

2021年南阳特色农产品短视频的推广和运营策略

产品名称	2021年南阳特色农产品短视频的推广和运营策略
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	3000.00/月
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

河南作为传统的农业大省，而南阳又是农业大市，近年来，各大特色农产品依靠短视频和直播平台，通过“短视频+网络红人+直播”等形式，将农产品的内涵故事、生长过程、生态环境、文化风俗等等，以更直观的形式展现给消费者，形成新的消费场景，同时也迅速的成为了一个新的营销趋势。真实、直观的感受，以及农村生活场景所带来的新鲜感和代入感，让农业短视频吸引了大量的粉丝。目前，短视频中的三农领域，在各大直播平台都相当火爆，通过短视频的内容创作，将各地的农业特色产品和当地的风土人情进行宣传，从而帮助了农产品的销售和带动了当地的旅游。在这样的大背景下，很多农民朋友对这个领域的知识，也有了更多的需求，因此我们专门策划了系列专题节目“农业+短视频”。

在之前的节目中，我们为大家介绍了关于短视频拍摄和剪辑等技术层面的知识，再加上前面说的短视频定位策划等等，我们把这部分称为农业短视频的前期阶段。那么现在我们就来说说农业短视频的中期阶段——推广和运营。

很多农民朋友面临着这种情况，短视频发了不少，但是几乎所有的视频播放量都不高，粉丝增长很缓慢，这样的话就别提后期的直播和变现了。

确实如此，这年头正所谓“酒香也怕巷子深”，有好的农产品、有好的农业资源、也掌握了拍摄技巧，但作品就是没人看，好多人都在琢磨什么原因？一句话——不懂短视频的推广和运营技巧。

视频播放量低的原因有很多，比如账号违规，收到了系统发送的限流通知，再比如视频内容违背了平台审核规则，当然，视频播放量低，绝大多数的原因还是因为内容没有吸引力，无法刺激用户点赞、评论和转发，甚至视频还没有播放完就被用户划走了。所以一定要做一个有效的短视频推广运营方案，了解平台的规则、根据算法和定位来制作视频、挖掘用户的需求、持续输出创意的内容。首先就是要了解平台算法推荐机制，我们要知道，短视频平台对视频的推荐算法是去中心化的，它会根据你的账号定位标签、视频质量、是否参与热门话题等等，为你分配一个初级流量池，一般在300流量左右，在这个流量池中，如果视频的转发量、点赞量、评论量、关注率及完播率达到了标准，说明你这个视频是受用户喜欢的，系统就会将你的视频推荐到下一个更大的流量池，被更多的用户看到，一般3000左右，视频在每一个流量池中的受欢迎程度反馈，系统会逐级推荐，获得越来越多的流量，1万流量池到10万流量池再到百万流量池，从而成为热门视频。这个推荐周期一般为1到7天。若能保持视频持续被推荐到越来越大的流

量池，这个短视频自然就火了。

那平台是根据什么样的标准来决定是否推荐到更大的流量池呢？

短视频被平台持续推荐的标准主要包括5个指标：完播率、评论率、点赞率、转发率、关注率。

第一个完播率；不是说用户一定要看完整个视频，而是指能看完视频总长的一半就算完播，所以早期的视频尽量不要太长，这样用户哪怕看一会，也就算完播了。

第二个评论率；要想提高，尽量在发视频时设置一些互动问题或者讨论点，去引导用户进行留言评论，并且Zui好能多给出回应，提升评论区的互动率。

至于点赞率、转发率和关注率的提升Zui终是取决于你视频本身的内容创意和吸引力，这个我们在之前的节目中详细的说过了，大家可以去回听一下。

其实很多人在运营短视频账号的时候，经常都会有一种期待甚至忐忑不安的情绪，就是在视频发布之后，会时不时的去看看播放量，看这个视频会不会大火，这里跟大家说一下，关键点就是作品发布后的第一个小时，一般情况下，第一个小时如果视频流量超过5000，点赞超过50，播赞率1%，也就是点赞数占播放数的百分比，那么有九成的概率会进入下一个更大的流量池。但如果要进入百万级别的超级流量池，那第1个小时需要10%播赞率左右，所以用好的内容来提高点赞就显得非常重要了，毕竟短视频还是内容为王。刚刚说的这些就是我们要了解的短视频平台算法推荐机制，其他还有很多机制大家可以自己查阅一些资料，每个平台的机制都会有区别。但有一点一定要注意，所有的推荐机制，都是在视频没有违规的前提下，如果系统算法发现视频疑似违规，视频就会进入人工审核，如果确认违规就会删除视频并且对账号限流，如果前几个视频经常出现类似情况，账号就很容易变成僵尸号，之后平台就基本就不会推荐了。这样的情况我建议就直接换手机换账号从零开始吧。

我们在短视频运营的过程中，有没有一些技巧，能够让平台推荐的可能性大一点？

技巧有很多，我稍微说几个，比如参加热门挑战，要知道用户一般看视频的时候，首先看到的是平台推荐到首页的视频，然后是自己关注的内容，接下来就是热门挑战的内容。因此我们可以主动的自发创建一个挑战内容，合作定制挑战赛主题。比如牛油果、百香果等等的各种花式吃法挑战，瞬间就可以吸引了很多人参与进来，把我们的农产品、产地资源等等，结合进视频打造的消费场景，让消费者深度参与。另外如果你看到新出来的热门话题目前只有少部分人参与，但预测这个话题会火，这个时候快速跟进去做一些模仿的内容，就很可能被平台优先推荐，比如前段时间的“助力武汉”系列活动，很多参与进去的湖北特色农产品卖得就特别火。还有就是多用热门音乐，给视频配音的时候，选择热门、容易传播的背景音乐。比如去年热度居高不下的《芒种》在刚火起来的时候，有很多视频就跟风使用《芒种》作为背景音乐小火了一把，正好这首歌的名字和我们的农业又有关联度，做背景音乐再合适不过了。还有就是弄个吸引力高的标题，比如用田园生活来引发共鸣；用乡村振兴来激发情绪；用农产品滞销来博取同情；用辛勤劳作来赢得感动……标题字不用太多，但好的标题确实能助力我们视频的播放率和点赞率。还有就是可以设置疑问引发互动，比如“今天要去塘里钓鱼，品种很多，带哪根鱼竿和哪种鱼饵呢？”这样用户会很愿意给你留言表达他们的想法，视频自然也就有了评论率，毕竟乐于助人是人的本能。