

---

## 英文新闻稿撰写与推广方法 by 亿推 tuiguang123

### >>>英文软文、英文新闻稿<<<

英文软文、英文新闻稿！  
英文软文、英文新闻稿！  
英文软文、英文新闻稿！

重要的事情说三次！为什么亿推小二要特别强调英文软文新闻稿的作用呢？因为英文软文新闻稿实在是太重要了。

亿推小二服务过的一个客户，从事无人机销售（不是大疆无人机哈），每年用在新闻稿推广的费用大约 150 万软妹币，带来多少营业额呢？接近 3 亿!!!! 这家公司没有自己的网站、没有做外链、没有 facebook 主页，只有一个第三方平台以及海量的新闻稿推广。亿推小二认为，英文软文英文新闻稿，是塑造国内品牌在国外形象的最直接最有效最省钱的方法！没有之一!!!

为什么会这样？

亲，造吗？国外用户和国内用户的采购行为有很大的区别哦。国内用户更加信任平台，比如淘宝、京东等，而国外用户则更关注品牌知名度和口碑，尤其是您的推广文章或者您的品牌，能够在 google 或 bing 中搜索到，尤其是在在线新闻中搜索到，对于国外用户的号召力可是不同凡响哦。

可是 SEOer 们通常是怎么发布新闻呢？他们辛辛苦苦写好一篇新闻稿，然后去每个新闻网站（PR websites）提交，面对的是什么呢？

往往是石沉大海渺无回音，或者收到新闻站编辑冷冷的拒绝刊载的回信。这是国内英文推广从业同事普遍遇到的问题。原因是什么呢？

原因是什么呢？英文新闻稿被拒的原因有三：

1. 通过国内 IP 提交的文章，往往开始就被放进灰名单或黑名单
2. 文章存在很多不符合国外用户阅读习惯的 chinglish 错误
3. 因为不了解新闻站的提交规则，提交的文章往往不合规范

新闻站对于稿件质量审核较为严格，本站内涉及新闻提交的服务（除非特殊注明包成功）只负责提交，无法保证收录。是否收录取决于每个新闻站编辑的审核标准。

所有除了要有优秀的海外写手，还需要有熟悉英文软文、英文新闻稿提交发布的人员。

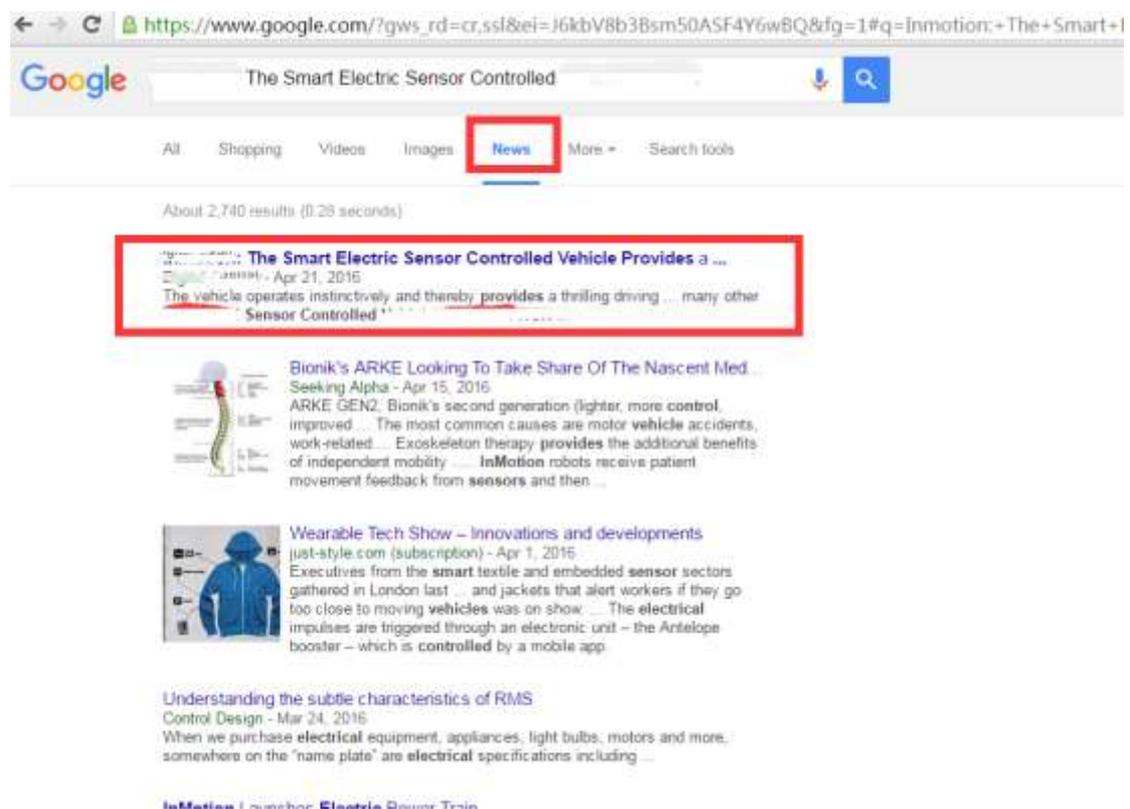
~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第 1 位

## >>>Google 新闻收录/Bing 新闻收录<<<

谷歌新闻源和 Bing 新闻源的作用，不言自明。发布到谷歌新闻源，将增加品牌知名度和美誉度，提升品牌在搜索引擎的接触面。

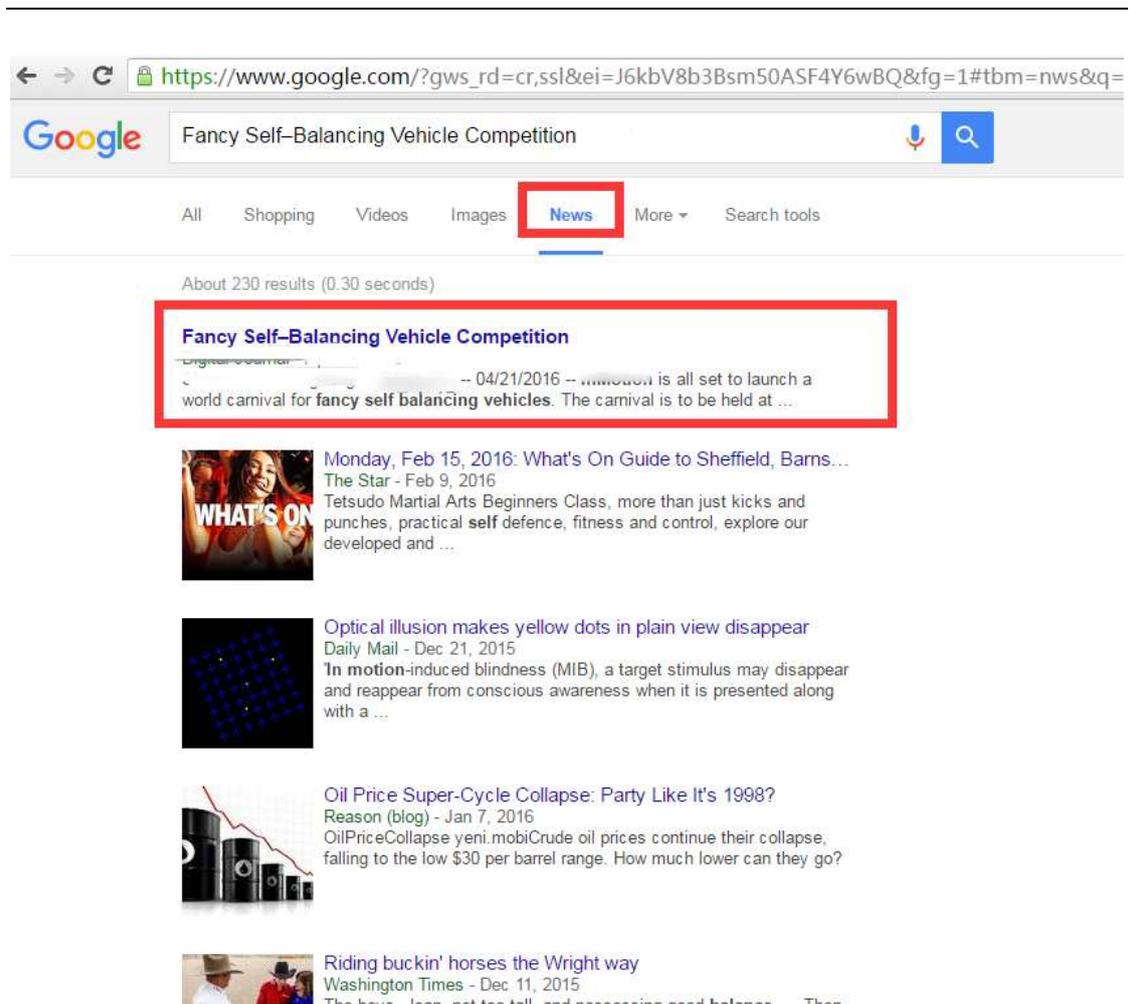
亿推小二接触过国内淘宝的类似服务，只不过是发布在 baidu news 里面。相对而言，百度新闻收录比较简单，就是把新闻发布到百度新闻源，只要文章有一定独创性，基本上 90% 几率被百度新闻收录。

但英文推广的情况有些不同，Google News 和 Bing News 有自己的新闻源，但同样对每个新闻源都有评分机制，评分高新闻被收录的几率高，评分低则很难收录。



所以 Google 和 Bing 的新闻源网站会比较爱惜羽毛，不会轻易允许推广类 PR 文章随意发布，一般来说他们有如下要求：

1. 这篇英文新闻稿 (Press Release) 需要严格符合新闻稿规范，要有 Media Contact，要有 About us。
2. 这篇英文新闻稿，要符合海外新闻行文格式。
3. 新闻的主题，不能是简单的公司介绍 (Company Introduction)，而是应该是一个事件 Event，或是一个故事 Story，或是一个现象 phenomenon。



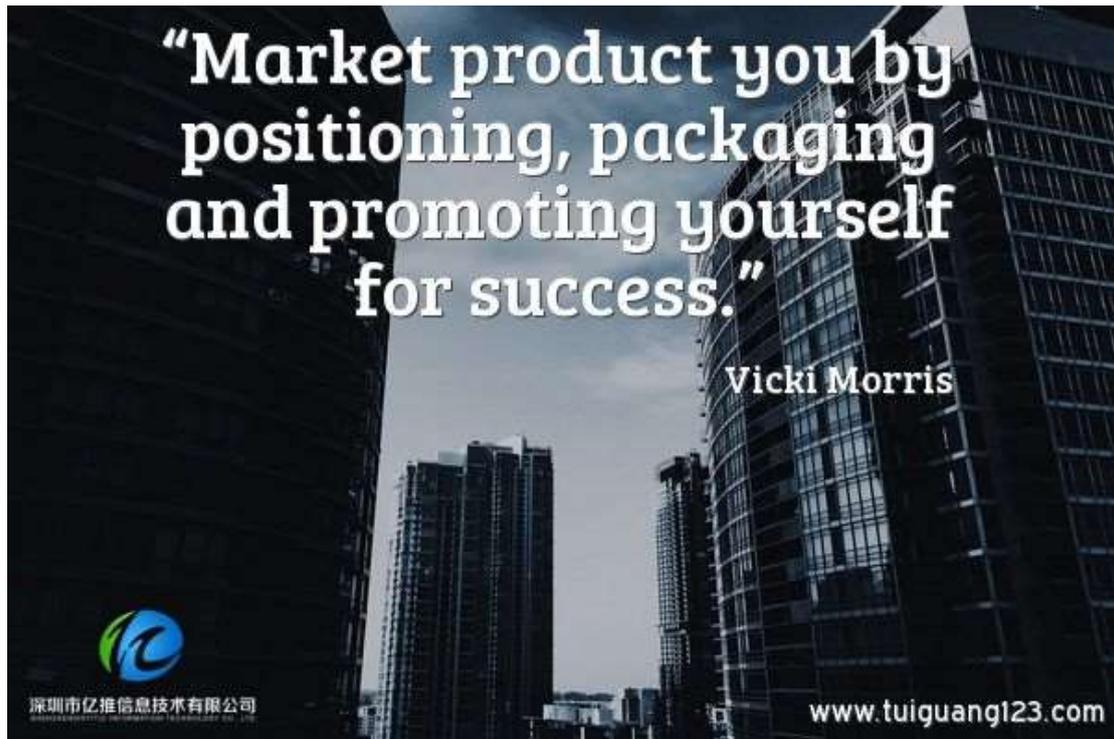
所以，提交英文软文被谷歌或必应新闻收录，难度很大。  
可能需要调整几次，发布几个新闻源，才可能成功。  
所以，根据亿推小二的经验，这类包发布谷歌新闻源的服务都不便宜。

但是，效果也是非常巨大的！

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第1位

## >>>英文软文撰写<<<

“内容为王 Content is King”这是所有 SEOer 都耳熟能详的一句话。亿推小二相信，如果亲的英文网站要做英文文章推广，最苦恼的莫过于写文章了。无论是亲写一篇英文博客、网站内页或是英文新闻稿，咱中国人都没有美国佬英国佬来的专业，写出来的 Chinglish 也常常让外国人笑掉大牙。



所以，需要专业的英语语系本土写作团队，为您写出符合外籍人士阅读的文章。那么亿推小二就和大家说说如何写英文软文。

1. 需要海外写手
2. 需要分清楚软文、新闻稿、博客文章、产品评论文章、公司介绍文章的区别。
3. 需要用恰当的方法与海外写手沟通。

10年前，我们说请鬼佬写软文，几乎是不可能的，因为成本高。

10年后，中国综合实力增强，人民币坚挺，欧美经济下滑，可以非常容易的请到海外写手。但与海外写手沟通，需要注意，他们只是业余的作家，多数是学生或者是兼职，不可能比你更加熟悉产品。所以需要明确指定文章的主题、并且提供相关的资源文件，如果以前有软文的话，可以附上作为参考。

同时，亿推小二建议大家区分要清楚英文软文、新闻稿、博客文章、产品评论、公司介绍的区别。

1. 英文软文：题材广泛，可以用于文章库发布、博客发布、社区类广告帖子发布。
2. 英文新闻稿：只适合 News Release Sites，主要是一个事件或活动。
3. 英文博客文章：最自由，可以是赤裸裸的硬推，也可以是新闻稿或软文。
4. 产品评论：多见于消费者评论网站或行业大V的博客内。
5. 公司介绍：就是 About us，只适合放在自己网站或者博客站内。

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第1位

>>>英文软文和英文新闻稿的区别<<<

---

英文推广中的两大利器：英文软文和英文新闻稿，两者有什么区别呢？

英文软文，泛指一篇文章，可以用在多个平台和场合。

举个例子，某外贸电商的某款电子产品的海外消费者使用体验，这是一篇英文软文，可以发布在博客上、微博上、公司网站上或者是文章目录站里面，这是一篇典型的英文软文。英文软文的格式与发布范围，更加无拘束。

再举个例子：某自平衡车公司在法国的大学举行了一次自平衡车大赛。以记者（第三方）的角度对大赛进行的报道，中间穿插了对产品的介绍。

只能发布在新闻平台上，这就是一篇英文新闻稿。

新闻稿的行文格式比较严格，一般要求：

1. 用第三方语气
2. 不能是一篇简单的公司介绍
3. 需要有时效性

正因为新闻稿的门槛高，所以效果更好。亿推小二的不少新闻稿客户，每周发布 30 篇左右的新闻稿，每次发布的内容，可以增加数万条的谷歌索引机会。

新闻稿是非常高效的英文推广手法。

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第 1 位

## >>>英文新闻稿如何选择主题<<<

亿推小二接触的客户，经常在英文软文选题上很苦恼。

似乎英文软文写来写去，都是不同版本的 company introduction.

这种软文，重复度高，也不符合新闻稿的发布格式要求。

应该从哪些角度选题呢？分成三大类：

### 一、与公司整体相关的英文新闻稿

1. 为什么某类消费者喜欢我们。
2. 我们公司与市场其他竞品对比。
3. 我们的产品与环保的关系（如自动平衡车有助于保护环境）。
4. 我们的产品与生活方式的关系（如某款手机代表年轻向上的生活方式）。
5. 公司的市场地位。
6. 公司品牌的历史介绍。

...

### 二、与具体某款产品相关的英文新闻稿

1. 某款产品的特点。
2. 某款产品对比竞品的分析。
3. 某款产品的用户测试感受。
4. 某款产品市场受欢迎程度。
5. 某款产品的用途。

---

...

### 三、与事件相关的英文新闻稿

1. 公司某系列产品正式投入市场。
2. 公司参与的某项公益活动。
3. 公司在某场景（学校、超市、社区）举行的活动（竞赛、联营、抽奖等）。
4. 公司在某个售卖渠道（FBA、ebay、google products）举行的活动。

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第1位

## >>>怎样高效组织批量英文新闻稿<<<

大量铺设英文新闻稿，是一种有效的推广方法。

从以往的经验，不少营业额上亿的、面向海外用户的个人消费品（经常是3C类产品，比如平衡车、模型直升机、无人机、血糖测试仪），都已经发现，发布大量的不同的文章到各个新闻平台，有如下好处：

1. 增加搜索用户的搜索关键词接触面
2. 增加品牌的知名度和美誉度
3. 对于FBA或Ebay客户的二次搜索促成订单有帮助

亿推小二认为：怎么组织英文新闻稿，尤其是批量的英文新闻稿，有技巧。

第一个问题：自己员工写英文新闻稿，还是寻找海外写手写英文新闻稿？

请人写英文新闻稿的好处非常明显：易于管理，更了解产品，可以多次反复修改。

缺点也非常明显：成本太高。一个能写出流畅英文新闻稿的人员，6000元/工资，加上社保及其他费用，9000元/月的成本，

每月的产量最多20篇，平均每篇的成本450元。

现实往往遇到最大的尴尬不是价格，而是自己员工容易陷入思维定势，才思枯竭，新闻稿重复度高。

寻找类似亿推这样的标准化英文服务商呢？新闻稿速度有保证，内容多样化有保证，费用199元，差不多节省了一大半的成本。

关键是文章质量（只要不变态苛求行业专业度），绝对的海外写手，文法用语都符合老外思路，更容易被新闻平台审核通过。

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第1位

## >>>英文负面信息如何消除？<<<

外贸电商网站，遭遇黑手在youtube、facebook、resellerratings、twitter负面评价。

用什么方法来消除负面信息，宣传正面信息呢？

---

下面是亿推小二的真实客户案例，基于用户案例保密原则，不公布品牌名。

### 措施一：制定负面压制的策略

1. 权重高的新闻稿作为主力。
2. facebook,twitter,pinterest,instagram 作为辅助
3. 同时配合 web2.0 的博客、博客评论、profile、文章库营销

### 措施二：执行层面，对多品种外链高频发布

正常的快速外链发布 只需要 15 天发一次就好了。要消除负面，每周要发 3~4 次。

快速外链的特点是品种多，包括：

wiki 外链、书签外链、profile 外链、blog 文章、blog 文字内链、blog 评论外链、Youtube 等视频外链、文章库发布、PPT 及 PDF 发布。

短期内，大量的正相关内容出现在网络。

搜索用户的海量关键词接触面，都能反馈正面信息。

如果用户特定搜索品牌口碑，高质量的新闻稿又可以展现，形成立体多方位的正面信息攻势。

### 措施三：多角度的高品质新闻稿

客户的产品是高端电子消费品，在 ebay 和 amazon 销量很大。

负面信息也出现在 facebook、twitter、youtube 等社交媒体大站，所以新闻稿要符合上述社交媒体大站的特点。

亿推小二参与该项目的英文新闻稿撰写，侧重于以下 topic：

topic 1: 不同年龄层次的人的使用体验

topic 2: 企业的社会责任（公益捐款）

topic 3: 新产品推出的发布会

topic 4: 粉丝自发的评价视频和文章

.....

发布在各个社交媒体，并通过适当转发。

结果：

搜索引擎前三页负面信息消失；

社交媒体负面热点词搜索从首页消失；

从 facebook、twitter 过来的老客户的二次购买率提升 30% 以上。

~~ 交流，请度娘“亿推”或“英文推广”，我们在首页排名第 1 位