

南阳生鲜农产品抖音短视频运营方案提高销量增加收入

产品名称	南阳生鲜农产品抖音短视频运营方案提高销量增加收入
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	2000.00/次
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

南阳生鲜农产品土特产如何抓住短视频风口？农产品如何通过抖音营销？只要有亮点，人人都能当网红，只要有兴趣，人人都能拍短视频。”这也是南阳企常青做农业短视频网红培训班的宗旨和目标。

如今抖音可以算是“史上Zui强带货神器”了，短短的15秒视频带火了一批人和数不过来的产品，其中，凭借着抖音火起来的农产品也不尽其数。既然抖音这么火，那么今&天南阳企常青就给大家分析分析农产品该如何借势营销呢？

玩转抖音第&一步：定位

不少人可能刚开始玩抖音，不懂得如何运作，抱着试一试的态度去观看别人的作品，在无意识之中，可能就转化成了“观众”，找不准自己的定位。

而有些人在玩抖音之初，就非常清楚自己不是抖音的观众，而是为观众们生产视频的创作者。既然身为创作者，那么Zui该做的事情就是发挥主观能动性，认识这个平台，通过各方面途径去了解这个平台的规则、玩法以及推荐机制。

想要通过抖音这样的平台收获流量，核心绝&对是内容。一定要让用户有获得感。无论是搞笑内容、音乐、美食或者生活技巧，亦或是农产品，必须要让看到视频的人有所收获。

以“三农”领域为例，内容具体可以分为以下三大类。

1.产品科普类：主要以科普产品知识及有关生活小常识为主。你需要做到的是稳定输出相关信息，比如你是做水果的，你需要每天或者有规律性地输出水果类的科普信息。例如芒果可以如何吃、怎样搭配养生、怎样吃更美味等。

2.美食教程类：产品的各种吃法。可以做些美食教程，比如一些蔬菜水果如何制作成美味。这类的账号，其吸粉Zui精&准且黏性Zui强，转化率Zui高。

3.农业教育类：可以根据每个产品的生产全过程做一个细分拍摄。假若有生产基地，就拍摄从种苗到成熟到销售的整个生产过程。每一个小过程，都可以形成一个知识点来做视频。

玩转抖音第二步：高质量视频制作

根据平台的规则来进行拍摄视频，才有可能达到我们想要的效果。以抖音为例，针对拍摄视频有以下几点需要额外注意。

1.原创比例。在条件允许的情况下，Zui好是可以直接用抖音APP直接进行拍摄。用抖音APP直接拍摄上传的视频会优先被推荐。

2.视频分辨率。如果实在觉得抖音软件难以满足需求，建议使用单反，因为如果使用其他视频拍摄机器，在上传下载过程中分辨率会降低，系统容易自动判定为盗用视频。上传视频一定要高清，尽量不压缩。

3.语音清晰、字幕、logo尽量减少。为了增加被推荐概率，Zui好不要添加logo。没有logo、分辨率高、画质清晰的高质量视频在过审和推荐上相对有优势。

玩转抖音第三步：发布

很多人在制作高质量内容后，却很纳闷为何没有太多推荐。所以，在发布环节需要注意以下几个小细节。

标题引导语冗长，削弱点击欲。引导语Zui好用一两句话概括内容，能让人初步了解视频内容。

关联话题、蹭热点让推荐关注量剧增。在抖音界面有一个“话题”栏。可以选择一个跟农产品比较相关的话题关联，其次如果没有比较相关的，就关联Zui热点的话题。

封面选择，做第&一眼“美女”。封面的美观程度影响主页的美观度，同时也影响着点击量，在发布过程中Zui好选择看着Zui舒服的那一帧作为封面。

地点定位，Zui大限度获取周边老乡关注。抖音会根据你的选择做一个定位，优先给周边用户推荐。

玩转抖音第四步：推荐引流

平台会根据停留时间、循环播放次数、点赞数、评论数，自动评价作品是否受用户喜欢，并根据这些指数调整推荐量。点赞、评论等较多的作品其推荐也会翻倍。

要慎重对待每一个评论，回复评论一样可以增加推荐。同时，这也是在为后期转化引流做基础。

事实上，套路都是共通的，以上方法在抖音、头条、微博等各大平台都可以有效地吸引流量。只要静下心来好好研究，一定可以营销成功。

随着5G到来，未来的电商模式由图片展示变成视频在线观看，这是必然的趋势。对于三农电商来说发展短视频+农产品。

具体来说有以下玩法：

玩法一：短视频就是一种工具，赋能的载体就是特色农产品。

农特产品短视频玩法很多，也没太多技术含量，只要抓住产品本身的特点，加上拍摄地点环境和个人讲解就可以了。农产品拍摄Zui好在生长原地拍摄Zui好。

玩法二：农产品从种植到生产，再到后期加工的流程，这些都可以短视频内容IP化。

比如葫芦，用短视频记录葫芦的生长过程，还有在葫芦上的加工，绘画等等等，都可以作为短视频内容IP化的素材。内容垂直。所有的视频内容和直播内容都尽量围绕主题，内容不可复杂多样，增加粉丝垂直度。

玩法三：打造农产品代言人。

用一个有特点的人作为家乡农产品代言人。提升个人形象，经常互动，培养粉丝黏性，也是一个很好的途径。利用短视频和直播，加上农村的生活故事，农副土特产品的故事，以本身的故事带大家对农产品的喜爱和期待。

玩法四：注重农产品的形象。

农产品不仅仅可以吃，还可以玩。做成农产品乐园，把农产品动漫化，给予农产品人物的感情色彩，这

样便于人们去接受，去热爱，去喜欢这些农产品，这些这也是短视频的素材啊。同样，在售后服务、产品开发等方面，拥有更多的专业人员，能够为消费者树立更好的品牌形象。可以线上营销线下销售，也可以网络销售和实体店并举。

玩法五：把农产品和其他的行业领域结合在一起，和相关的节庆活动绑到一起。

短视频+直播+农产品+节庆活动是一种更好的推广方式。Zui近广东省农业厅举办的首届农产品销售网红评审及推广活动就是政府背书，就是助力互联网农业，服务三农的新举措。

玩法六：种植户做直播获取客户的成本将会越来越高了，农产品销售的主要对象在城市。

有人觉得应该是种植户视频直播城市生鲜连锁店里面获取，客户可以在生鲜店里通过视频了解生产过程还可以提问，这样也就解决了对农产品安全信任问题！毕竟农产品消费的主战场在城市社区。

玩法七：如今短视频内容IP化受到越来越多的关注。

人们不仅仅是要从短视频中获得美的视觉享受，还可以从短视频的内容中可以获得一定的知识技能，满足自己对知识的渴求。因此，农产品销售可以与美食、生活等技能型短视频结合起来。你可以与品城记、中华美食频道等合作。

玩法八：一条出色的短视频不仅要内容优&秀，剪辑的节奏，镜头的组合，色彩光鲜的搭配...都需要精雕细琢。

短视频是源于生活高于生活的艺术，呈现出来的东西至少是有观赏性的，单纯的记录，枯燥的画面，干涩的台词，这些是不足以打动用户的，有故事的情节才能深入人心。

玩法九：拍短视频和直播需要投入大量的人力物力，需要具备比较高的素质才能做好，需要前期积累大量粉丝才能带动农产品卖货。

没有粉丝就没有曝光量和粘度，你直播和拍出来的短视频没人看，你想要卖农产品也没人知道，农产品就卖不出去。如果自己能力有限，可以找有实力的平台或者网红合作。

玩法九：网上销售平台选择很重要，平台有多种多样，有电商平台、社交平台、自媒体平台，短视频平台。

看数据，还要根据自己的资金，人员能力，知识水平，推广费用等等，一起考虑，不要大而全，选择一两个，集中精力尽量做好即可。

玩法十：和扶贫项目对接。

现在电商扶贫也是精准扶贫的一个重要项目，很多地方甚至有自己独特的运营方式，如果您的农产品也恰好在贫困县范围，也可以选择和一些扶贫项目对接，扩大销售渠道。短视频现在各大平台非常的火爆，可以通过这些平台在里面开小店铺。

目前的“短视频+农产品”的发展仍处于初步阶段，不少玩法还属于粗放型的UGC（用户内容生产）。我们还要调动多方力量，政府、企业、平台以及网红、KOL，发展PGC、PUGC等多种模式，创造出更多的玩法，让更多的农民受惠让广大消费者受益，这既是农业转型也是消费升级。