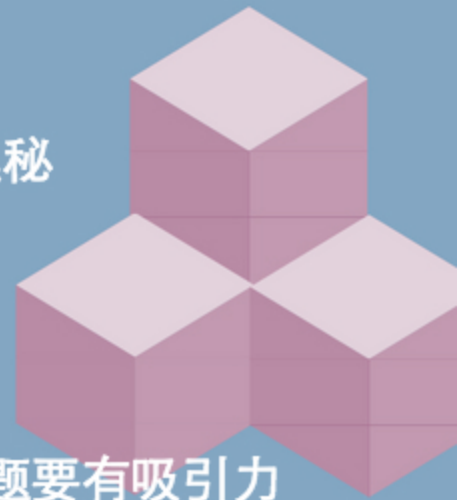


# 传播什么 WHAT?

进一步探索创作简报的奥秘



## 做好准备工作!

- 让故事来论证组织的影响力
- 保持专注，勿忘初心
- 用新内容来吸睛



- 邮件标题要有吸引力
- 使用统一板式
- 一图胜千字，留白是艺术
- 有且仅有一个即时便捷的参与渠道



### 黄金法则 #1

90% 科普, 10% 推广

### 黄金法则 #2

为每篇文章配标题，  
为每张照片拟说明



- 简报标题需反映核心内容
- 创建一个“编辑日历”，管理你的内容和发布时间
- 推广新近资讯与出版物

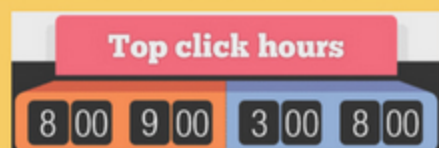
- 创建可视页面便于潜在读者订阅简报
- 巧用链接，直达网站原文

# 何时传播 WHEN

晚上十点是社交软件的黄金“点赞时间”，这对于简报推送依然适用吗？



点击量高峰时段



GetResponse出版的《入门指南》给出了在一定时间推送可达到最优效果的数据调研分析

# 怎样传播 HOW?

推送完简报，后续工作也要做好！让我们往回一步，想一想最初，我们为什么要做这样一份简报。

它达到了你在“为何传播”阶段定下的目标了吗？



是否填补了当前某特定领域的行业空白？



机构的网站访问量有变化吗？



简报的点击量如何在社交媒体上与读者的互动如何？



人们通常在什么时间更愿意去读你的简报？

也要关注那些不那么正面的变化，例如取消关注及其他消极反馈

### 补充资源：

- 编辑日历
- 简报范例
- 简报撰写小贴士

### 参考资料：

- Vanessa Chase Lockshin/ The Storytelling Non-profit 《会讲故事的非营利组织》
- Christina Walker, Writtent 《写作》
- Ginny Soskey/ Hubspot 《热点》
- Marketoonist

了解更多关于CEF“如何讲好自己的故事—在线工具包”，请访问 <http://bit.ly/1Mudn79>  
电子邮箱：[cef@wilsoncenter.org](mailto:cef@wilsoncenter.org)



/ChinaEnvironmentForum



@wilsonCEF

