

企业抖音号怎么做？

产品名称	企业抖音号怎么做？
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

随着“两微一抖”崛起，消费者的行为轨迹发生了巨变。用户的购买行为，由原来单纯的搜索引擎获取信息，电商网站搜索商品，转变为到社群端、抖音端、微博端购买产品，而且越来越受到传播内容的影响，你的内容好，能打动用户，用户就会直接下单。也就是说，用户的购买路径，已经从“搜索—查看—对比分析—购买”，转变为“观看内容—下单购买”。所以我们重点讲解一下企业应该如何运营抖音？很多企业还在犹豫要不要运营抖音号，我给出的答案是要，而且要快。为什么呢？1、抖音还在高速增长，流量红利还未完全释放，此时入驻还有巨大的发展空间2、抖音是智能推荐机制，只要你的内容能抓住用户的心，你的账号极有可能引爆3、5G时代即将到来，短视频趋势不可阻挡，即便抖音做起来，后期有了内容基础和技术团队，转移新平台也更快更专业。具体应该如何运营企业抖音号呢？内容定位“企业号定位”和“个人号定位”是有区别的，最大的区别在于企业抖音不仅要关注抖音号的变现价值，更要关注企业的品牌价值。所以，你的抖音号内容，一方面要满足大众的需求，尽可能的要吸引目标用户；另一方面，也要结合品牌本身自带的标签和调性进行定位。比如丁香医生，作为医学类的品牌，要求输出的内容专业、可信度高。如果抖音号以搞笑方式运作娱乐内容，就会伤害品牌价值，甚至对品牌产生灾难性的后果。所以丁香医生目前定位为：有趣、有知识、有态度，新一代的大众健康科普帐号，我觉得是很正确的。丁香医生日常科普医学小知识企业具体怎么找定位呢？分成两个步骤：第一步：分析竞品开启自己的抖音号前，先了解一下竞品是怎么运作抖音号的？要研究对方塑造的人物性格是怎样的？变现方式是怎样的？以此判断对方抖音号的性格特征。第二步：找到差异定位的关键点，就在与要差异化。如果无法直接定位，可以从更细化的内容来输出定位。比如丁香医生的定位是讲解大众科普，你的内容，可以只针对孕妇妈妈的医学科普，从而进行差异化的定位。内容运营大家有没有发现一个问题，现在抖音好像越来越难做了？曾经随便发个模仿视频，或者拍个同款视频，都能火的一塌糊涂，现在火的都是专业且垂直的精品内容。这其实对于企业是一个好现象，草根运作和抄袭模仿，已经不能够在抖音上获得一席之地，精心制作的抖音视频，一定会大获全胜。所以，建议企业要搭建企业号，首先，要组建专业团队。怎么搭建呢？搭建初期，至少保证有2~3个团队成员，一个把控整体的内容输出，比如内容策划、内容运营；一个负责视频精剪，拍摄呈现、后期剪辑；一个是出境演员，会表现，能撩人。因为内容是整个视频的灵魂，所以成员的选择，一定要选择有创意、会撩人的强运营型人才。其次，为了高效把控内容质量和产出效率，还需要设计出专业化的内容模板：一般而言，我们内容设计，开头要吸引关注，比如提问，或者场景的引入；正文，要充分产生共鸣、或者有趣，或者有料，让用户愿意看完；结尾部分，可以引导用户进行互动，或者留悬念，让用户观看下一条视频。我们需要打磨一套内容模版，形成一个循序渐进的完整视频观看体验。针对企业抖音号而言，基本可以把内容分为三种类型：1、知识讲解型知识讲解型相比于其他两种方式，内容产出难度低，打造的成本低，花费的精力少，

但是单个视频的增粉量不会太高，做知识讲解型的内容，要与产品相关，帮助后期变现；文都教育知识讲解型的抖音2、娱乐剧场型娱乐剧场型对团队的创意能力要求极高，制作水平的要求也极高，要求剪辑的水平、运镜的能力要高，内容单个视频增粉量更高，但增长稳定性不一定强，与产品的相关度较难把握，与后续的变现可能较难承接，对用户认知品牌帮助作用较大。多余和毛毛姐的剧场娱乐型抖音3、感官体验型因为感官体验，要求能将产品的细节，更生动直观的展示给用户，所以对拍摄的要求很高，感官体验型的后续变现能力比较强。蓝小爸感官体验类抖音最后，还要注意一些内容运营的技巧：1、更新频率建议团队提前做好至少3天的内容，到期按日更新就好，从而保证品牌内容输出质量和数量的稳定2、互动管理如果想把视频打爆，还要经常与用户互动。建议提前在企业内部，要提前做好评论的预设和管理，发布内容时，展示企业一个良好的形象，引导用户的舆论3、导流规划如果是实体产品，可以直接添加商家地址，方便用户跳转到地图搜索页面，方便用户去实体店消费。而如果是生活娱乐类的网红孵化，可以借助抖音的流量，来增加自己在微信、微博、小红书上的流量。具体操作步骤：进入“发布”界面，点击如图所示红色箭头所指之处的“添加位置”即可。抖音变现明确定位、组建团队以后，内容可以持续的进行输出了，但是变现还是一个问题，企业到底应该如何变现呢？通常来说，有这四大变现模式：1、引流到企业社群当后期有了一定数量的粉丝，就可以在自己的个人主页介绍里放微信号，建立自己的私域流量，为下一步营销做准备。通过私域流量的运营，个人号的打造、社群的运营，进一步增强粉丝的互动，实现变现。2、开直播如果你的抖音，有IP人物，就可以开直播，在直播中与粉丝互动，宣传品牌的产品。抖音刷礼物也是一种变现手段，抖音上的音浪是由42音浪兑换6元人民币，也就是说提现比例是7:1，可以直接在“我的”选项中进入“钱包”兑换成人民币就行。3、抖音购物车功能抖音降低开放购物车的标准，很容易申请购物车功能，可以直接链接到淘宝。抖音达人可以用视频形式，直接引导用户到抖音橱窗购买视频同款产品。4、接广告如果企业做的是垂直领域的视频，有特定的粉丝人群，就可以找有广告需求的甲方合作广告推广。价格方面，一般按照粉丝量定价，每个粉丝2~6分钱，如果你的企业号已经成为大号，有数百万粉丝，可以按照视频定价，一般一条精品视频几万到十几万不等。抖音短视频凭借代入感、传播力强的特点，以及粉丝迅猛发展的势头，越来越成为取代图文，成为场景营销最重要的战场。在这个红利阶段，你们都准备好了吗？