

文章编号:1673-8411 (2015) 03-0118-03

进一步完善发展广西气象微博微信之我见

黎真杏, 郭晓薇, 刘英轶

(广西气象服务中心, 南宁 530022)

摘要:通过对气象微博、微信产品特点的分析,找出存在问题,提出了相应的对策,以灵活调整内容,积极做好服务,主动占领市场。

关键词:气象;微博;微信;服务

中图分类号:P393.07

文献标识码:A

Suggestion on further improving and developing Guangxi meteorological weibo and WeChat

Li Zhen-xing, Guo Xiao-wei, Liu Ying-tie

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi 530022)

Abstract: Based on the characteristic analysis on the meteorological weibo and WeChat products, the existing problems were found out to put forward the corresponding countermeasures and flexibly modify the content and provide better service so as to occupy the market.

Key Words: meteorology; weibo; WeiChat; service

网络带来了颠覆性改变,改变了一代人的生活观念,甚至生活方式,其产品微博、微信更是时代潮流的代名词,成为年轻人无法离开的信息来源重要渠道。伴随着产品的逐渐成熟,微博、微信影响面越来越宽泛,需求力越来越大;中老年人也开始涉足该领域,在感受潮流的同时,方便沟通交流,而官方气象微博、微信更是肩负着防灾减灾的重要使命。

1 官方气象微博、微信专业性、实用性强

官方气象微博、微信气象具有非常强的专业性和实用性,因为气象信息发布及时、准确,有利于公众提前做好防范,无形中避免或减少很多损失,在防灾减灾方面更能起到“补漏”的作用。

一般的微博、微信起到新闻传播的作用,形式多样、内容宽泛,很吸引人,甚至还带有一定娱乐气息,受众也多是出于了解信息的目的,方便、快捷获取更

多资讯,掌握当前国家发展态势。个人微博、微信仅代表个人的言论自由,没有权威性可言,甚至没有责任感,随意发表自己的见解和意见,像明星微博、微信虽然关注度高,充其量也就是老百姓茶余饭后打发时间的娱乐方式之一。

而气象微博、微信却是具有非常高的实用性和权威性,发布的信息都有据可依、使用价值极高,更独树一帜。比如在台风、暴雨等灾害性天气来临时,关注度非常之高。大量的预警信息、预报信息、专业知识,都能调动起读者的兴趣和好奇心;同时会充分体现专业性特点,专业名词、术语纷至沓来,科普知识的重要性也得以展现,在防灾减灾方面起到补充宣传作用。

2 广西气象微博、微信的服务现状

毋庸置疑,气象微博、微信代表着权威和可信

收稿日期:2015-05-16

作者简介:黎真杏(1986-),女,助工,从事气象服务工作。

度。每当有恶劣天气发生时,相应的预警就会提前发布,提醒公众注意防范。广西地处山区,天气复杂多变,防范难度大。生活在都市的人群会通过二次发布方式,间接转达给家人、亲戚、朋友,无形中起到了很大隐性宣传作用。

2.1 广西官方气象微博现状

目前广西气象微博官方名字腾讯网叫“广西天气”、新浪网叫“广西气象”,自注册之日起至 2015 年 7 月,粉丝(听众)与日剧增,新浪微博超过 25 万,腾讯接近 20 万。虽然跟广东超过百万粉丝不能相提并论,但作为广西这样经济欠发达的少数民族山区,这个数据已经卓见成效。粉丝主要集中在广西区域,50%左右。

在经历天气过程时,比如台风、暴雨等灾害性天气产生、发展直至消亡,粉丝(听众)异常活跃,网友很关注实时动态、带来怎样的伤害、未来的趋势。此时微博一般都有针对性非常强的质问声,需要气象专家解读专业气象知识、分析原理,以满足个人需求,应该说此时活跃粉丝异常增多,也正是吸粉的最佳时机。

广西官方气象微博当前存在发布信息量偏少、形式拘谨、内容较乏味、缺少与粉丝互动问题。除了发布业务规定的预警信息和早晚天气预报之外,每天不定时的发布 3 条或以上资讯,内容涉及到生活、资讯、科普等方面,但发布量偏少;同时形式拘谨、内容无活力,语言用词跟不上网络时代需求,虽然创办了“科普竞猜”、以主持人身份发布“随手拍天气”等小栏目,偶尔也发布视频资讯,但效果欠佳;另外缺少与粉丝的互动,粉丝提出的疑问不能及时回答解释,影响信任感。

2.2 “广西天气”微信处于开发状态

对于“广西天气”微信,截至 2015 年 7 月,用户量过万,每天发布一条消息,后台尚处于待开发状态。未来微信的市场更宽泛,可以根据需要,添加更多功能和内容,以此增加客户量,发展壮大规模。

3 改变服务方式,立足市场

3.1 如何运营广西官方气象微博微信

微博运营靠的是平时一条条博文的编写,也正是每一条微博汇总最后塑造出一个成功的、或者失败的官微形象。一些改善的策略运用之后不见得都会起到立竿见影的效果,这需要一个积累过程,在微博活跃度逐渐下降、结束高速增长期的当下,运营微

博更需要一份耐心。

(1) 微博运营技巧

“一图胜千言”,图文并茂,加视频;把握发布时间及频率,140 字内把事情说清楚;及时回复网友的评论,转发精彩的网友内容;提炼关键点,有自己的见解;微博语言善用“知音体”,忌官话,语言风趣、话题轻松、善于互动、网络语言都是必须的。

(2) 坚持“本土”+“原创”

建议坚持一个原则:人们需要的就是我们应该提供的。通过提升受众参与感,提升微信内容的品质两个方法来实现。提升参与感的方式可以需要菜单栏的设置,自动回复的设置等,让用户能直接参与其中来;提升微信内容的品质可以参考广西日报、南国早报、广西新闻网等一些天气内容的做法,灵活、多变,实用、美观、易于理解又省时间。

(3) 丰富传播内容

虽然广西天气也有一些相关内容,但还是可以多结合一些图集、科普、小游戏之类的内容将整个微信丰富起来。现在手机一般都自带预报天气的功能,所以,要想让更多的人关注天气微信公众号,就要在预报的基础上有所突破。

(4) 注重互动

微博发出去只是第一步,互动是微博的生命力,必须重视与粉丝群体的互动,把互动环节看成和发布微博一样重要。而微博影响力的重要指标之一就是来自于粉丝的活跃度。

(5) 利用新技术手段

比如易启秀等第三方平台,制作出的展示界面十分精美,而且操作起来也相对简单,可以将一些精美的图集利用这类的 H5 技术来展现,起到更好的传播效果。

3.2 把握服务理念,根据需求灵活调整内容

在多元化的社会中,气象服务应该紧跟时代步伐,把握好服务的理念,根据市场需求,灵活多变的调整服务内容,让气象微博、微信服务占有一席之地。在实际工作中,可以尝试以下服务方法,探索向纵深发展。

(1) 建立专业队伍、专职化的服务平台。利用国家突发灾害、省级突发灾害平台建设的建设,对接机构建设、人员培训发布管理规定,提高速度扩宽平面,力争服务到“最后一公里”。专职化的工作平台就会才能有团队合力打造新产品,集思广益主动适应新环境,敏感新需求,把提升服务队伍的综合素质放

在首位,让个人自觉、快乐的工作,效果将事半功倍。有成功就要有分享平台,鼓励个人创新,工作才能有突破。

(2) 提倡多做对做好的战略思想,面对新需要、新环境,快速转变角色,准确看待需求,灌输天气预报远不是需求的全部的理念。服务内容涉及到天气实况、天气常识、科普知识、防御指引、宣传方法等,都要以产品的形式展现给用户,形式多样、不敏感,让用户对需求有依靠感觉,这样才算做到位。

(3) 微博、微信气象服务围绕需求在哪儿,服务就要到那儿的原则,建立与其它方式“一键式有靶向”预警联动服务。做到报得准、审得快、发得出、收得到、用得好、防得早;有什么,就提供什么,给用户多种方式提供更多的信息;用户需求什么,就提供什么,通过便利的方式提供内容贴切的服务,在天气过程之前,甚至可以通过短信发特别提醒各种服务手段的相互联动,让用户方便地查找到他所需要的信息。

4 小结

不可否认移动互联已成为崭新的时代,随着人们理念、规则、行为习惯的改变和制约,需要重新审视,以往的服务体系、发展理念、运营机制、成熟的模式、经验,往往是最大的障碍,应该加快构建强大的气象服务航空母舰,尽快疏理解决好扁平格局下的不适应、不对接的问题,实现标准化、共享的服务信息库支撑,形成“垄断”局面。做好气象服务,主动出

击,占领微博微信巨大的市场,深度挖掘、按市场模式营销,创造可以触摸到的经济价值。

参考文献:

- [1] 李娜,卢伟萍,秦鹏.微博在公共气象服务中的应用及发展[J].气象研究与应用,2012,33(02):104—106.
- [2] 杨志军,樊盛,毛卫芳.气象综合信息电子屏在新农村建设中的应用级思考[J].气象研究与应用,2011,32(1):94—97.
- [3] 刘煜,卢美伟,冯阵家.加强县级公共气象服务能力建设的思考[J].气象研究与应用,2011,32(2):107—109.
- [4] 黄桂珍,尤明双.提升县级公共气象服务的几点思考[J].气象研究与应用,2012,33(2):104—106.
- [5] 朱斌,姜殿荣,吴智君,李家文.12121气象信息电话的营销策略探讨[J].气象研究与应用,2011,32(1):98—101.
- [6] 唐昌秀,邓丽玲,严玲,廖静姝.浅谈如何撰写观众喜爱的电视天气预报节目演播稿[J].气象研究与应用,2010,32(2):110—112.
- [7] 吕平,马轮基.气象短信编写技巧调研与研究[J].气象研究与应用,2012,33(3):101—104.
- [8] 罗桂湘,朱定真,李耀先.情景预估在气候变化科普中的作用[J].气象研究与应用,2014,35(4):49—102.
- [9] 陈天贵.气象科普宣传与气象科技服务的探讨[J].气象研究与应用,2010,31(4):115—118.
- [10] 刘世学,黎颖智.分布式专业气象服务产品制作平台的研究与应用[J].气象研究与应用,2010,31(3):102—103.