

抖音怎么做1条3000万+播放量视频

产品名称	抖音怎么做1条3000万+播放量视频
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

2.2.2.切生活中的高频场景取得共鸣这个逻辑其实很简单，大家在生活中遇到什么最多，肯定对这个事情上产生共鸣的就越多。常见的场景有：工作场景夫妻场景学校场景游戏场景旅行场景宠物场景三世同堂举几个例子：2.2.2.1.工作中的领导领导治我，我找办法对付你.....2.2.2.2.强悍的老婆家里彪悍的老婆... ..2.2.2.3.蠢萌的狗和猫这里也和之前说的一样，专业的和非专业的差别巨大，主要表现在内容的持续性火爆上，比如说也生脆脆这个号：2.2.3.生活中的知识除了这些场景的表现以外，另外一个非常值得关注的是涉及到这些场景的知识，比如说下面的这个生活小妙招：类似的还有PPT，Excel,PS技巧，都有很多人说过了，这方面我就不多说了。知识这一块，还有一部分是消费品，譬如说各种电影书单想做这方面除了这种类似PPT的视频，其实可以参考一些轻知识，比如说这个：以及这个：鉴于篇幅有限，这里就不多举例了。2.2.4.合理利用人性结合上面的场景人性方面的东西，实际上观察到的抖音有效的玩法有这些：而我们做出来的，将近4000万播放的视频。其实就是利用最简单的一个测试题而做出来的，这个测试题问的是：猜猜这个图里有多少个西瓜？然后我们可以和上面说到的这些场景一一结合起来：比如说丁香园的抖音号这方面就玩的就很好：每次科普完以后，都会增加一个突然一个转折，让人觉得很有趣。2.2.5.抖音上的变现说道这种套路，一般的机构是怎么变现的呢？变现的方式主要有三种。1.有钱的广告主买单，就是那种，我给你钱，你帮我拍视频。这种多偏向于抖音头部的玩家。那为什么不找几十万的小号呢？因为道理很简单，有钱的广告主找的广告公司，都图省事儿.....同样是1000W播放量的效果，找一个大号，总比找10个小号的沟通成本要低.....找大号合作既能保证传播效果，也好交差，双赢 win-win2.多平台传播，如果一个号可以引流潮流的话，粉丝多半还会在微博、公众号上找这些公众号.....抖音变现不容易，咱还可以搬到公众号嘛.....3.留微信号间接变现，很多号的签名栏会留联系方式，然后引导粉丝加微信，但据我了解到的情况，除非是这个号有粉丝特别喜欢的东西，否则粉丝多半都没有什么欲望去加一个人的微信，因为太麻烦.....4.百万大号购物车权限抖音上的MCN机构和个人大号是会有购物车权限的，据说头部KOL的效果的倒流效果特别好特别赚钱，但我手头没有明确的数据可以支撑这个说法的成立。所以这一块我就不多说了3.抖音规则和运营细节很多人会说，上面说的例子太多了，翻开公众号的文章比比皆是，可我照做了，为什么我的就不能火？这就是接下来我要说的细节。我是做产品设计出身的，我在一个平台上玩一件事情，我首要会想到的一件事情就是：“如果我是平台方，我会怎么设定推送机制？”于是经过试验和与其他朋友的交流，我总结出了抖音的机制。抖音的推送机制的判断过程我就不赘述了，简要说一下我认为抖音大体上问题不大的机制：1.先给账号评级，根据不同的级别设定不同的策略。基本的策略是，先检测视频，如果没有预设的问题（重复视频），先小量推送，然后根据数据情况给视频打分，分数够，到下个阶段，分数不够，不继续推送。（期间会穿插一部分的人工审核。）2.检测视频的时候，给视频打一个标记视频特点的标签（标签应该主要是来自于标题&评论

&关注人群的标签)，然后给有相关标签的人（他们的评论转发行为让系统觉得他们可能会喜欢这个视频）的推送相关的内容。3.打分的机制应该会有如下几种：3.1.打开率3.2.播完率3.3.转发率3.4.评论率3.5.清晰度所以在细节上，我们要做到：1.打开率：视频第一个封面很重要，让大家知道你的视频是说什么，有啥用，好不好玩。而且最好有个模板可以保证一致性，这样才能长期输出。比如说我上面分享的丁香园的视频，一些知识类的视频，没有一个不是标题是一个固定的模板+文字，这是已经被多次验证有效的了。（PS:我观察到的信息化程度偏低的，更喜欢颜色红色的，刺眼的文字，不信你去看看快手）还有个关键的点是标题，标题是可以影响打开率的，只要集中了目标用户的痛点，所以可以去5118上搜索，看你视频的相关的人群，主要关注什么东西，用什么方式来说话。2.播完率：拍摄的内容不要冗余，拖沓，不要太过呆板和重复，否则大多数人就不会看完。3.转发率：为什么视频要有神转折？超出预期才能引发别人的行动，评论，转发，无一不是因为超出预期才产生的，转发尤其重要。4.评论率：评论是可以诱导的。具体的是可以通过维护评论，标题设计是可以实现的。方法可以有：林志玲是我的女神，你心目中的女神是哪个？甚至还有这种简单粗暴的：还有一种视频，是看起来很神奇，但套路很明显，比如鱼飘出腥味最热门的视频，就是假装自己在胡佛大坝大声唱歌，大家会纷纷站起来拆穿他，享受戳破泡沫的成就感。评论甚至可以影响你的选题，因为绝大多数高的评论，多半是人民群众最喜欢，觉得最有趣的内容。5.清晰度，这一点其实没什么好说的了，视频千万不要做的模糊，一定要选择能做到的最高清晰度的视频。还有几个需要注意的点：一定要持续的发：抖音的推荐机制，其实是有一部分运气的成分在里面，不能说你满足了所有一定会火的原因，就肯定会火。4.如何发现新方法4.1.模仿别人的方向找到切入点本着授人以鱼不如授人以渔的思路，我们再继续来说说究竟如何发现新的抖音套路。如果你仔细观察，你会发现，如果你是一个经常玩抖音的人，你一定会关注了一大堆的账号，根据个人的喜好不同，关注的账号特点肯定是有有的粉丝很多，有的粉丝很少，有的账号有规律，有的账号没规律。但是！！！就是有的人只关注了五六个账号，而且关注的这些号，全部是有规律可循的大号！原因是什么？原因是：他们是一拨批量做大号的MCN机构！！！来来来，感受一下。她关注的人列表：再点开看看：再点开看看还有4.2.把其它平台有效的方式移植过来都说抖音是下一个微博，但是有几个会把微博上的大号的运营方式/定位，用视频的方式给复制过来呢？除了我们之前做到的3000W+播放的视频以外，我们最近一周尝试从0开始做了一个号，三次迭代过后，我们的平均播放量从1000+快速增长到了4w+，目前还有优化空间，还在继续增长。验证了我的方法论是有效的有图为证：刚刚开始发的视频：迭代三次后的视频：但在实际运营的过程中，我发现其实还有个比较很重要的问题，那就是在我认识范围内的朋友，有能够做成抖音大号的其实并不多。因为做成一个抖音大号，是需要有一些硬性条件的，比如说：长得好看，有技能要求，关于技能的要求其实可以参考这张别人付费找的人：限于篇幅原因，我们收集到的很多案例都没有用上，后续我会每天在自己做视频和看案例的时候，还会定期做一些分享