

# 抖音代运营公司：抖音短视频矩阵号有什么玩法，怎么运营？

产品名称	抖音代运营公司：抖音短视频矩阵号有什么玩法，怎么运营？
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

在我们刷抖音时，经常可以看到大号带小号的孵化模式，以此来实现资源互通将IP影响力发挥到最大。目前，单一做号同样满足不了大多数抖音玩家及淘客的需求了，批量打造抖音矩阵号成了不二选择，那么打造抖音矩阵号有哪些优点，具体又该如何运营呢?奥灵柯抖音代运营公司来和大家聊一聊抖音矩阵号玩法有哪些好处，抖音矩阵号玩法有哪些。

### 一、抖音矩阵号的优点有哪些?

#### 1、收益翻倍

比如做了一个好物推荐号，每天的收益有50，试想如果我们做10个好物推荐号的收益会是多少呢?抖音中真人出镜的内容号与抖音卖货号相比，前者更注重自身内容和人设的打造，孵化周期较长。而抖音带货号的做号成本比较低，矩阵化做号能够提升人群的覆盖广度，起到积少成多的作用。

#### 2.增加爆款几率

由于抖音去中心化的推荐机制，使得爆款内容的产生增添了不可预估的特性。如果我们能够矩阵化的分发内容，不仅可以增加爆款几率，如果爆款一旦产生，我们可以迅速联动其他账号，持续拉动产品热度。

#### 3.降低账号风险

由于发布作品的过程中可能涉及到敏感词汇、违规词等违规行为，会受到平台的降权处理，被降权的账号会被打入低流量池，即俗称的“小黑屋”。所以我们在运营抖音账号时能将精力分散开，为预防平台“猝不及防”地封号，我们不要只专注于一个账号，应多手准备实现多点开花。

#### 4.人群划分

抖音运营矩阵号能够帮助我们实现人群的精准划分，比如我们大号做的是好物种草类内容，那么可以在大类的基础上做细分，比如开设居家好物、护肤好物账号等等。

## 二、搭建抖音矩阵号的五种成功模式

### 1. 围绕企业、品牌、服务搭建

对于企业来说，抖音已逐渐成为品牌营销的主阵地，其矩阵化运营手段也多种多样，一些企业以品牌为中心，向产品拓展打造矩阵。比如小米旗下的“小米手机”“小米电视”等等。还有一些品牌以服务为中心，拓展出多个内容板块的矩阵号，如“丁香医生”“丁香妈妈”等等。

### 2. 围绕红人搭建

红人在各自的领域发展时，可能都会在加粉过程中遇到瓶颈。为延续红人的生命周期，很多红人选择在同一领域或不同领域新开账号，结合已有经验和资源迅速搭建矩阵。如抖音账号“彭十六elf”分别开拓了“彭十六的日常”“彭十六的小棉袄”作为新的粉丝增长点。

### 3. 围绕家庭关系

抖音情侣IP“羊羊羊”和“我是小可爱”日常发布的作品以情侣的日常生活为主，几乎他们发布的每条视频下都会艾特对方。用户通过观看双方拍摄的视频，进一步加深了对于红人的了解，两人的甜蜜日常更是吸引了一大波粉丝的驻足围观。

### 4. 围绕团队搭建

在团队账号中，一般会有一个粉丝量较高的主账号，在主账号中有团队的多个成员出镜，为团队内的成员进行导流。抖音账号“表哥覃进展”在具备一定影响力之后，在剧情中引入了新的故事线，并将团队内的成员“胖妞(表哥团队)”代入，实现了主账号粉丝价值的最大化。

### 5. 围绕某一种成功模式搭建

围绕成功模式搭建矩阵的玩法，多以垂直领域账号为主，这一类矩阵搭建主要分两步：第一步，找到一种成功模式；第二步，快速批量化复制。比如前者有比较成功的@PPT之光，而后出现了@Word之光@PR剪辑之光等系列账号。

## 三、矩阵号有哪些常见的引流方式?

### 1. 标题区、评论区互动

当我们在发布作品时不仅可以在标题文案中提及矩阵号，评论区作为粉丝活跃的互动场所，同样不能被忽略。很多用户都有看热门评论的习惯，所以抖音玩家不能放弃这一引流入口，通过回复评论的方式(作者回复的评论会被置顶)吸引用户的关注。如蓝V账号“阿里巴巴”在矩阵运营时，与旗下账号“考拉海购”在评论区日常互cue，实现流量共享。

### 2. 只关注矩阵账号

我们可以在关注列表中只关注自己团队运营的矩阵账号，以此来激发用户的好奇心，引导用户关注。

### 3. 直播间引流

抖音玩家也可在大号直播的过程中向小号进行导流，相比起短视频，官方对于直播的把控力度相对较低，抖音玩家可以借此机会增加一个引流途径。

#### 4. 打造风格一致的矩阵账号

相信我们在抖音中都曾刷到过“樊登读书”这类账号，而且不止一次。据粗略统计2019年“樊登读书”在抖音中就拥有几百个矩阵号，且粉丝超1亿。当我们在抖音中搜索“樊登”二字，就会出现旗下系列矩阵账号。

据观察，“樊登读书”旗下的账号画风一致，头像基本采用“听书”二字或樊登本人形象照。并且在所有矩阵号中，均以引导关注的背景图为主，简介也均采用相同的话术，引导用户点击樊登读书管网。

#### 5. 家庭自成矩阵或塑造情侣IP人设

家庭成员是自然的矩阵，抖音账号“祝晓晗”主打家庭喜剧赛道，发布的内容以父女间趣事为主线。在家庭短剧的风格定型以后，为扩大影响力账号“老丈人说车”应运而生，发布与汽车相关的内容。这样的矩阵能够让人在了解其中一个IP以后，有兴趣了解另一个。

#### 6. 在一个爆款IP之上，发展细分内容

对于个人属性比较强的账号，不少账号会尝试建立更细分的相关矩阵账号。账号“信口开饭”和“信口开盒”就是一个典型的案例，前者发布美食类测评内容，后者种草生活好物。同样的案例还有“papi酱”和“papi家的大小咪”，“papi酱”以自身的影响力，将自家的宠物猫带火。此类账号的优势在于，利用同一个IP做不同领域，只要一个账号火起来以后，用户就会对IP产生信任感，另一个账号就更容易火爆。

#### 7. 为旗下账号，达到引流的目的

很多用户出于对达人的喜爱，不仅会观看他们发布的作品，更关心他们私下的生活以及他们平时喜欢哪些内容。所以也会翻看他们的作品，给旗下矩阵号同样是一个有效的引流方式。

#### 8. 客串合拍视频

同为一个MCN的“贫穷料理”和“刘铁雕Rose”就曾使用过这种引流方式，两个独立的抖音号通过合拍视频的方式，不仅能让视频内容更加饱满还能实现粉丝互通。

以上八种是目前抖音中比较常见的矩阵号引流模式，随着抖音生态不断更迭，矩阵号的玩法也将不断扩充，各位抖音玩家还需在精细化运营的过程中不断摸索。深圳奥灵柯短视频代运营公司服务过多家世界500强企业，助力200+企业成长。奥灵柯短视频代运营业务主要包括：品牌宣传、粉丝积累、电商变现、原创内容、IP孵化、数据运营、达人签约、效果测试等