

[ 人人小編的新時代 ]

# 社群經營的幕後藏鏡人

在「人人都是小編」的時代，只要透過社群經營，就可持續創造個人價值並增進彼此的互動與連結。

本次將介紹國內外與社群經營相關的圖書，藉由每位作者的文字闡述，深入了解他們是如何經營社群平台，成為「自己」的小編？又如何經營個人形象，將社群經營與行銷合而為一。

撰文／鄭俊德 圖片／天下文化、方智出版、常常生活文創、如何出版、三采文化、悅知文化、寶鼎出版、Shutterstock 提供

進入數位化時代，小編不僅是份「職務」，也可以是「個人形象經營」的墊腳石。小編，是網路社群中的重要角色，不僅要撰寫有趣、引人入勝的貼文內容，還要與留言的粉絲保持良好的互動與溝通；換個角度來說，若我們個人親自經營社群平台，自己便是「個人品牌」的小編。

## 社群平台崛起 人人都是小編

以前有句玩笑話說：「路上招牌砸下來，都會砸到大學生」，暗示著路上人人幾乎都有大學學歷。後來，隨著時代變遷，這句話不斷被改寫為會砸到碩士、博士等等。

如今，我覺得最貼切這句話的是「招牌砸下來幾乎都會砸到小編。」真的有這麼誇張嗎？其實有跡可循。現在人人都有自己的個人臉書（FB）、Instagram（IG），或者自己開創的部落格平台，只要是在網路上發表看法、創作文章、轉發資訊，皆可稱得上是「小編」的一員。

在人人都是小編的時代，各行各業、甚至是公部門都熱衷於透過網路發表訊息及觀點。公部門知名的有警察單位「NPA 署長室」，還有圖書館館長也是小編一員，還出版了《療心圖書館：小鎮圖書館長告訴你閱讀改寫人生，遇見幸福的秘密》，在社群媒體的貼文分享時事、工作觀察，甚至帶動爆紅話題。

在「小編叢生」的時代，如何成為一個小編，以及各行各業可以透過哪些好書來幫助自己經營更好的社群，將透過本期導讀與你分享相關的書籍作品。





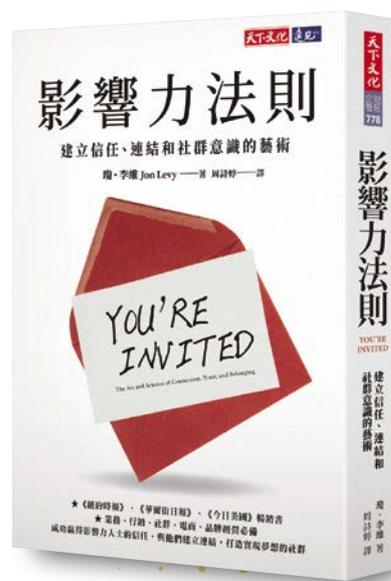
## 小編化身打造品牌連結的魔法師

先從社群心理學談起，《影響力法則：建立信任、連結和社群意識的藝術》提及舊時代的刻板印象，認為沒錢、沒權、沒背景、內向、孤僻、不擅長社交等，就注定失去許多貴人運，以及被拉拔的機會。但在網路社群時代，只要懂得「影響力法則」，就算不用露臉也能贏得好人緣，甚至賺大錢！

這本書說明改變人生的影響力法則，並回答以下 3 個問題：首先是，如何與影響力人士建立「連結」（connection）？再者，如何與影響力人士建立深厚的「信任」（trust）？最後，如何將「社群意識」（sense of community）轉化為對共同目標的投入？

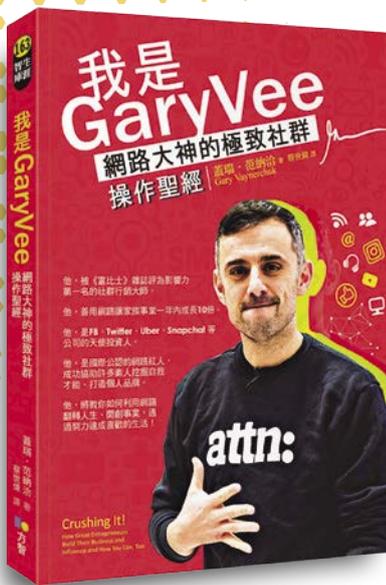
其中 3 個好用的心理學效應分別是：光環效應（Halo Effect）、宜家效應（IKEA Effect）、脆弱迴路（Vulnerability Loop）。

光環效應是指當一個人對他人的某一特質有正面或負面的印象時，這個印象會延伸影響對該人其他特質的評價。也就是說，我們對一個人的整體印象，容易受到一個突出特質的影響，而高估或低估其他方面的表現。如果要運用到網路社群經營，就需要懂得如何為自己創造光環。這裡分享我經營社群的經驗：去參加講座、簽書會，認識專家及作者，分享學習心得並合照，這些都是借助名人光環讓自己稍稍沾光，進而贏得他人信任。



宜家效應是指當人們參與組裝或製作某樣產品時，會對該產品產生較高的主觀價值評價，甚至高於同等品質但由他人製作的產品。運用到網路社群經營，就是鼓勵粉絲或讀友參與留言互動，進而塑造社群認同感。小編要做的就是跟大家互動留言建立關係，使大家有實際動手參與的感受。

脆弱迴路則是描述了一種建立深層人際關係的過程。它開始於一方發出脆弱訊號，另一方以關心與支持回應，雙方之間就可建立一定的信任感。值得注意的反直覺現象是，要與他人建立深遠的連結，你必須先願意展現脆弱的一面；反之，如果總是試圖表現堅強自持，反而可能阻礙與人親近。換句話說，勇於透露脆弱是拉近人際距離、累積信任的關鍵所在。運用到網路社群經營，小編可以偶爾分享自己生活的趣事、工作觀察、無傷大雅的糗事，讓自己「不那麼官方」，展現「日常」的一面，進而建立信任感、拉近距離。



《我是 GaryVee：網路大神的極致社群操作聖經》則接續上述提到的網路社群經營，以「行銷個人」為主要目的。此書作者是美國企業家 GaryVee，在創業、社交媒體、天使投資、葡萄酒教育等領域皆頗具知名度，他的中文粉絲團有 25 萬人，全球社群追蹤者超過 1,000 萬人！更被《富比士》雜誌評為影響力第一名的社群行銷大師。GaryVee 善用網路讓家族事業成長超過 10 倍，也是 FB、推特（Twitter，現改名為 X）、Uber、Snapchat 等公司的天使投資人。

他表示，「打造自我品牌，對每個人都有好處，就算沒興趣致富、成名的人也一樣。如果你的收入足以讓你過想要的生活，並讓你熱愛每一天，那你就成功了。」這本書可以教你如何把社群媒體的操作技巧臻至完美，一點一點的「領悟」先前缺乏的知識，粉碎持續糾纏你的障礙。

他提及很多人躊躇不前的 4 個原因在於：怕失敗，怕被自己覺得重要的人批評；怕浪費時間，害怕沒有好的結果；怕看起來愛現，人怕出名豬怕肥，怕被自己認識的人發現自己在網路上的行為；沒把心思放在成功上：在意太多事情，像外表上不上相、內容好不好，卻不在意自己是否真的想成功。

要突破以上 4 點，可以結合作者建議的 8 大心法：

1. 意圖：「開始」的原因很重要，你為何創業？為何想要分享知識？為了幫助誰？為了給後代留下什麼？
2. 真實性：不要企圖假裝，你終究會露出真面目。
3. 熱情：有很多賺大錢的人活得並不快樂，但是每天圍繞著熱情工作的人，沒有一個不熱愛工作。

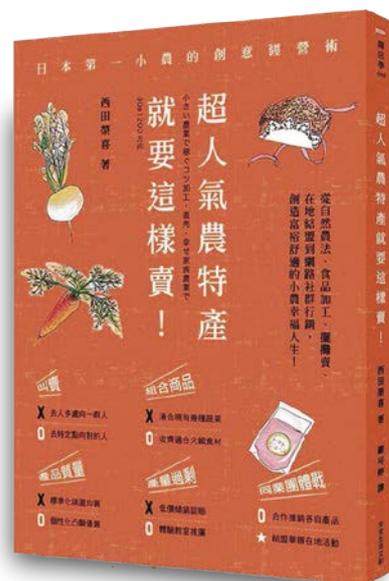


4. 耐心：耐心等待、有條有理、償還債務、簡單生活。
5. 速度：耐心是指長時間來說，你需要有耐心等待成果發酵，速度是指你短時間內必須要有行動。
6. 拚命：投入多少能量，就產出多少能量。
7. 注意力：懂得如何發掘價格低廉或未充分重視的注意力資源，是網紅的關鍵技術。
8. 內容：不求回報的持續產出有價值內容，絕佳內容來自於熱情與專業的加總，你必須確保時時更新知識。

## 成功須從經營自身做起

經營社群其實就是在經營「個人品牌」，無論外表或內涵，如何讓自己的亮點更突出，被更多人看見，皆須從「經營自身」開始做起。

社群經營其實與創業經商一樣，無法永遠處在巔峰之處，總會遇到瓶頸，但若將兩者結合，又會產生怎樣的新火花呢？《超人氣農特產就要這樣賣！——日本第一小農的創意經營術》，作者西田榮喜和妻子於 1999 年返回家鄉石川縣，成立「風來農園」。這片農地只有 30 公畝，是日本一般農地 10 分之 1 的大小。當時，日本尚未出現成功的小農經營案例，在不被看好的情況下，西田將「風來」經營成全日本投資報酬率最高的小農事業，是全日本「農地最小，獲利最大」的第一名！





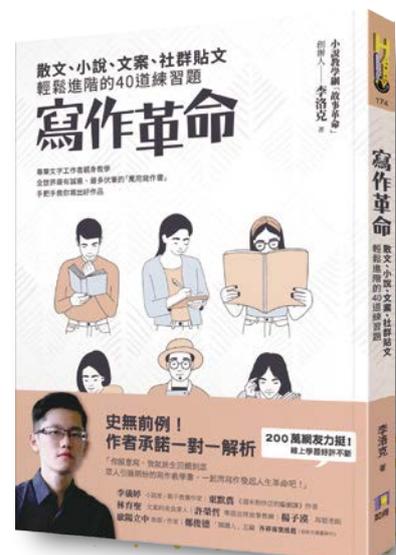
西田秉持著「務農只需要一把鋤頭就夠了！」這樣的初衷創業，但經歷一段時間的農耕生活之後，他發現要把農業做好，只顧著種菜是不夠的，應該思考如何把菜賣掉。於是西田從擺攤叫賣做起，透過與消費者的直接互動吸取經驗和靈感，他將食材加工成人氣商品，也將作物搭配成組合箱販售，他樂於與當地其他小農結盟，舉辦農業聚會，成功地將許多車程距離在 1 個小時以上的消費者也吸引過來，不僅為自家農園帶來豐富的收益，更促進當地的農業繁榮！

書中有很多章節談論務農的經驗，但更重要的是如何把小農作物賣出去的方法，關於社群行銷有以下幾點可以參考：發佈訊息：透過社群每日發佈新資訊，自己要成為產品的業務。以自己是農家為賣點：沒有經過第二手，產地直送就是獨家。分享第一手經驗：大眾都好奇的農活經驗談。作物連同栽培者的人品一起販售：建立品牌信任度。公開栽種過程：讓客戶身歷其境。每天更新：持續更新社群媒體是必須的。電腦現在也是農業機具：好的電腦是超級業務，影響營收。活用公家網路教學班：不知如何開始，可報名免費課程。

其實社群經營影響層面之廣大，由個人品牌經營輻射出去，看似毫不相干，其實牽一髮而動全身，就像近期引發食安危機的蘇丹紅事件，其中一個環節出錯，迎來的風暴遠不止法律責任這麼簡單，民眾將對品牌形象大打折扣。

## 創意文字養成文案巨匠

最後想讓你的社群經營踏出被關注的第一步，需要的是創作「吸睛的文案」。《寫作革命：散文、小說、文案、社群貼文輕鬆進階的》



40 道練習題》，其作者李洛克橫跨小說家、編劇、總編輯，我們可以參考這本書提供具體可行的技巧步驟，學習如何創作具個人特色的文字內容。

書中提到一位知名詩人的故事，說明了「勤」的重要性。每天詩人都會四處觀察收集素材，晚上才開始動筆創作，日復一日的苦工，最終成就了李賀「詩鬼」的美名。

因此，本書從「勤」出發，帶你學會生活內建的讀寫九力、理性派文字九力、感性派文字九力、玩轉文字十三技法，將這些技巧不厭其煩地練習一遍，社群內容創作功力必然大增，透過生活的觀察、體驗，將感受轉化為文字，定能撰寫出富含個人特色的吸睛文案。

以上推薦的 4 本重點好書，讓大家對小編該具備的能力有基本的認識，要成為優秀小編還有許多需要學習的「眉角」，以下延伸閱讀幾本好作品：

- 《你，就是媒體：打造個人自媒體與企業社群經營成功術！》
- 《電商人妻社群圈粉思維：單月從 0 到萬，讓流量變現的品牌爆紅經營心法》
- 《網紅這樣當：從社群經營到議價簽約，爆紅撇步、業配攻略、合作眉角全解》

人氣小編需要熟練運用各種影響力法則，持之以恆的經營個人品牌和社群，不斷創新內容行銷策略，才能在數位科技時代站穩腳步。✦



#### ✦ 書訊

- 《影響力法則：建立信任、連結和社群意識的藝術》  
作者：瓊·李維 出版社：天下文化
- 《我是 GaryVee：網路大神的極致社群操作聖經》  
作者：蓋瑞·范納洽 出版社：方智出版
- 《超人氣農特產就要這樣賣！——日本第一小農的創意經營術》  
作者：西田榮喜 出版社：常常生活文創
- 《寫作革命：散文、小說、文案、社群貼文輕鬆進階的 40 道練習題》  
作者：李洛克 出版社：如何出版
- 《你，就是媒體：打造個人自媒體與企業社群經營成功術！》  
作者：許景泰 出版社：三采文化
- 《電商人妻社群圈粉思維：單月從 0 到萬，讓流量變現的品牌爆紅經營心法》  
作者：電商人妻 Audrey 出版社：悅知文化
- 《網紅這樣當：從社群經營到議價簽約，爆紅撇步、業配攻略、合作眉角全解》  
作者：布莉塔妮·漢納希 出版社：寶鼎出版



#### ✦ 鄭俊德

閱讀人社群的創辦人與主編，運用讀書會社團分享書摘與讀書心得，不僅將書中精華分享給大眾，也希望提供精神糧食，用閱讀為每個人帶來改變。