



抖音這麼火
營銷人該怎麼玩？

英山县“百店连千户”电商扶贫带头人
抖音训练营



主办单位：英山县科技经济信息局
承办单位：英山县电子商务公共服务中心
协办单位：英山县电子商务创业园



抖音爆粉思维 网红生态商业

主讲人：一禅

此课学习内容

六大核心

01. 认知

02. 定位

03. 内容

04. 涨粉

05. 运营

06. 变现



一、认知思维



为什么很多人对短视频只看不做？

为什么你一年的粉丝都涨不到一万？
对短视频正确的认知是什么？

人对认知的三种态度：

1 > 普通人

看到别人优秀，但依然保持自我

2 > 聪明人

看到什么赚钱，马上就去做

3 > 智慧人

懂得布局、懂得看、懂得深挖、不盲目做

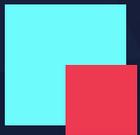
什么是粉丝？

是对我有认知的人，是认为从我这儿得到有意义有价值的人



做短视频的根源：

是对我有认知的人，是认为从我这儿得到有意义有价值的人



认知思维

做短视频的根源

2G时代

文字方式来传递资讯

3G时代

图片+文字+语音
(智能手机的兴起)

4G时代

短视频方式来传递资讯
(内容电商的爆发)

5G时代

未知的N多种方式
(粉丝经济时代)



什么是微视频、短视频、长视频？

微视频：15秒钟以内

短视频：15秒-60秒

中长视频：60-5分钟

拍短时的基本要素

短视频不是拍出来的，是策划出来的

- > 网红的条件具备
- > 策划方案

账号养成策略

1. 如何养号

- > 正常观看你所喜欢的内容，让抖音对你有所标签
- > 适当评论或点赞
- > 绑定手机号

账号养成策略

2. 吸粉与养粉的不同做法

> 15秒短视频以“吸粉”为主

特点：有数据、有观点、有价值、击痛点、有共鸣、

> 60秒以“养粉”为主

特点：有逻辑、证案例、有价值、解痛点、有互动、有细节、贴生活、易操作



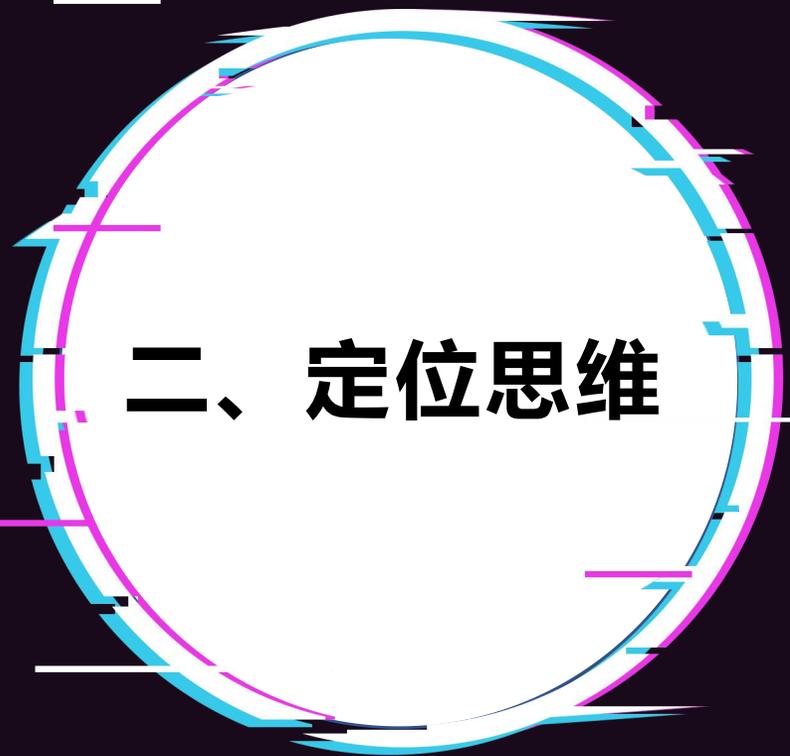
如何提升抖音权重

视频权重

- > 是否广告视频
- > 内容是否优质
- > 互动是否活跃
- > 是否需要警示
- > 是否加入POI项目（定位）

账号权重

- > 是否优质账号评级
- > 是否MCN机构账号
- > 是否企业（蓝V加权还是降权）



二、定位思维



变形第一步找准定位

1. 认清自身优势



2. 想好垂直内容

抖音的人设定位

为什么需要定位人设？

人设的作用是打造差异化，一个好的
人设，能够让IP快速具有辨识力和
标志性。但是往往人设不是凭空规
划的，而是根据红人的本身特性加
上团队的包装来规划。

- > 真人出境
- > 声音出境
- > 团队组合
- > 虚拟人物

如何规划抖音账号的人设

人物分析

达人有什么特色？

达人有什么劣势？

辨识度加工

找到达人最重要的特色，进行包装、

加工，增强特色的辨识度

确定好一个独特性的明确的人设形象，依照这个形象为脚本，再进行内容的创作，这样才会使得节目本身因为IP而产生出吸引力，从而不断的吸引用户。

九维分析法

他们的
潜在需求
是什么？

他们的
年龄
是多少？

他们的
性别是什么？

他们的
月收入
是多少？

他们的
兴趣爱好
是什么？

他们的
地理位置
是什么？

他们的
刷抖音的时段
是什么时候？

他们的
职业
是什么？

他们的
价值观
是什么？

根据九维分析法设定自身形象

1	内容输出对应用户的价值
2	切入粉丝用户的心理
3	用语言风格的表现，展现生活的形态
4	证明IP是有血有肉有感情的
5	给与用户兴趣爱好匹配的内容风格
6	头像logo设计
7	根据内容设计独特的标签、风格

网红IP定位-始于名称

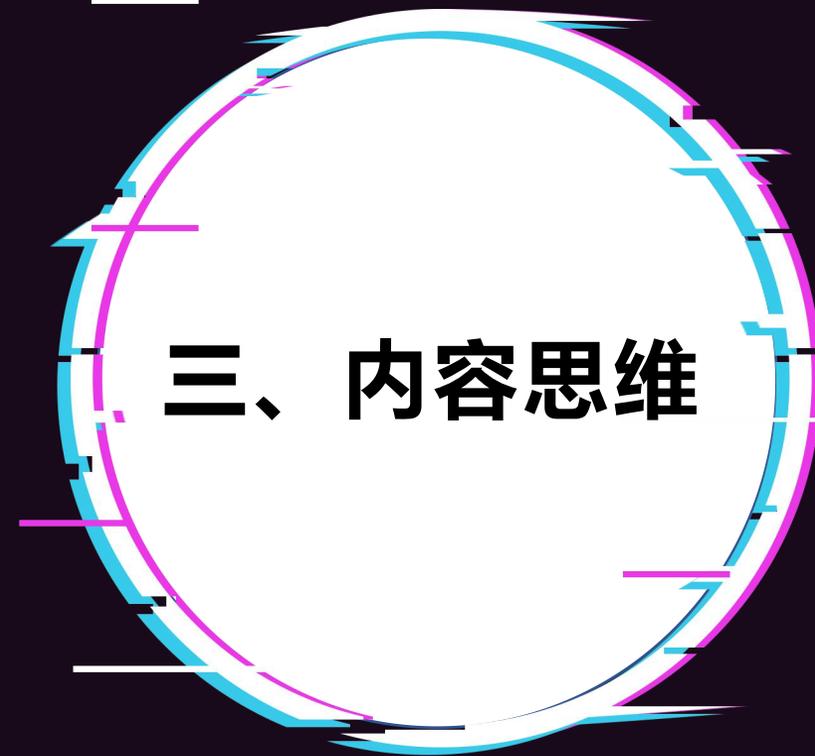
一个好的名字，是用户记住你的核心基础

案例1：周导聊商业、石年说创业，扎心师郑实

案例2：沚时777、Sunny、Hzei石（记忆成本太高）

案例3：TT、@#%（过于简单，不易上口）

名字简单易记，够直接、有识别度、有特点、有关联、有想象



三、内容思维

短视频的内容规划与分类

娱乐剧情类

这一类的最多，我们常见的段子剧、个人脱口秀均属此类、不管是自己来演还是别演，都要做到自然、平实，且在抖包袱时一定要让包袱的效果最大化。

动画类

并非我们日常见到儿童卡通，而是借助卡通动画的形式，做一些心灵鸡汤类的内容。例如：一禅小和尚，通过卡通的形式来表达一些人生哲理。

短视频的内容规划与分类

录屏类

通常我们在网上看到的游戏解说、电影解说、电子产品使用说明都可以归结于此类，日常的课件录制、操作说明等经常采用这种形式。

人物出境类

多用于生活类、美食类、知识类、历史类等。

知识类

多用于娱乐、知识、文艺类的节目，这类的节目代表有杜子建、涂磊等

短视频的内容规划与分类

正面描写

假如你的产品本来就很好玩，自带话题性，那没必要绕弯子，直接用抖音展示产品即可。

软文植入

软文植入是从“周边产品”来选是最好的--既不会太违和，又不会抢了主角的镜头

夸张修辞

夸张是运用丰富的想象力，在客观现实的基础上有目的的放大或缩小事物的形象特征来增强表达效果的修辞手法。

反转

反转剧情，适用于段子和各种拍摄的内容，利用观众意想不到的效果，达到激发用户评论的目的。

初始创意模式

塑造	一个不切合实际的场景
比如翻拍别人的视频	
	<h3>做好转折</h3> <ul style="list-style-type: none">第一 引发好奇第二 给好奇一个答案第三 转折一个答案附带的效果

优质内容定义

简单

易模仿

易传播

把很普通的东西做出很伟大

01.

创作内容简单 传播内容简单 门槛低

02.

使熟练的内容更利于产生共鸣

03.

低成本创作、贴近生活

内容定位-提炼稀缺

稀缺：少于常人所想、异于常人所做

快手	记录世界 记录你
抖音	记录美好生活
微视	发现更有趣的世界



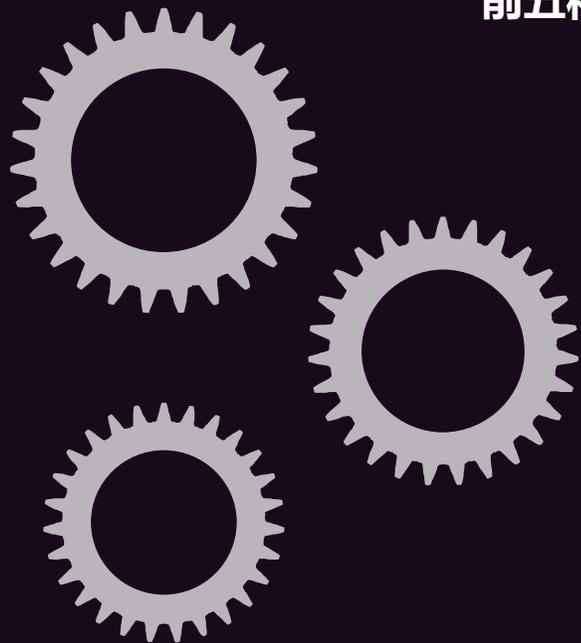
四、涨粉



抖音涨粉技巧（1）

抓住用户第一感官，留住用户

前五秒很重要



扬长避短，让用户喜欢你

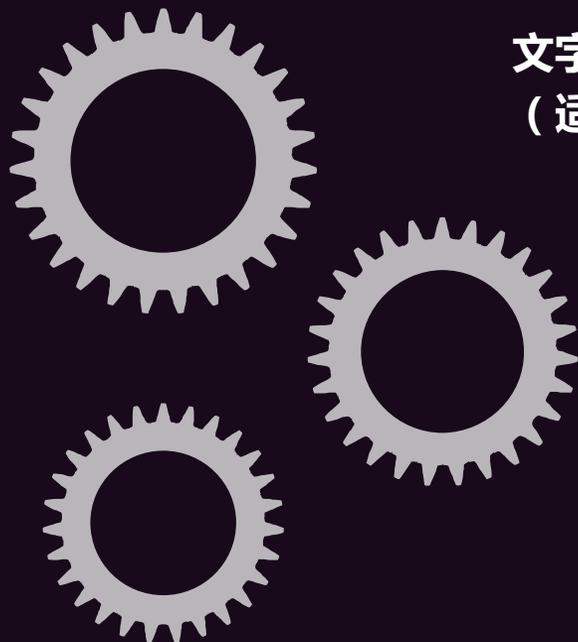
讲究独特性

紧追热点，短、平、快

多参加热门挑战，多用抖音的GM歌曲



抖音涨粉技巧（2）



让用户和你互动

文字、视频内容引发用户评论
(适当的小号引导)

创意是“抖音”的灵魂

善用工具制造细节

抖音抖音，抖得是“音”

音乐背景节奏一定要卡在节拍上

持续发布，抖音有时候会对以往内容进行推荐

抖音涨粉技巧（3）

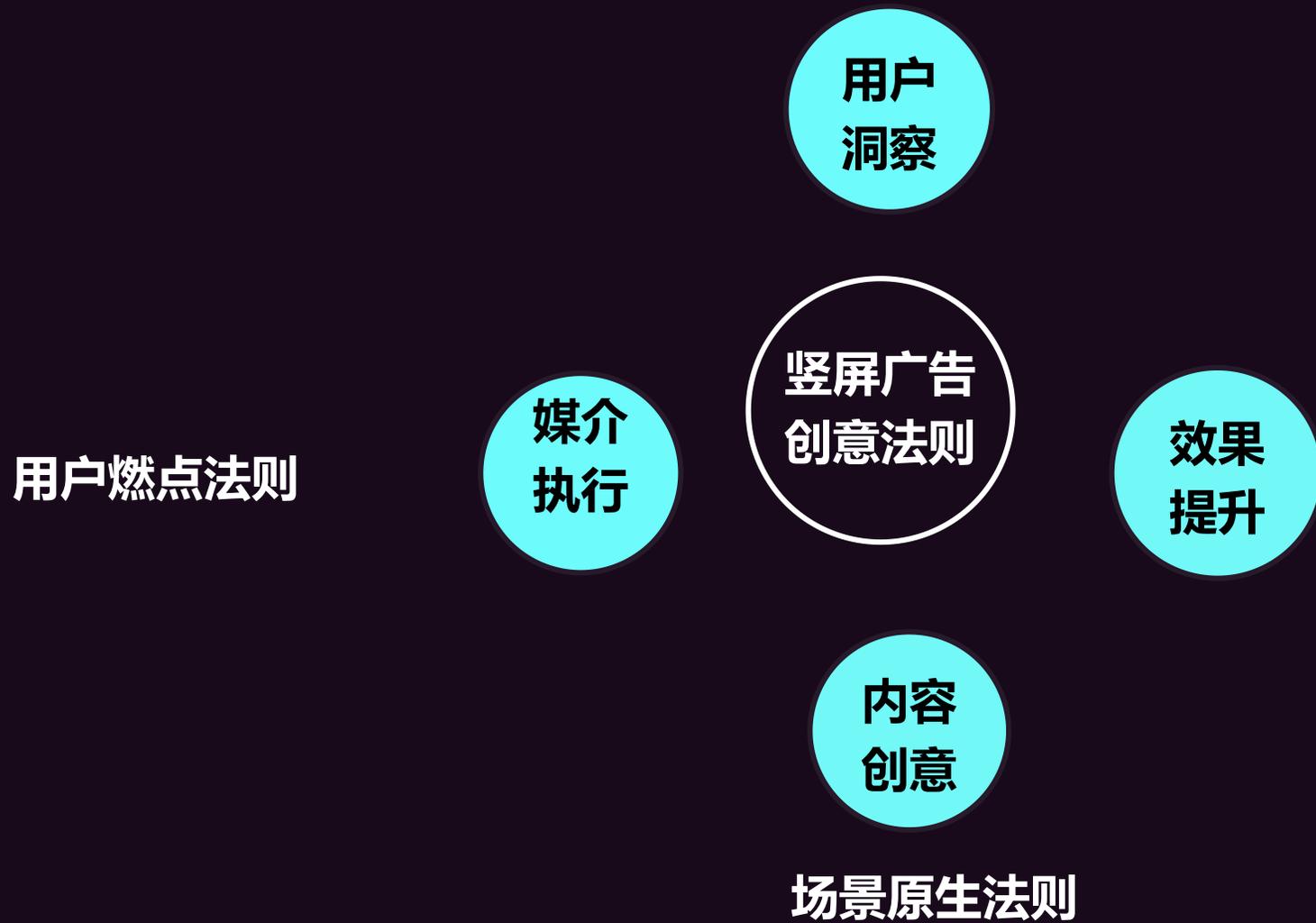
通过爆款视频来涨粉

大号带小号

互动涨粉



五、账号运营





竖屏广告深度原生的三个方向



采用用户接受度高的抖音风格，充分考虑广告情节与用户体验相融合



以洞察用户的真实意图为基础，创作能满足切实需求的广告内容



多维展现生活的美好，广告理念引起用户美好情感共鸣。



账号运营

第一人称表达

我是谁？
我有怎样的个性？
我有什么故事？
为什么我要和您讲这个故事？

鲜明的特征
真实的场景
动人的故事

关联性
原创性
震撼力

情绪放大
个性展现
价值主张

抖音的推荐机制

抖音发布后抖音将内容标签跟受众标签相匹配，会推荐给大部分本身的粉丝及小部分符合标签的用新鲜用户，根据用户的正向反馈（点赞转发评论完博率）等待进一步的推荐。一步步的扩大范围给相似用户，最终推荐和点击就像滚雪球一样越滚越大。

抖音的文案技巧

引导

预告

互动

客户在2秒内做出决定，同时配合视频内容，且话不能多，话一多就容易犯规

关键词布局

抖音的流量非常大，所以搜索功能要重视，同时进行关键词布局，粉丝快速找到我们

功能使用

我们发布的内容都会@抖音小助手，这样有助于我们的作品上热门，增加被平台推荐的机会。

关键词布局

抖音目前在开展PI项目计划，视频内容假如POI定位，后续会获得推荐资源扶持。

抖音的粉丝运营

内容运营

不是用户喜欢的作品，即使抖音再喜欢，就算平台给你推荐的再多也没人看，反而占用抖音的推荐资源

私信运营

内容运营好了，自然会有人私信你，咨询你，抖音的私信和微信的交流一样的，只是抖音不能完成支付环节。

评论运营

评论区的回复大家一定要重视，不要在这个区域跟粉丝打架，会让粉丝失望。



抖音的推荐机制和策略



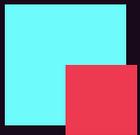
用户上传视频，不定时首先推送给附近、好友、兴趣用户、可能认识的人

观看用户赞、评、转、完整率播放达到系统设定的算法，即进入推荐池。

根据推荐池的算法，判断出优质视频，抖音运营人员审核，进入热门



六、变现



变现

变现的方式：

产品变现（如线下课程成交）

账号IP变现

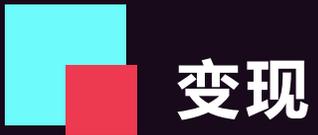
广告

线下引流到实体店

代言

社群（新媒体社交平台）+多闪至微信

股权变现

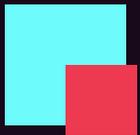


变现

过去盈利靠产品

现在盈利靠模式

未来盈利靠粉丝



总结

干货小分享

总结：上热门小技巧

1	鼓励原创视频，只要有一个好的创业上热门不是难题；
2	5秒内抓住用户眼球，视频内容重点前置，引起兴趣
3	贴近生活，引起用户共鸣
4	选择一些有争议性的话题，刷新大家原来的认知点
5	结合节日节点的用户共鸣，短期内同性性质内容爆款
6	紧追热点玩法，注重演绎与创新
7	多参与线上挑战，是上推荐的最快速通道

总结：视频拍摄技巧

1	画面清晰、光线明亮、装备得体、背景简洁；
2	视频长宽比例，9：16的竖屏占满屏，提高展示效果
3	贴近生活，引起用户共鸣
4	原创首发视频相对容易，
5	结合节日节点的用户共鸣，短期内同性质内容爆款
6	使用热门背景音乐
7	真人出演更容易获得用户好感，人物装束需要符合定位



发布时的小技巧

1、标题党

做一个标题党，厉害的文案往往是爆款的点睛之笔；

2、提问式

提出问题，引发评论，评论的数量越多，推荐的越高；

3、记得@

@抖音小助手，@好友合作的大号；

4、位置

添加地理位置信息

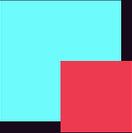


为什么？ --- 播放量低，推荐量少

抖音小攻略

抖音是基于推荐的内容分发平台，不存在运营干预。所有没有热门/限流的逻辑。

> 视频没有以前火，首先要思考内容的问题，推荐分发非常公平公正，优秀的内容就能脱颖而出，没有其他别的因素。且现在有更多的优质创作者，更多的优质视频，用户对视频的要求也是不断提升的，所以大家切忌一成不变，要不断打磨内容质量，多学习，多总结。



未来5G时代：

无粉丝不营销！

无网红不营销！

有内容才是真网红！



实操视频演练

