做社区，你真的准备好了吗

　　相信不少站长在做互联网的过程中都有过做社区的想法，甚至有的站长朋友可能正在经营或者曾经经营过社区类网站。

　　不得不说，社区类网站看起来确实非常的诱人。一个相对成熟的社区网站，有着稳定的用户流量，会员之间的交流形成良性循环，站长需要做的工作看起来似乎只有处理处理广告位和维护服务器而已。

　　相比内容类网站而言，站长不需要进行内容建设，只需要将Discuz或者NodeBB之类的论坛源码架设好，分好板块和区域，一个站就出来了。其成就感远高于wordpress博客的搭建，剩下的工作看起来只有推广而已了。

　　其实不是这样的，其实每一年都有许多的社区类网站被建立，其中的大多数到最后都难逃放弃的命运。诚然，社区类网站在运营起来之后确实比博客自媒体类目的网站更加牛逼一些，但其运营成本和精力需求也是非常高的。

　　接下来，让我们慢慢的研究下这个议题吧。

　　社区真的好做吗

　　如果只是搭建一个社区网站的话，确实非常的简单。

　　但是那只是万里长征的第一步而已，很多站长也是被这第一步的简单之处所吸引，进入了社区运营的领域。

　　要运营一个社区的难度远远大于运营一个内容站的难度，因为内容站以内容建设为主，辅之以SEO。只要网站定位和内容质量以及SEO都做得不错的话，假以时日自然能够运营起来。而这其中大部分的工作都是有固定的流程的，不需要太多的创新。倒不如说如果在内容或者SEO上太过于“创新”的话容易导致得不偿失。

　　而社区则不同，社区类网站不仅要有内容上的维护，还有更多的去做用户的关系维护。需要制定规则，需要对用户的行为进行奖惩。还要针对用户群体进行活动的设计等等。这些工作量是非常的大的，一个社区要运营起来，没有一个小团队是比较困难的。

　　或许一开始的时候感觉一两个人能够应付，之后只要招收版主进行论坛维护就可以了。但这种想法是天真的，别的不说，由于版主群体和站长之间的矛盾导致社区分裂的例子就多不胜举。这里面需要极高的社区运营能力，有时候甚至还需要一点运气。

　　因此，在准备做一个社区之前，首先要考虑到的就是其运维难度。如果没有持之以恒、迎难而上的觉悟，光凭三分钟热度的话，到最后难免会面临失败。

　　大致的思路

　　如果真的打算要做社区的话，第一个要问自己的问题是。社区的目标群体是什么？

　　在某种程度上，这和做利基市场的思路是一致的。在当前国内的网络环境下，选择做综合社区是非常的不明智的，中小规模的团队基本没有挑战成功的可能性。即便是选择做垂直社区，由于国内互联网发展也有那么多年了，大的垂直领域基本都有对应的社区了。在选择的时候也只能选择一些当前没有权威社区的领域。

　　当然，如果有足够的资金实力和运营能力的话，对领域权威进行挑战也不是不可以的。但是从效率的角度，除非这个领域特别的有盈利预期，并不推荐这样的行为。这样的行为就像是在星巴克对面开咖啡店一样，略显无谋，空有浪漫。

　　或许有的站长要说，自己手里有一批用户，可以将他们导入到自己的社区中。但是这样是不长久的，如果只是将社区作为维护用户关系的手段的话倒也无妨。如果作为社区运营的话，到最后还是会面临社区定位的问题。毕竟社区的运营中，长期用户只是相对稳定的，终归是“铁打的营盘，流水的兵”。

　　在决定了自己的目标群体之后，就可以针对目标群体和内容特性对网站进行改造和“装修”了。在社区网站规划和建设完成之后就可以进入下一个步骤了。

　　接下来要做的就是寻找核心会员，或者称之为种子会员。记得某创业家曾经说过，对于社区而言，网站的前1000个用户是最重要的。核心用户最重要的作用之一就是创造内容以及活跃社区氛围。像前面说的，如果自己手里有一批相关用户的话还是相对比较有利的。在这里有一个误区就是千万不要想着只靠团队内部的几个人来创造内容，一个社区的核心成员是不可或缺的。核心成员创造的内容的量和活跃作用，也不是光凭几个人就能代替的。团队手上的精英战斗力应该投放到非团队本身做不可的任务中去，例如服务器的运维、合作洽谈、SEO建设等。

　　在网站用户逐渐变多之后，需要的就是规则的制定和用户行为的引导。当然，社区的规则应该在建立初期就大体的确立完成的。只不过在具体的运营中，需要根据具体的情况进行相应的添加和修改。用户的行为引导也是非常重要的，小到资源是否需要登录或者购买才可查看，大到对用户群体之间的仲裁。社区规模一大，各种各样的人就会聚集过来。如果用户关系处理不好，就容易导致前功尽弃。但是有时候，坚持网站本身的原则也非常的重要。这方面也是相当考验团队的运营能力的。

　　最后也是最重要的一点还是持之以恒的坚持，这并不仅体现在初期热情消退之后的坚持努力，在用户群体不断扩大导致运维成本不断上升却没有有效的形成盈利时就更需要坚持了。因为这个时候由于为了维持社区的用户数不敢做太大的运营变更，却又暂时没有办法找到好的盈利方式，需要的不仅仅是坚持，还有智慧与勇气。

　　社区收益如何

　　成熟的社区的站长都过得很舒服，这一点正如大家所看到的。那么，一个活跃的社区的收益究竟能到什么程度呢？

　　从业内一些交流中也能对社区的收入进行估算，一个日IP在3000～4000的细分论坛，收益水平大概在年40～50万左右。当然这也和具体社区定位的领域和盈利模式有很大关系。

　　社区的盈利模式包括品牌广告、活动性广告等广告收入，也包括对应领域的相关商品的出售。如果是技术相关的社区，招聘类目和培训类目也能成为不错的收益来源。

　　事实是，一个细分领域的龙头社区，其收益能力是相当强大的，其收益的选择也是非常丰富的。不过很显然这并不会是广大站长朋友会担心的问题，因为以经验来看，向来只有担心没流量的站长，很少会有有流量不知道如何变现的站长。