

——100年内第一次由选出的两名共和党人出任本州最高长官

——财产税复决投票勉强没有通过

列要点可以使导语简化，最终新闻导语确定为：

十八：采访的准备及应对

采访是交往高端朋友(人脉)的最佳方式。

- 1、熟悉和研究已(或将)发生事件、采访对象的基本情况;
- 2、查阅相关资料和专业知识，掌握采访对象所涉行业基本态势;
- 3、断采访对象的利益格局与可能心态，寻找可能的介入角度和突破口;
- 4、有针对性地提出采访请求，或是有针对性地拟订采访提纲;
- 5、判断对方回应心态，调整自身姿态，努力促成采访;
- 6、商定较适宜的访问时间、地点、方式;
- 7、查有关物质准备情况，提前10分钟赶到约定地点。

附：如遇拒绝，如何尽可能接近采访对象：

- 1、判断对象拒绝的原因;
- 2、已有报道或已成影响介绍给对象，或是帮助其分析所处利益格局，呈明“说”的好处;
- 3、承诺保护消息源，不透露对方姓名;
- 4、找朋友或熟人介绍;
- 5、从外围了解相关事实，再回头向对象质证;
- 6、直接到对象办公室或途中等候。

十九、专栏写作

专栏写作和常规的写作或新闻不同，1、它必须要有一个强有力的观点做开头;2、它需要表现一种强烈的热情或愤怒，3、它需要传递一种情感，4、专栏作家必须在某一个领域或多个领域保持领先。专栏作家要努力发出自己的声音并发挥自己的潜能，努力使文章充满激情和活力，专栏作家最大的忌讳是行文枯燥、内容没有重点、语言烦琐。当一位专栏作家的时间是多少？一生。专栏作家更像是演员或老师，他们要做的事情是引起人们的注意。

二十、奋战在第一线

数万球迷呐喊的球场、机器轰鸣的车间、烦躁愤怒的人群、环境幽雅的办公室、交通偏僻的山村……作者需要适应任何环境，必须排除噪音、时间的压力和闪光灯的干扰，会放弃种种幸福生活的诱惑，更准确的说，全盘接受这一切，再把自己不需要的东西过滤掉，真实的好文章只能出现在现场，只能出现在记者们都不愿关注的环节，而且，你还可能需要在写作间隙每

日浏览和过滤大量的原始新闻稿、剪报、各种原始书面材料，各组织的内部资料。你必须知道
自己是谁，在做什么，想做什么.....



www.zhuoxue.org

© Zhuoxue Classroom, 20010,9 在中国地区制作



www.zhuoxue.org - 7 -

十个故事：软文即时写作收入

有很多人问：写软文用来干什么？大部人的回答是：推广网站。也有好些人一看是软文培训，那就：“路过，闪人”，或者是“没兴趣。”我们今天首先讲的就是：即时写作收入。也就是说直接用软文创造收入。特别月收入低于5000的站长可以重点注意一下，年营业收入高于一亿的网站，也可以重点留意一下。很多站长都在反映自己的网站发展似乎穷途末路，网站转型该如何转，靠网站联盟，站长特别是小站长，该上那儿吃饭去。我们说，SEO不一定能解决这个问题，但写作却有可能解决掉你的发展问题。因为软文写作，更看中的是直接收入，而不是流量。

讲十个故事

一、QQ联盟

QQ联盟用的人比较少，很多站长都觉得做那个联盟不赚钱。实际上QQ联盟的推广，最好用软文来推。比如QQ千里眼功能、点亮金色手机，你单独播放QQ的广告效果是不好的。QQ的大部用户什么都不懂，他们也愿意花点零花钱，开通这些功能，或者在朋友那里炫耀一下，这个时候，你就需要写软文，用软文的方式把怎么开通千里眼功能、怎么点亮金色小手机的知识普及一下，你需要写文章手把手地教他们，教他们怎么手把手地操作，顺便把你的联盟代码放上去，让他们即刻开通。QQ非主流里面有几个比较大点的网站，网站上也就放三五篇这样的软文，收入也不多，每月也就能从QQ联盟分上个几万块。

二、鹦鹉学舌

怎么教鹦鹉说话，这个问题好象很简单，但难住了很多人。鹦鹉这个单词，在GOOGLE里每天的检索量是几百次到一千次上下，有人编了一本电子书《怎么教鹦鹉说话》，一本卖十几美金，他在GOOGLE上打广告，不多，一年这一本电子书也就收入十万美金，这个案例是有据可查的。

三、网上卖照片

有人把自己多年在网上卖照片的经验和诀窍整理出来，编写了一本电子书《怎么在网上卖照片》，然后建立了一个网站，只有一个网页，进入网站，如果感兴趣可以直接在线购买，他做完了这件事，就天天在趴在摄影网站和论坛上写软文，不多，两年时间，卖了9.8万册。

四、网上培训

有人在大街上看到一辆跑车，他非常想拥有这部跑车，但他的钱不够。他根据这个情况，

写了一本《意念成功》，也就说一段时间内，把自己的心思集中在一件令你心动的事情上，将事半功倍。如果出版这本书，稿费没多少，如果卖在网上卖电子书，太慢。因此他采取培训的方式进行招生，学生学习一共四个星期，2500元，他分四次发放课程，如果你在付费参加学习的第一周内，觉得效果不好，可以全额退款。他把课程开发好了以后，就在网上写软文招生，第一期招到了46个学生，有5个学生在第一周退学，还有41个学生，因此他一共赚到了102500元，这样的课程是没有什么成本的，几乎是纯赚。接下去，他又开发了几个课程，如此循环招生、培训，几个月后，他就买下了那部价值80万的跑车。

五、研究报告

我曾经在百度上注册过一个百度空间，在上面扔了几篇《经济型酒店的市场研究报告》、《星级酒店成本控制手册》等等资料的目录，那只是一个简单的目录，我感觉它的编目有参考价值才放上去的。之后半年，我再没有上过那个空间。直到半年后的一天，我去看了一下，结果发现十几条留言：“如何买到这份报告，请和我联系，手机：XX”，“要怎么样才可以阅读全文???知道的请速度与我为联系! QQ: XX, 不胜感谢!”、“这本手册那儿有，定价多少?”、“急购，请速与我联系……”。一份研究报告的售价通常6000-8000左右，便宜点的报告，一份也需要2000多。现在大家可以想一下，这些留言说明了什么问题?

六、获取服务

看这样两条软文：

“像 www.abc.com网站提供的电子邮件广告样本，60元，其中许多样本效果还不错。”

“你可以试试 www.abc.com的网站经营诀窍服务，每年180元，而 www.cba.com的网络经营研究资料服务，每年170元。”如果你正在读网页，有上述需要时，你会突然想干什么?

七、电子杂志

美国的威尔森博士是一个网上个体户，他免费发行一份《今日网络营销》的电子杂志，有十几万人订阅，每两周发行一期，汇总他从网上搜集到的一些网络营销诀窍，每月新增订户2000多人。之后，威尔森又在此基础上，发行了一份收费的电子杂志，收入相当不错。很多美国人创办的电子杂志，每个月收入10000美元以上。

八、陈记强

阿里上有个叫陈记强的，靠借来的四千块钱作为启动资金，在网上卖扇子，最初每天超过20个小时趴在阿里论坛发帖子，没客户咨询时就抽空打个盹。后来发展到四个人，从上班到下班，电脑全部开动，所有人就趴在网上传帖子、写软文。头一年卖扇子，从进货到销售都是他一个人完成，没成想，第一年就卖了200多万元，到2006年，销售额6000万元。

九、google

google一直宣称它们没花一分钱的广告费，奇迹般的长大。大家可以重点找一个google在2003年、2004年在做什么。比如当时的新浪科技频道上，在国际新闻中，如果有10条新闻，其中有6、7条都是它的新闻。如果要比喻一下，那简单就象“特大机型的种机”，满世界到处撒它的软文。这就是它奇迹背后的诀窍。播种机

十、格兰仕

格兰仕最初成立时，没钱打广告，就找人专门写软文，搞了个“微波炉做菜1000法”，在全国几十家地方小报上登，后来全国报纸都在疯狂转载这些豆腐块式的小文章，没过多久，就有300多家报纸在转载这个。所以，格兰仕的发迹号称就是：“用豆腐块打天下”。

故事讲完了，你觉得软文没用，可以闪人。如果觉得有用，软文的效果--就是“无本营销”。如果说SEO和软文有区别，那就是前者必须依赖关键词，而后者基本不需要流量。当然，两者结合起来也可以。



www.zhuoxue.org

© Zhuoxue Classroom, 2010,9 在中国地区制作



www.zhuoxue.org - 3 -

软文写作技巧十六式

技巧一：使用软文写作标签

软文写作标签是作者的简要信息，三五十字，一般用在文章末尾，写完文章，顺手一贴。

如：张三是网络营销界最璀璨的明星之一，他也是一位受欢迎的网站策划培训师。访问 www.abc.com 可以阅读他的大量最新文章。

李四有五年的美容经验，她写过有大量的美容知识与小技巧与朋友分享。(www.zhuoxue.org)
王五是《健康生活》电子杂志的编辑，他创办了ABC网站和《健康生活》电子杂志，他还在 <http://www.zhuoxue.org> 提供为期20天的免费课程《白领生活20个习惯》。

技巧二：销售网站

传统的网站经营思路，需要对客户“倒三遍手。”第一遍，写软文或打广告把访问者拉过来，第二遍，从访问者中间倒出可能的客户，第三遍，在可能的客户中找出最终付费客户。软文写作通过只需要倒一两次手。你的网站，只需要几个页面，说清楚卖什么，怎么卖，把客户可能问到的问题全写在网页上，他们自己去看，不必一遍一遍去给他解释。接下来，只剩一件事，写软文拉可能的访问者来你网站，剩下的事情就是成交。

技巧三：销售线索

在以下两种描述中，你认为你会对什么感兴趣？

- 1、到我的网站来购买产品！网址：<http://www.zhuoxue.org>
- 2、获得免费报告《八种方法使客户增加一倍》，发送一封邮件立即获得。

毫无疑问，第二条会引发你的兴趣，并很可能按照操作方式发一封邮件，以获得资料。我们通过这种方式，在网上获得的正是销售线索。

技巧四：软文销售

例如我们要销售的一款西红柿去皮机，我们可能在网上发出这种信息：

“免费报告：西红柿去皮的十大方法”

“免费报告：如何以在10分钟为8.23个西红柿去皮”

“免费文章：西红柿轻松去皮的秘诀”

把这些寻找销售线索的信息发布在家庭主妇集中的网站上，留下你的电子邮件，让她们来索取。你在向她们寄发这些资料时，只需要在资料中简单的放上自己的一则小广告就可以了。注意用软文销售的特点：当你为人们提供具有价值的信息时，人们就很容易购买你的产品来满足他们的需要。

技巧五：重点强调 网上最有价值的资产是电子邮件

如果你在网上以销售为中心，最有价值的资产不是流量，而是电子邮件。你在文章中可以留下一句话：“发一封邮件给aaa@aaa.com，收取关于网上创业的最新文章”。会有一些感兴趣的人给你发邮件的，如果你能收集十万封这样的索取电子邮件，你在网上的销售必定取得大成功。单纯吸引访问量是没有意义的，大部人是过客，来了又走，能够与你保持长时期接触的人很少。但十万邮件中，藏了多少客户？

技巧六：围绕“如何迅速”写作

“如何迅速增加网站流量”、“如何迅速通过电子邮件做生意”、“如何迅速在三十天内瘦身”。相对于一般文章，以“如何迅速”作为写作主题，文章的搜索量、阅读量、被转载复制量效果要好。

技巧七：制作网站指南专题

在网站上可以制作一个有关某些问题的简要专题，撰写软文的目的，就是让更多的人索引、查阅该专题。如“网上如何开展电子商务”。你先制作好专题，然后可以在结尾中出现：“参考资料：ABC网站的网上如何开展电子商务专题， www.zhuoxue.org”，“zhuoxue.org网站对网上如何开展电子商务有很好的建立”，“我无意间阅读了ABC网站的某某专题，受到很大启发。”

优点：除这些专题容易被阅读以外，也能获得很多高质量的链接。网站的链接推广不一定只推广网站的主要网址，也可以直接推广网站上的专题网址，链接效果会大大加强，而且这些专题网址会被大量引用，比如百度百科里，就可能引用你的专题内容。

技巧八：快速生产内容

并不一定专门写作文章，这样的写作速度很慢，可以以“文摘”、“简评”来制作文章。

1、每天留意百度新闻，时刻把握最新热点话题，或者注意搜索结果中的相关关键词，或者围绕某种知识做定向的内容收集。

2、把你感兴趣的内容做成文摘，或在文摘的结尾加上你自己的简要评论。

3、向网站和论坛分发你的“文摘”、“简评”。围绕某种专门的知识做定向的内容收集，也可以快速的打造你的网站专业形象和专业流量。比如针对信用卡服务，每天搜索相关知识和动态，做成文摘，再向其他网站和论坛传播，将非常受欢迎，文摘的好处是删除了废话、水话，今天的社会是个喜欢吃快餐的时代，大家不喜欢看冗长的文章。

技巧九：快速产生热门关键内容。

在技巧八的基础上，可以围绕最新的热门事件、热门话题或热门知识制作专门的“文摘”和“简评”，对增加流量效果极强。

比如：针对圆明园国宝、航空母舰。

今后凡是涉及圆明园国宝方面的资料，或者关于中国要造航母的热门话题，将在很长一段时间内成为搜索热点，人们关注这些新闻时，也必定会从搜索引擎上四处查阅读这类知识和资料。

技巧十：联合软文

可以约上几个高手，组合成一个写作小组。

例如“点石互动”就具有这种特点，除了建立写作小组，形成一种传播品牌，还可以设立专门的网站、博客或论坛，不断从论坛上产生新的话题。联合软文的特点：联合写作，相互推广，或者相互分发。在分发问题上，可以分工明确，每个人写好一篇，负责在三五个网站和论坛上发布，有十个作者，文章的传播率就扩大十倍。

技巧十一：集中注意力

每天最重要的事情，不是不停地查看访问量。这就象朝九晚五的上班族一样，每天除了上下班打考勤卡，你觉得一整天都是空白的。凡事有因才有果，网站是否增加流量不重要，重要

是我们到底做了多少努力，已经写了多少文章，已经为推广尽了多大力，因此要把力量集中在写作本身问题。但是，我们的站长们，却喜欢太多的偶然性，比如一篇文章偶然转载的比较多，带来了不少流量，比如偶然某个重要网站上有你一篇文章，站长们太关心这种偶然，天天都在守株待兔。事实上只要你努力写，努力写好文章，一切都是必然。

技巧十二：看起来象个专家？

无论你是不是专家，或者仅仅是某个知识领域的初学者。在撰写文章的时候，必要要多查阅相关知识，多方学习，你写出来的文章，一定要尽可能让人感觉到，你是那个领域的专家。

技巧十三：相互索引

文章通常不是单篇的，而是有意让它们相互串联起来的。比如：我们会在文章的结尾中出现更多关于写作的技巧：

如何提高写作技巧

文章有说服力的三个秘诀

通过这样的链接，我们又把读者吸引到你写的其他相关的内容上去，让他去阅读。

技巧十四：定时整理旧文

每隔一段时间，我们会把旧文章重新索引一下，再提出来。

如：如何开公司

选择合适的商业结构：

你该注册成独资企业、合伙企业，还是其它形式的公司，各种公司类型又有什么特点，你该如何注册？

如何找到开办资金：

在开始建立公司的时候，你需要一定数量的资金，绝大部分创业者在开始公司时，不可能获得银行贷款或资助，所需要的种子资金，只能来自于个人积蓄、通过从朋友、家人借款解决，或者采用其他手段比如以货易货。

通过这样的索引，把旧的文章重新整理出来，加上链接，让它再次发挥作用。

技巧十五：你最喜欢收集哪些资料？

大部分喜欢学习的人，平时都喜欢收集某些方面的资料。要写好文章，没有一定的资料是不行的，比如李敖的文章产量很高，他的身后是数十万册的藏书，而马克思天天坐在图书馆里，这就是他们高产的秘密。

没有雄厚的资料做基础，没有大量的阅读做基础，每天坐在空想，你是写不出多少好文章的。

比如你要建立一个关于钓鱼的网站，就要到书店去买很多钓鱼的书，到图书馆去查资料，订阅所有可能的钓鱼报刊。你每天呆在书堆里，你就有大量文章可写。

技巧十六：如何快速撰写软文

- 1、选择你感兴趣的话题，比方说，你喜欢狗。
- 2、尝试缩小主题，比如你有许多关于牧羊犬的经验，写其中一个。
- 3、写上标题“牧羊犬是最好品种的狗”，这是给文章的“下饵”。
- 4、开始写文章，至少写出3-5个“为什么”，比如“牧羊犬的聪明”-“它为什么聪明”。
- 5、简单的结论。“显然，牧羊犬是最好的狗之一。”



www.zhuoxue.org

© Zhuoxue Classroom, 2010,9 在中国地区制作



www.zhuoxue.org - 5 -

网上登龙术

朱则荣网上写作论(一)

你的手掌上没有“笔下生花”的掌纹，这并不代表着你不能拿起键盘做武器，为自己开天劈地，横扫六合。网络的世界里任由你去征战……

----朱则荣

这是一个完全精华版的辅导课程，也是网上登龙术的必参，由管理科学家朱则荣撰写。你之所以在网络上不怎么成功，原因是----言微而人轻！而这份课程就是教你创作如何能被自动传播的文章。

一、从现在起，不管是在你的网站、论坛还是博客上，你的文章都将象流行趋势一样，快速地被人们传播，甚至，你连网站都没有，却很容易出人头地。

二、如果你是一名站长，如果你在网上做生意，如果你期盼自己领导的企业在网上取得成功，那就阅读它吧。这种以游击营销攻伐网络的方式，对你极为有效。甚至，你不需要花费一分钱，低成本地炮制出你的网上优势。

网上写作论之一：课程阅读指南

不知道怎么写？

网络是一个没事胡扯的地方，华丽的文学在这里没有地位，胡侃几句的文章却大受欢迎。在许多时候，你都有一股想去写两句的冲动，放在你的网站上、你的博客上，甚至别人的论坛上，不管会不会写，总之就是想表达自己的观点、看法，这，就足够了！

记住！你不是在推销正儿八经的文学，你推销的是自己的经验和观点，管它是不是有语病，管它是不是通顺。你并不需要掌握多么高深的写作技巧，但是你必须清楚一些秘诀，否则你写的东西将象孤草一样，孤零零地长在角落里，没有人去理会。

如何学习？

1、如果你以前在网上写过一些东西，或者原本就对写作有兴趣，那就从头看起。

2、从来没写过，不知道该如何下手。停！不必再往下看，直接翻到第四十八讲，阅读我给你的写作模板，很简单。当你对写作产生了兴趣，再从头仔细阅读。

3、没有时间阅读，挑你感兴趣的章节标题直接去读吧。

网上阅读的弊端

网络阅读往往一目十行，眼睛一扫而过，一个晚上可能读掉几十万的文字，根本无法消化掉，这份课程，你读得时候尽可能慢一些，把它消化掉，变成你自己的一种能量。

网上写作论之二：为什么你的名气大

你不一定了解什么是搜索引擎，你可能根本不懂什么是 SEO，但是，你必须让自己成为网上的一个焦点！

在过去的时候，你写过不少东西，自己的心情、感受、一些见解，但并没有多少人注意到你，最终灰心了；也许，你从来就没有写过几篇，但看着那寥寥无几的读者，引发不起你写作的兴趣，你根本提不起精神去写。其实最关键的，不是写与没写，而是网上从来没有这种专门指导你写网上文章的资料，你无法掌握到网上写作的秘密。

创造一个搜索引擎关键词

给自己起一个特殊的网名，或者笔名，给自己的网站和博客起一个生僻的名字。不管这些名字好记还是难记，但要注意的，你要从搜索引擎上去搜索一下，确保这个名字没有人使用，当你在百度上输入这个名字的时候，搜索引擎告诉你，没有相关网页，甚至只有零星的网页。这是成功的诀窍。

随着你的文章越写越多，你会发现，搜索引擎上关于你的网页数量在成倍的增长，而且：

- 1、在向你的朋友介绍你自己的时候，让他们去搜索引擎上查一下你的名字。
- 2、在你应聘工作、招揽生意的时候，让对方去搜索引擎上看看你辉煌的事实。
- 3、你可以给看上的美女介绍你，你可以向投资商推荐你自己，这都是你特有的资本。

朱则荣语：让搜索引擎为你创造结果吧！把自己变成一个关键词。看着网上越来越多的地方出现着你的名字，你的心情一定会非常棒，在搜索结果不断成倍增长的时候，成功指日可待，这就是你！你所创造的影响力！你可以向任何人去炫耀，作为打通各种环节的资本！

当电话的那一头，我还要费力的去向别人解释我的公司与产品如何如何的时候，你却可以让客户随时到网上搜索一下，他立即就惊讶，他发现你的实力太强大了！

真是不可思议!对吗?小小的思想改变,会为你增色不少,朱则荣在研究人们之所以不成功的时候,发现了一个人们最困惑,但却解决不了的问题:那就是——“说服”(拼音念成: Shui Fu),说服就是纵横术的核心:

让搜索引擎为你作证

用搜索引擎为你作证吧,用事实说话,这就是说服!现在就去改变它,去和朋友们讨论一下,给自己创造一个在搜索结果上从来没有出现过的名字吧!那就是最特殊的你!龙生九子,子子不同,你就是你,最独特的最独一无二的天之骄子,为什么要让网络把你淹没呢?

网上写作论之三: 我该去写什么?

网站的支柱文章、旗舰内容

事实上,任何一个想要有所成就的网站、博客,都需要支柱文章与旗舰内容。去专门围绕某一个话题展开,精心的组织撰写,或编辑内容。

每天都有不少人发愁自己写的东西没人看,自己的才华无人欣赏,自己的网站访问者少,自己的企业推广屡屡走不上正轨,而自己的博客有如荒漠,似乎这个问题难住了每一个人。不管他原本是著名高校的学者,还是精明至极地商人,或者是刚涉入网络的英姿少年,都被这些困惑缠住,象一团乱麻一样,解不开,理还乱。

别说是没有学习过写作的你,就是那些记者、作家们,一到了网上,也常常就不灵光了,很难立威扬名、显亲扬名,大量的文章依然被人们丢弃在哪个不知所在的角落里,无人理睬。

这里头到底有什么玄机?

我们在课程的开篇就已经说过:网络阅读的弊端,常常是阅读者一目十行,即便你的文章写得再好,人们也不会对你留下丝毫的印象,看过去了,也就忘了。只有一种方法,能让人留意到你:那就是足够多数量的网页不断地提及你。没有这个量作为基础,你在网上就成了孤家寡人。

而对于想在网上做生意的人来说,不管开店也好,还是企业销售也罢,网络一直是一个剑拔弩张,以低成本游击营销作为主攻的战场,而当你不懂得这个游戏规则的时候,网络就将吞噬你所有的努力,进退惟谷,而又不得其法。

网上写作论之四: 奇妙的网上文章传播轨道

我之所以写这份网上写作的课程,就是教你怎么写作,并让你的文章在网上铺天盖地,在商业上,是游击式的营销,不需要花什么钱,但效果很强。其实,你一方面趴在聊天工具上、

泡在那些论坛里，另一方面还在成天发愁怎么网上生意不好做的时候，你花费的最大成本是时间上的浪费，不妨花点精力学习写文章，让文章来替你营销。

你肯定干过这种事儿：看到人家哪篇文章写得好，有价值，就复制粘贴到自己喜欢的论坛上去，每天，这种粘贴复制不知道被重复几亿次，如果说两点之间距离最短的话，那么在网络上，从 A 网站到 B 网站，搬运一篇文章的距离是多短？所以，做网站人的都笑称自己是“搬运工”。

你在网上，成天都在忙这种事情？我没说错吧。

大家都在忙着搬运什么呢？

文章！没错，特别是原创文章！

注意看好：你的一篇文章如果出现在网易上。

两个小时后.....

腾讯、TOM、人民网、新浪等多数网站相继出现

24 小时后.....

大约两百至三百个网站上会出现。

48 小时后.....

大约一千多个网站上出现。

72 小时后.....

继续被扩大

你的文章如果第一次扔在行业类网站上，比如站长网。

24 小时后.....

十个左右的网站上出现

48 小时后.....

二十个左右的网站上出现

72 小时后.....

继续被扩大

注：不同文章的质量、性质不同，因此传播的速度不一定。

在论坛推广

如果你的网站发布在某个著名网站的论坛上，死定了！除非被该管理员放在首页推荐，但转载率并不是太高。

转载最差

很多人认为，文章中带有 MM 等字样的，会比较火爆内容的，传播率高。其实你错了！这类文章根本没有实质内容，无非在某一个网站或论坛上点击率高，传播率是一种虚高。

软文的转载率也很差，除非是以金钱开路。

转载率最高

指南类、评论类内容转载率最高，这是因为内容对大家都有帮助。而新闻等等内容，并不是你能写的，记者没事也不会去写你，不做考虑。

网上写作论之五：没事胡扯几句的即兴写作

给媒体写稿需要一定笔力，这是多年练习出来的结果，但网上写作则不同，完全是没事胡扯，随感而发，即兴写作，并不需要注重什么固定的格式，也不讲究是“开门见山”，是“倒叙”，还是“渲染”。

网络上的文字五花八门，最吸引眼球的常常是那些色诱、奇谈、故事、指南一类的文章，以及简短有力的评论。作为心情的放松也好，期盼找到共鸣也罢，信手而至，随手拈来，这就是特有的网络语言。

即兴写作的特点是：和“用过即扔”的一次性杯子一样，如果你非要按章法去写，或者反复思考了半天才去动笔，那么你完蛋了，不要指望能够在网络上出人头地，你永远也难以写出多少数量，而且，不会创造多大的影响力。

没事胡扯就是重点，随感而发就是特征。这是一种无所事事的写作，很多时候，哪怕什么事情也没有，你也很高兴在自己的博客上写写字，哪怕是最无聊的流水帐；有些时候，你就是想瞎扯两句，把自己的经验、故事写出来，喜欢看着那个代表点击量的数字。

也因此，全民胡扯占据了网络的主流，而纯文学则被逼到了角落，识别一篇文章是不是精彩，已经不是拿着放大镜去查看其语法、描写的时代了。而这股洪流也正在向网下蔓延，畅销书的作者们，没有几个是从文科科班出身的。

网上写作论之六：网上登龙术

有些人常给媒体投稿，但往往失败，不是你的稿件质量不好，也不是你没有才华，更不是你说的没有道理，而是你没有名气，你所说出来的话，没人在乎；你难以有客户，难以遇到投资商，你常常地很被动，并不是你的东西不好，而是你没有声望，人家不信你。

朱则荣道：言轻而人微！——记住这五个字，反复参详，把它刻在你心里。

用文章砸开那些有名的网站、论坛

1、你不是在和某一个人交往，而是和这个网站所需要的内容交朋友，你需要下点功夫去观察对方常刊登什么、什么是焦点。

2、你知道他需要哪些文章，你也知道什么样的文章会变成重点头条，那就用文章开炮吧，不需要给任何人打招呼，也不必认识对方，接连的三五篇发上去，一点小意思，当几十篇扔上去的时候，你已经变成了对方网站最需要的写手。

3、你的地位将空前绝后，对方的编辑和版主们迫不急等地想和你交朋友，他们甚至能提供他们自己所掌握的人脉和资源，帮助你写出更多、更好的文章。

用教程让自己升华

1、那些著名网站，不管是网易还是新浪，都大量地急需清晰简洁的指导课程、参考指南、专题文集。越是空白，越是没人写的内容最好，准备好这些内容吧，然后去打电话、发邮件给那些编辑，告诉你新出的教程，只要内容符合他们的胃口，你在这些网站上就有了自己的地盘。

2、那些同业同类的网站，严重地匮乏这种系统性的资料，当你准备好了，就和他们联系，他们会很乐意为你开辟专栏。

3、这些专栏就是你的名片，可以帮助你打开投资商、任何关系网的大门，他们把你当作专家，他们更愿意接受你这位专家的意见，也乐意和你这位专家交朋友。

威望与名气的崛起

1、与大站的记者编辑们交上朋友了，有什么重大消息或内幕或选题，他们第一时间会通知你，或者问问你的意见。你的观点和名字，将以专家的身份堂儿煌之地出现在重大事件评论中。

2、记者们随时可能给你做单独的文章，以你的一些观点为主，加上他们的一些形势分析，你的名字将迅速在那些著名的网站上出现。

3、著名网站之间一直互相取稿，某一个网站上一旦出现关于你的报道，不出两个小时，所有著名网站上大多会出现，再过一两天时间，成百上千的网站上就会出现。

www.zhuoxue.org

© Zhuoxue Classroom, 2010,9 在中国地区制作



www.zhuoxue.org - 6 -

网上登龙术

朱则荣网上写作论(二)

网上写作论之七：网上游击营销手

网络的特点，是游击营销手的最佳战场，你可以随时随地发动游击战。

朱则荣：一旦当你以原创的内容作为主打时，那些文章很快就会象病毒一样在网上快速传播，这就是游击营销，游击手们瞄准一些目标，以持续不断的文章捕捉客户，这是最省钱的、也能快速的作战方式，甚至能够垄断搜索引擎结果，在网上拥有绝对权威影响力的特殊方式。如果你出售的是助听器，这样去做，要不了多久，网上一搜索助听器，或者你的品牌，铺天盖地都是你的结果。

甚至于：在你同行的网站和论坛上，也到处有网友自行转载的关于你的消息，你不是 NO.1，谁是 NO.1。

人们在网上买东西，多数生意无法成交的原因，是他根本不了解你，初次和你打交道，别人无法信任你。

不要告诉我，你一个月花十万在购买搜索引擎的结果，你花费得越多，所浪费的弹药更多。

人们在决定去做很多事情的时候，首先会给自己一个下定义“做不到”！所以他不去做，没有做又怎么能知道做不到呢？

发动游击营销的重点，不是花钱还是不花钱，钱多钱少都没有意义，真正重要的是创意、独特、愿望、相像力，以及去实施它的勇气。

游击营销始于伟大的梦想

共产党打天下，在资金严重匮乏、武器弹药极度落后的情况下，如何去抗衡国民党的庞大部队呢？

如果当时换作是你，你从心里可能会说：这是不可能实现的。是的，在当时，没有人去看好它。是的，没人相信这支落后的农民武装，它甚至还算不上是军队，但它的的确确成功了，如果没有伟大的梦想去驱使，它可能什么也不是。

如果你要研究游击营销，不要去读那些现成的理论，其中很多观点都是错误的，你最后去研究共产党的辉煌史，搞清楚他们当年怎么发动游击战，那些作战策略、经验又是什么。

不错，网络就是战场！

如果你有资金

- 1、可将博客外包出去，物色优质的写手，推手，给你操作，将它当然一个小型项目来运行。
- 2、发动大家来帮你写，围绕你的产品和主题，征集写手比赛，不过奖励一定要丰厚。还有其他的发动大家帮助写作方式，需要精心策划，这里不再多谈。

网上写作论之八：写些什么好呢？（上）

网上文章不外乎五种：媒体内容，引暴眼球，评论观点，指南文章，以及经历故事。

媒体内容：

媒体内容通常来自于新闻媒体以及出版领域，这通常和你没有多大关系，新闻式内容的弊端：时效性差，人们只在某一时段关注，除非你和媒体网站有一定关联，否则你的新闻动态性内容，不会成为新闻，而传播持久力度也很差。

引暴眼球：

不过是个以色诱，或稀奇古怪、一把鼻涕一把泪的故事等等来引起人们注意的方式，此类内容的作者，通常是无聊时玩玩，或者出于吸引流量的目的。此类内容所产生的流量，大部分是垃圾流量。如果你要借这些内容经营一些产品，午夜一点至四点是最佳时段，这个时候人们最无聊。

此类内容不建议去写，没有任何意义！不会对你的个人影响力增长有多少帮助。

评论观点：

评论观点最能引起圈内人士的注意，与其说是评论，倒不如说是传递一种思想，抒发一番见解，识见高远的人，将很容易在圈内成名，被人们所追学，而名气越大，影响力越大，写到一定程度和水准时，自己的观点随时就会变成满天遍网的新闻，被网易、新浪、人民网等四处转载。

小秘密：擅长评论的人最容易引起媒体的注意，很多编辑记者喜欢和他们交朋友，对于突发事件，媒体总会去安排正反两拨人参与讨论，这是媒体的博弈之道，成名崛起的媒体或著名网站，往往得益于让这些观点去激烈地交锋。

另一个小秘密：管理的批判，IT 的批判，艺术的批判，所有带有批判字样的文章，更容易让人、让媒体崛起，譬如在互联网业，各种形形色色的商业模式夹杂在一起，但流行的并不一

定恰如其分，必须放手让它去批判，知识可以使人明理，批判可以使人反思。

网上写作论之九：写些什么好呢?(下)

指南文章：

无意中翻阅一些资料，发现十多年前写的一些文章，今天仍具有价值，指南类文章一经写完，可以几年、甚至十几年都不用再变动，仍然产生着影响力，给人以启发或参考。

图书中有畅销书和常销书之分，畅销书往往都是一时炒作的结果，《学习的革命》、《谁动了我的奶酪》现在早已被很多人当废品卖了，但《红楼梦》、《钢铁是怎样炼成的》等等这些名著，尽管一时之间没有那么高的销售，但数十年、数百年仍被出版、销售。

而指南文章有如常销书一样，除非在时效性上发生了变化，它永远都在默默地吸纳着流量。一个清晰的指南性网站或博客，可以持续、长久的运行下去，每天人们都需要解决种种问题，每天都有人去查资料，每天都有人去学习某一领域的知识，他们在搜索引擎里翻来倒去地，就是在找这些指南。

“什么是……”、“如何……”、“怎样……”永远都是搜索引擎里查询最多的主题，新手天天有，他们大量地在网上寻找着这些答案。

朱则荣的一个建议：对于此类文章最好不要写单篇，编写成一份教材、一个主题系列，访问者见到这种指南时会非常欣喜。

经历故事：

经历故事容易被人阅读和传播，但故事并非每个人都能写好，故事写不好，就变成了流水帐，没有多少人会去耐心地阅读流水帐。

故事最吸引人的精彩之处，往往在于对话的撰写。

一个写作秘密：将你的 MSN、QQ 上的聊天记录保存，对他们稍加整理，予以润色，单独围绕某个话题成篇，就能成为很好的写作素材。比如你问一个高手，某某问题怎么解决，或者就某一个问题的探讨，都可以进行整理。不过，写故事需要技巧，需要进行练笔，写出的故事才能曲折、被人们喜欢读，无论金庸的小说，还是黄易的小说，都是以对话作为主体的。

下面，重点谈谈评论和指南内容的写作，这两类文章最好写，也最易引起关注。需要强调的是，这份课程讲的是关于游击营销和如何出人头地，其它杂乱无章的写作模式这里不谈。

网上写作论之十：当策论被人们遗忘

策论是什么，没有多少人知道。人们总是把古代的科举视作八股文的考场，以偏带全，认为那就是不可取的老传统。

其实不然，在古代，朝廷开科选士，向来以“策论”作为主攻，文采飞逸者更好，但你的见解独到，才是上上之选，皇帝就当时的时政、农事、民风等问题出题，由考生对答，这就是对策。譬如：皇帝问你，如何征服西夏，你来提出自己的想法、见解和观点，策论做得好，马上就可以外放做官，或者进入翰林培养。

反观我们的高考制度，一直是以“掉书袋”为中心，考试的内容，无不是以你记住了书里的多少内容作为考试的依据，“论”一直以来，都没有被重视。反观古代，士子聚会、将官言事、百官奏折、朝廷议政，无不是言来论去，讨论为纲，谈天论地，以见解评高低。唐太宗的贞观之治，也是建立在《贞观政要》诸位官员的经邦论道、极而言之基础之上，古有“一言兴邦”，正是此理。

只有小学文化的人，你也不能说他就没有自己的观点，自己的见解，自己的主张，自己的识解，他们往往也有其可取之处，孔子云：“三人行，必有我师”。

以论点作为写作的中心

分条析理，解纷排难，于立谈之间树声望。要赢得更多的人对你注意，对你赏识，对你赞许，想与你交往，那就多写自己的观点，一事一议，一篇文章只表达一个观点，简洁而有力，犀利而练达。

当然，不要担心观点会引起争议，不要担心有人跟贴乱骂，越能够引起争议、引发讨论的文章，越能够加速你的成名。

网上写作论之十一：文章要狠！

我不做魏征，谁做魏征，文字就是战场，文字就是雷霆！你需要这种力量！

---评论家们的豪言

文章要狠！越是学识高远的人，越将赞叹，越认为那是精华，而越是不学无术的人，越会因不能领会而咒骂。

那些著名媒体的编辑们什么样的文章没见过？他们迫不及待地需要这些最狠的文章。因为，只有最狠的文章才能引发最大的争议、最热闹的讨论，最好它能引起轩然大波，最好能令人目瞪口呆！

批判两个词，很少有人拿来做文章