交流才行。

關於 Benchmark Email 電子報行銷大師

同時為您管理十來份精密的電子報清單、結合上百種電子郵件範本、精準的報告結果與令人耳目一新的電子報與多媒體電子郵件，現在只要用特惠價格，便能一次擁有這些強大的功能。您心動了嗎？找 Benchmark Email 電子報行銷大師就對了！

我們的電子郵件行銷策略深得 73000 名用戶的信任，並不無道理(甚至可以列舉出 100 個理由)。專為大大小小的企業組織提供電子郵件行銷服務，我們提供的功能無人能出其右，人性化的線上工具讓行銷造勢易如反掌，而且價錢公道又實在。

Benchmark Email 不僅是電子報行銷大師，還是創新領航者。除了致力於提供完善的電子報行銷服務，我們也成立網路社群、採用搜尋引擎最佳化(SEO)與 Web 2.0，因此，我們的線上軟體，才能與日新月異的網路密切結合。

只要 9.95 美元，首次註冊即能享有如此健全的標準功能，相信再也找不到第二家公司提供您這樣天大的優惠。現在就請上 www.benchmarkemail.com/register 註冊我們的 30 天免費試用版。

Benchmark 電子報行銷大師聯絡方式

如有任何寶貴意見或電子報行銷相關需求，皆歡迎不吝賜教。聯絡方式如下。

網址：<http://www.benchmarkemail.com/tw>

電話：(02) 2258-5981

電子郵件：meilin@benchmarkemail.com