

# TK现场教学

产品名称	TK现场教学
公司名称	深圳市云端之链电子商务有限公司销售部
价格	1000.00/年
规格参数	
公司地址	深圳市龙华新区民治街道新牛社区港深国际中心369
联系电话	13076927178

## 产品详情

TK现场教学、TK短视频运营培训、TK线下辅导课、TK跨境电商直播带货、TK运营培训、TK推广引流、TK课程教学

深圳云端共赢科技，提供培训，代运营服务，TK+独立站代运营，一站式服务，从0到1，怎么变现，怎么卖货到海外布局，TK+独立站布局。

公司全身心跨境电子商务行业八年服务，有强悍的专业性卓越团队提供外贸跨境电子商务推广一站式服务，包括跨境电子商务行业，外贸网站搭建、独立站开发，2B/2C，Saas服务，erp系统定制开发，外贸企业网络推广，国际品牌营销推广，Google，youTube，代运营推广服务，，蕴藏巨大海外流量和商机，适合跨境商家、出口品牌，及想要成为带货网红的你。

文字游戏不仅仅汉语里面有，海外版名字取得也甚是巧妙，国内的用户都知道的特色就是短视频，而的发音和Tick-tock一样，而后者是英文里面的拟声词，描述时钟（传统的时钟）滴滴答答的声音。

英语里面还有一个表达就是The clock is ticking.  
时钟在滴答作响（时间紧迫），和的短视频之短不谋而合。

国外品牌在中国的成功也跟本地化翻译密切相关，比如可口可乐、海飞丝、飘柔，让消费者感到亲切，无法觉察到企业的外国身份。

联想、海尔和阿里巴巴也采取了类似的策略，我一个美国朋友还以为Lenovo是欧洲的、海尔是德国的。企业为何想方设法让国际品牌名字去本国化呢？

因为在国外大多数消费者仍然把中国制造和低价低质量联系在一起，企业在拓展国际业务的时候想远离这种偏见，就从名字入手。

相反的，在国内也有不少喜欢洋牌子的，因此不少商家也取一些洋名字，某宝和某猫上不乏这样的例子

很多人都认为的成功得益于字节公司的算法，但是前面有文提过，字节公司在中，最大的优势并不是算法，采取了对算法友好的设计模式，在本身内部建立了一个飞轮用来帮助系统学习算法看到了优化自己所需要看到的内容。是不是很绕，确实！但是我们不需要很彻底地去解析其算法，我们只需要它的基本作用或者说是表现。

第一点：公域流量算法，其表现就是“去中心化，千人千面，分发贫富差距大”

换言之：公域流量就是由算法统一分发，根据每个人的内容不同来评定好坏，对好的内容做推荐，不断推荐。

同时也是这个原因，同一领域的受众接收的内容都是平台推送的，所以对某一个账号的印象不会很深，就很难刷到第二次，所以说这也是很多粉丝是没有价值的原因，尤其是受众群体广的泛娱乐内容，其粉丝更无意义。

第二点：打标签，当你无论是发视频还是看视频的时候，系统都会给你打标签

言外之意：就是浏览视频还是发内容的时候，如果内容不垂直，标签就会乱，账号权重就会低，极其容易得不到推荐。

第三点：流量池算法，根本是内容竞争，主要因素是完播率，复播率，评论，评论点赞，转发，点赞。

简而言之：系统给内容的综合评分决定了对视频的推送量，而评分的影响因素就是内容是否看完，多久划走，有没有互动，其中完播率是重中之重。

第四点：流量冲级机制，根据第三点所说的影响因素来判断是否再做推荐

简单来说：其播放量级别分为500，1000，3000，5000，1w，3w，10w，100w。1000w，5000w，1e。要清楚自己发布的视频处在哪个阶段，为什么没有火爆，多多分析包括内容上去找原因。

第五点：热点鼓励，app的每一个功能都不是无意义的。

举个栗子：热点榜，平台算法鼓励用户能够参与到热点潮流事件中，可以根据热点实时调整内容方向，但是一定保持垂直度。

第六点：增长方式及延迟

解释说明：上面提到过流量冲级，这里说一下平台会先一部分人展示内容，根据表现再推荐更多的人，通常视频播放量都是呈阶段性的，同时如果视频最初几天播放量不佳，要继续观察，因为算法有时候抽风会突然推荐前几天的内容，播放量莫名暴涨。