

延伸阅读

原腾讯公益网主编 益美传媒发起人苏苏：
微信传播需要找准定位

《公益时报》：国内的公益组织在传播上面临哪些问题？

苏苏：(1)不够重视，大多机构都没有传播官的设置，只是兼带着做，不专业，没有花心思，没有列入考核指标，肯定做不好。

(2)重视了但没有找对方式，或者传播的定位人群有问题，或者传播的方式有问题，例如，有的是面对公众做传播，却选择了晦涩难懂的专业术语。

(3)对一些传播工具的掌握不够到位，例如微博、微信，很多机构一直不知道该怎么玩。如果自己都没有玩好，不能精准到位地理解其作用，用来作为机构的传播工具时，肯定是有问题的；不管做不做自己的微信或微博，得弄明白为什么做和怎么做，否则，自己付出时间和精力，却没有收效，反而浪费人力。

(4)没有学会跟媒体人交朋友，让其变成自己的有效资源；媒体人一般都很忙，不是特别大的事情，一般人是很难以进行入驻式跟踪采访的，发篇新闻稿式的传播时代早已过去了。

(5)老是抱怨没有资源，没有渠道，你自己没有跨界整合资源的能力或精神，谁来给你渠道和资源？老是在自己的小圈子里自娱自乐，没有效果或效果微弱。

(6)在被动传播，尤其是危机公关上，很多机构是没有准备的，危机来了打乱仗，及格的机构也寥寥无几。

《公益时报》：你怎么看待新媒体传播对于公益组织的意义？

苏苏：互联网、移动互联网，微信、微博，包括自媒体，进入的门槛其实很低，成本相对低廉，而且公益的素材适合在这些新媒体的渠道上进行传播，面对的和想要影响的也都是这些智能手机的使用者。所以，掌握了新媒体的工具，相当于掌握了便捷高效的新式武器，对于机构发展，尤其是倡导类的公益机构，是非常有好处的。

另外，如果有些公益机构的传播受众是很细分的领域，不是这些新媒体的使用人群，那谈新媒体没有用。

《公益时报》：在你以往的培训经验中，大家希望获得哪些方面的知识或技巧？

苏苏：主要诉求包括如何将枯燥不好玩的内容“翻译”成有趣好玩的语言传播出去；怎么打通资源渠道；如何吸引媒体报道机构及机构的项目；如何准确定位自己的传播策略；有哪些改进的办法等，每个机构的需求不一样。

通常还会让我们帮忙推荐合适的新媒体运营官，好用、便宜、能出活，这是最普遍也是最实际的需求。

《公益时报》：公益组织对于新媒体的运用，你有什么建议？

苏苏：不同机构给的建议不

同，这个要具体问题具体分析。笼统的问题就是：要意识到自己存在的问题，重视新媒体，想办法提升。

《公益时报》：对于大家热衷的微信和微博的比较，你怎么看？

苏苏：微博是大广场，是开源的，是泛关系链的传播，所以参与者有时候会更多，但是自从有了微信，它的流量只有之前的三分之一了，很多人不爱玩了。还可用，但是不可完全依赖。怎么说也是一个对外的窗口。尤其是热点事件发生时，很多人从不同层面不同角度发声，会展示不同的效果。

微信是沟通互动工具，是熟人链间的传播，可信度高，精准到位，但是传播半径有限。有人说，一个微信公众号的粉丝相当于1000个微博粉丝，有些夸张，但是也有一定道理。

我们正在尝试这给一些企业和机构提供菜单式的新媒体传播服务，如同联通和移动的套餐一样，你根据需求勾选你需要的服务选项，我们给到合理的报价，然后按照套餐提供相对应的专业传播服务。这对于有一些机构是非常合适的，比自己招募一个专职的传播官还好用。这也符合社会发展的趋势，分工越来越细，越来越专业。

(本报记者 张木兰)



不少针对微信营销的培训讲座，时下也广受追捧

(上接 08 版)

服务号——多一种选择？

2013年8月5日，微信升级，从4.5版本升级到了5.0版本，同时微信公众平台也进行了大幅调整，微信公众账号被分成订阅号和服务号两种。订阅号的申请主体不受限制，服务号的运营主体只能为组织(如企业、媒体、公益组织)。

事实上，上文探讨的微信公众号主要是指订阅号，其功能为向用户提供信息和资讯，以内容推送为主，每24小时可发送一条群发消息。而服务号旨在为用户提供服务，运营主体可根据服务内容申请自定义菜单，各商家多选择服务号，服务号1个月内仅可发送一条群发消息。

虽然服务号的运营主体主要为企业，但也有公益组织利用该平台进行公益服务。“我们机构的公众号就是服务号，目前粉丝不到一万个。”库峥负责中国青少年发展基金会的公众号维护，在他看来，相比订阅号的媒体属性，服务号能提供个性化的公益服务，更适合机构

使用。“单个的项目可以用订阅号，来做项目推广。现在大家都一窝蜂做订阅号，不能因为别人家有，自己家就要有，前提是搞清楚自家为什么要有。”

库峥介绍青基会的服务号目前正在做进一步的开发：“各种功能应该会比现在我们看到的公益机构服务号好用，比如捐赠体验等都会更好。微信的作用不应该只是传播，也应该为机构服务——比如去年我们做了一次送书的活动，各种反馈信息通过微信进行的，这样其实节约了很大一笔(邮寄、打印)成本。”

据了解，深圳壹基金公益基金会、中国扶贫基金会等机构的机构公众号也选择的服务号。清华大学公共管理学院博士后褚莹介绍，中国扶贫基金会进一步开发微信公众平台的后台和界面，采用菜单按键的方式，在菜单界面上，粉丝可以很方便地找到扶贫基金会的捐赠入口，包括手机捐赠、天猫店捐赠(链接)等。并且通过手机端，粉丝还可以参考捐赠款的使用情况和资助的项目的开展情况。目前，扶贫基金会的粉丝已经高达十五万人。

第11届中国慈善榜
4月即将发布
2014.04.25
中国·北京·水立方

让公益更有力量

电话垂询：(010) 65953696-1818、1866、1877