

## 学分管理重要通知

**邮箱填写要求：**提交活动申请表时，**必须使用与 GitHub 绑定的邮箱。**（最重要的放开头！）

**原因说明：**用于准确匹配学员身份、发放实习学分。若邮箱不一致，将无法完成学分登记。

**组队注意事项：**若选择组队形式，每位队员均需提供正确的 GitHub 邮箱。

**表单报名截止日期：本周日**

**第二周、第三周记得切换运营或技术界面**

### 第一部分：Telegram 社群搭建与基础运营

#### 1. 社群基础搭建

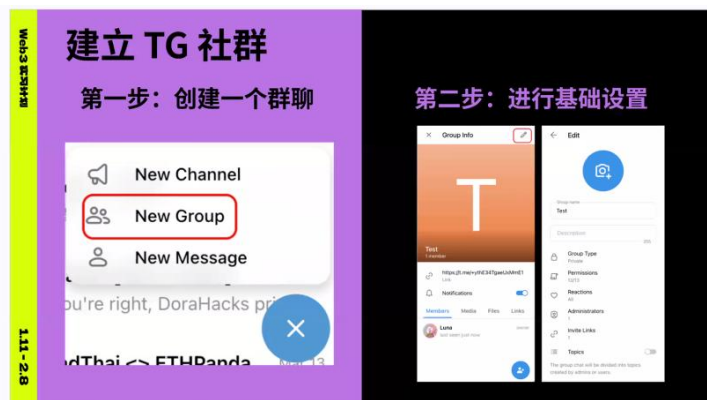
创建社群：点击“新建社群”即可快速创建。

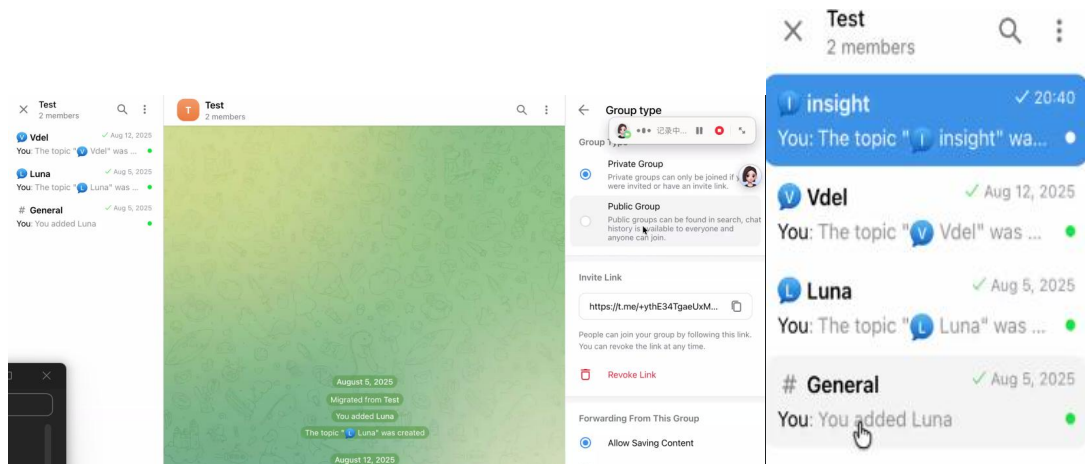
基础设置：

- 头像、名称、描述等基础信息。
- 选择社群类型：私密群组（仅邀请加入）或公开群组（可设置公开链接，支持搜索）。
- 权限管理：根据运营需求，设置成员能否修改群信息、发送媒体等内容。
- 管理员设置：针对不同角色（如大使等）分配差异化权限，防范操作风险。

#### 2. 话题管理与分类

- Topic 功能：可用于信息分类，但不宜过多，以免信息过载。
- 活跃度调整：可定期关闭不活跃的 Topic，保持社群结构清晰。
- 对比 Discord：如需要更强的分类架构（类似“资料架”），建议使用 Discord。





### 3. 数据面板分析

- 查看路径：群组右上角 → “...” → “统计数据”。

#### ● 关键数据维度：

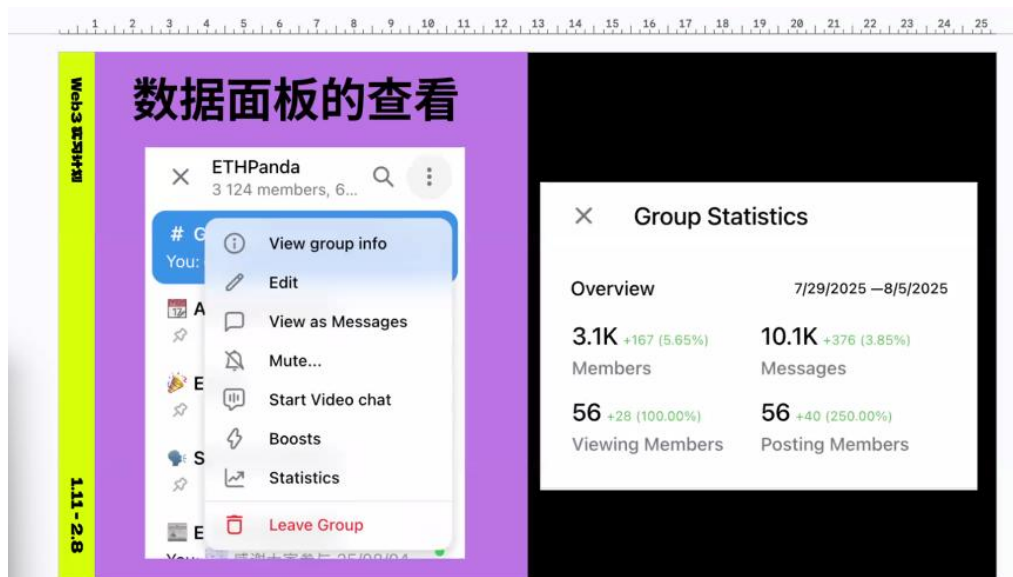
成员增长趋势：可匹配活动时间，评估拉新效果

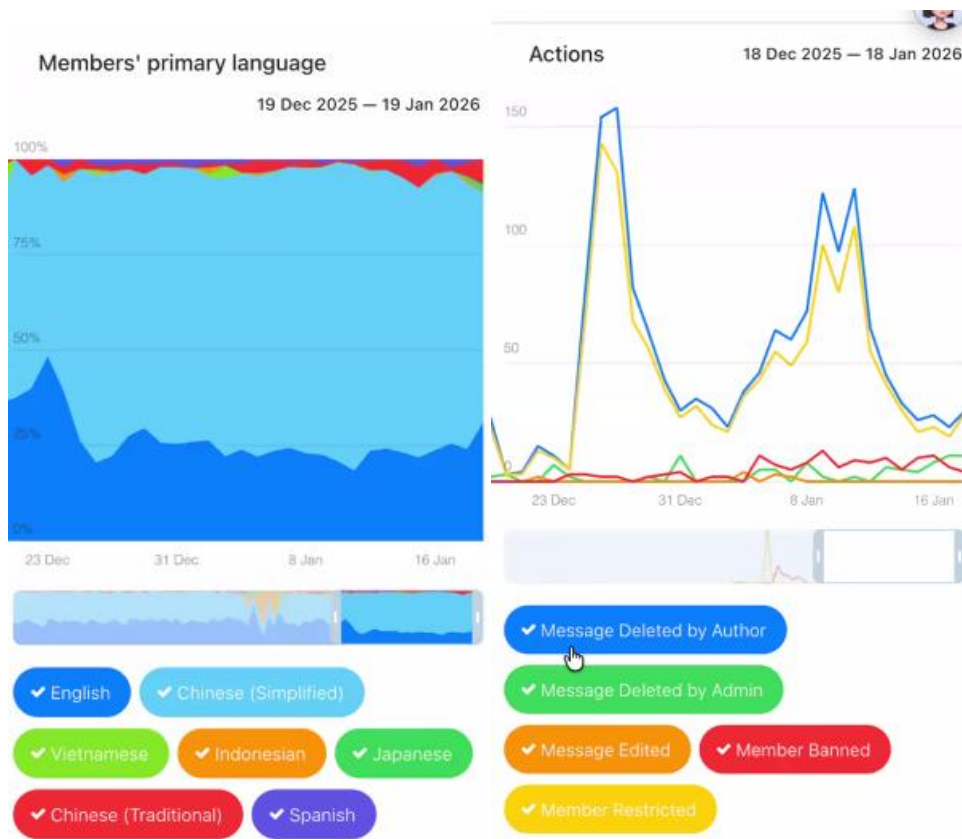
成员来源：区分自然流量、邀请链接等渠道。

语言分布：尤其对全球化项目重要，可据此决定是否招募多语种管理员。

活跃高峰时段：指导重要内容的发布时间，提升曝光率。

- 权限要求：仅管理员可见完整数据，新建群组数据需时间累积。





#### 4. 管理机器人配置（以 Rose 为例）

- 识别官方账号：警惕高仿账号，认准官方号。

- 添加与授权：

将机器人拉入群组并授予管理员权限。

在私聊对话框中输入 /start 开始配置。

- 基础命令演示：

输入 /help 查看全部支持命令。

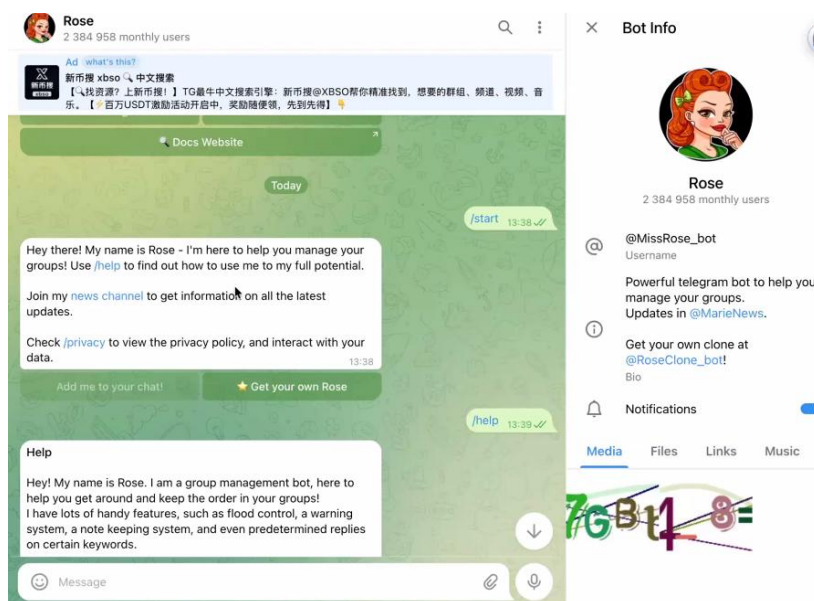
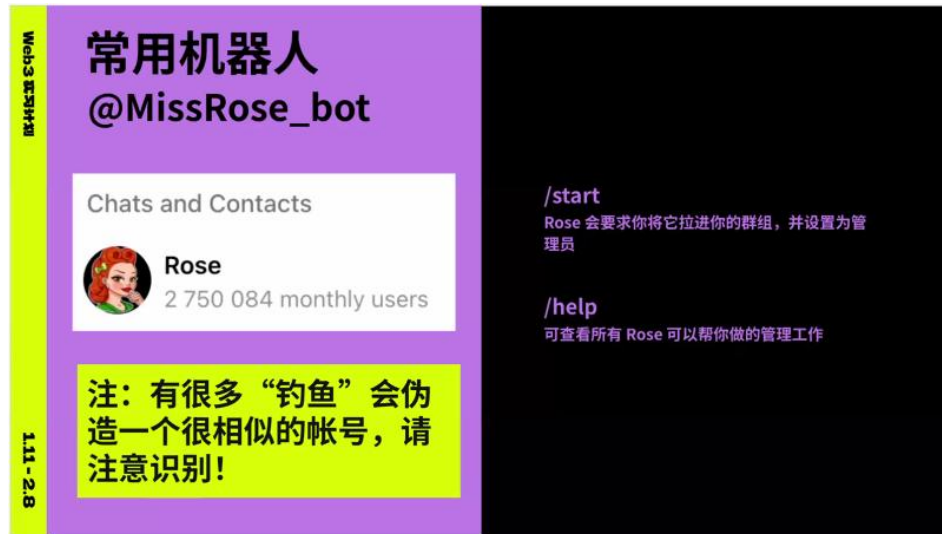
示例：设置违禁词（Block List）：

命令：/addblocklist 关键词

效果：当群内出现该词时，消息将被自动处理。

支持查看列表、移除词条等操作。

- **安全提醒:** 尤其对涉及交易的项目，机器人若被假冒可能导致钓鱼链接传播，造成财产损失。





## 第二部分：Twitter Space 活动策划与执行全流程

### 1. 筹备阶段

- 确定主题与目标人群：如“以太坊十周年”或热点话题“AAVE”。
- 拟定问题库：针对主题进行调研，准备嘉宾问答提纲。
- 邀请嘉宾：

关键信息收集：嘉宾姓名、推特 Handle、Title（所属组织/项目）、头像。

邀请话术：需包含主题、时间、拟讨论话题，确保信息明确精简。

- 创建筹备群聊：提前建立嘉宾专属群，用于信息同步与材料确认。

### 2. 宣传物料准备

- 海报设计：包含主题、时间、嘉宾信息等。



- **宣发文案：**需包含主题、时间、嘉宾名单、Space 链接。

- **Space 链接创建：**

在推特点击“创建 Space”按钮。

设置标题（即活动主题）与预约时间（注意时区选择，中国为 UTC+8）。

### 3. 宣传节奏

- **提前 2 - 3 天：**发布海报与文案，全渠道分发（推特、社群等）。
- **活动当天/前一天：**再次提醒，强化记忆。
- **开始前 5 - 10 分钟：**最后提醒，提升即时参与率。

### 4. 现场执行流程

- **开场环节：**

1.主办方品牌介绍。

2.嘉宾自我介绍（重视个人品牌露出）。

3.活动背景与流程简介。

- **核心环节：**按问题库进行嘉宾问答，主持人需灵活应对（如问题已回答则调整顺序）。
- **可选环节：**观众提问互动。

### 5. 活动复盘

- **关键数据指标：**

**推文浏览量：**评估前期宣传覆盖度。

**Space 实时在线人数：**最核心指标，反映活动真实热度（警惕“买粉”造成的虚假人数，可通过头像展示区初步判断真实性）。

**总收听人数（Tuning）：**次要指标，因重复进入会被重复计算。

**优化记录：**记录执行中的问题与改进点，用于迭代优化。

**策划 Twitter Space**  
**准备 → 执行 → 复盘**  
**Q&A**

## 准备阶段

### 第一步：确定基础信息

- 主题
- 问题库
- 时间
- 主持人
- 拟邀嘉宾

详细链接：  
<https://web3intern.xyz/zh/community-inter>  
 n/

### 主题举例： 以太坊十周年

#### 思考：

1. Space 标题
2. 嘉宾可以是什么类型？哪一类人？
3. 根据主题，有什么问题可以问嘉宾老师

## 准备阶段

### 第二步：邀请嘉宾

#### 该怎么邀请？

包含主题、时间、会涉及的话题内容

#### 举例：

xx 老师好！我们计划在 [时间] 举办关于 [主题] 的 Twitter Space，想邀请你参加～  
涉及的话题有：1...2...3...

详细链接：  
<https://web3intern.xyz/zh/community-inter>  
 n/

### 嘉宾信息收集：

- Name
- Twitter Handle
- Title
- Headshot



## 宣发阶段

### 需要准备的宣发材料：

- Twitter Space 链接
- 宣发海报
- 宣发文案

宣发渠道：包括但不限于社媒、社群等

详细链接：  
<https://web3intern.xyz/zh/community-inter>  
 n/

### 以太坊十周年纪念特别开放麦

2025 年 7 月 30 日 15:26:13 (UTC)，以太坊将迎来创世区块诞生整整十周年。值此特别时刻，我们将举办一场轻松自由的 Twitter Space 开放麦，邀请你一同回顾与以太坊的点滴回忆，分享彼此的故事与经历。

我们也很荣幸邀请到多位嘉宾来参与我们这场轻松愉快的开放麦：

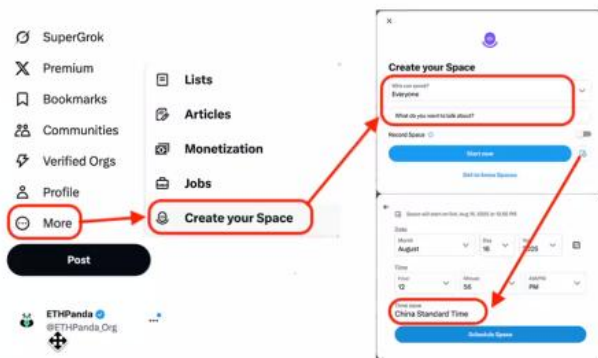
👤 @woquincocoin | @HSKChain 研究负责人  
 🐼 @Oxleeduckgo | @noncegeek 创始人、@BeWaterDAO 核心开发者  
 🐼 @pignard\_web3 | @LXDAO\_Official 贡献者，Web3 独立研究员、区块链技术专家  
 🐼 @rayoo\_eth | @LXDAO\_Official Builder 欢迎大家加入我们，一起聊聊你与以太坊的那些故事！

🕒 时间：2025 年 7 月 30 日 20:00 (北京时间)

🔗 链接：[x.com/i/spaces/tyqkd...](https://x.com/i/spaces/tyqkd...)



## 补充： 创建 Twitter Space 链接



## 宣发时间轴：

- 至少提前 2-3 天预热
- 当天需要进行第二波预热
- Twitter Space 开始前 5 分钟，在社群提醒大家参与

## 其他注意事项：

- 创建群聊，包含相关人员和嘉宾老师
- 提前一天把问题库和 Twitter Space 链接同步给嘉宾老师

## Twitter Space 执行流程：

- 开场
  - ETHPanda 介绍
  - 嘉宾注意自我介绍
  - Space 背景介绍
- 嘉宾问答
  - (之前准备的问题库)
- 观众提问环节

详细链接：  
<https://web3intern.xyz/zh/community-inter>  
n/

## 活动数据 Review：

- 数据回顾
  - 首条推文浏览量
  - Space 实时在线人数 & Tune in
  - 其他同步社媒数据
- 可优化项
  - 宣发节奏
  - Space 主持节奏
  - .....

## 第三部分：活动实操任务发布与答疑

### 1. 实操任务说明

**活动形式：**线上分享类活动（主要为 Twitter Space，也鼓励其他形式如圆桌讨论、主题分享）。

**组队要求：**最多 3 人一组（避免分工不均）。

**时间排期：**需提前提交举办时间，由组织方统一协调排期，避免资源冲突。

**审核流程：**提交表单后，组织方将审核活动主题、问题库、嘉宾等信息，通过后方可举办。

### 2. 技术支持与资源



**账号支持：**可使用 ETHPanda/LXDAO 官方账号主办，也可使用个人账号（需在文案中@官方账号以便转发引流）。

**品牌露出：**鼓励结合 Web3 相关主题，既利于个人品牌建立，也符合实习计划定位。

### **3. 核心目标**

**技能掌握：**通过完整执行一次活动，掌握从策划、宣传、执行到复盘的全流程能力。

**能力迁移：**此类活动策划逻辑可迁移至其他运营场景（如 AMA、Workshop 等）。