

地产蓝v官方号应该如何策划运营呢？

产品名称	地产蓝v官方号应该如何策划运营呢？
公司名称	海口龙华铁博涛文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	微信加 sk2324k 办理
联系电话	17677131251 17677131251

产品详情

短视频运营是企业营销推广或品牌宣传的助力并非体现在直接的生产力上的推动，而是凭借内容这一简单和大家分享，晓涵这一年摸索短视频运营总结的一套完整方法论。

一，调研

第一步是调研。很多朋友都会告诉你，做定位问题账号定位，人设定位，这个没错，然而，他们不会说如何做定位，当然要做，做精准定位，要从三个调研开始。

第一，调研同行的运营情况。看看本领域的成功竞品号都在做什么？他们发布了什么内容？搞清楚这些问题，你对一个细分领域的品牌，如何做抖音也有了一个初步印象。

第二步，调研用户的需求。如何通过抖音号来引流，我就得去了解这些粉丝基本属性。抖音号全看甲方沟通或者搜集资料了解，第二个调研，是调研用户，做粉丝画像，这和做公用他喜欢什么内容，哪些内容能吸引他们？他们的消费场景，性格特征？他们有什么需求？如果这个账号内容不能吸引他们，那这个品牌就可能会造成伤害。

二，定位

第二步，进入抖音账号定位阶段。

到底什么叫定位呢？

其实定位是为关注你记住你的品牌，和其他号能区分开来，在粉丝心中形成清晰认知和标签，给粉丝留下深刻印象。个人号定位围绕个人品牌来塑造，企业号定位则是围绕企业的品牌价值，以及品牌之间，最大的差异，是文化，从文化入手，是一个不错的切入点。但不是绝对。

定位的关键点，就在与要差异化。

如果直接承接内容，内容容易爆款，但变现难。内容垂直，内容容易变现，企业抖音内容定位，有3个原则

- 1，在领域内做细分内容——内容垂直。
- 2，心电图式的热门布局——内容矩阵。
- 3、围绕产品做精准内容——超强转化。

三，内容

继续运营持续的优质内容，是一个需要很大成本和精力投入的事，对企业而言，要么外包，要么自己组针对企业抖音号而言，基本可以把内容分为三种类型：

1、专业科普型

这类内容专业性较强，需要大量的专业知识，拍摄难度较大，但信息量大，是用户获取知识的重要途径。

2、创意剧场型

这类内容通过创意剧情吸引用户，通常采用短剧形式，情节紧凑，反转不断，具有很强的娱乐性。

3、感官体验型

这类内容通过视觉、听觉等感官刺激吸引用户，如美食、美景、萌宠等，具有很强的吸引力。同时，抖音内容运营，有两个注意事项：

一是要紧跟热点，二是要注重内容质量。热点话题、热门内容更容易传播，但内容质量是吸引用户的关键。同时，要注重内容的创意和趣味性，避免千篇一律。

四，团队

创业的关键是人，找到合适的人来做抖音，整体原则是提高人效，提高物效，快速，快剪，快速迭代。核心点，是找到合适的人！

在新媒体公司，玩抖音都是黄金配置三个人。

编导负责内容策划和拍摄，剪辑负责后期制作，运营负责账号运营和推广。

编导需要具备创意和执行力，剪辑需要具备审美和技术，运营需要具备网感和沟通能力。团队成员要各司其职，协同合作。

剪辑师负责视频的后期制作，包括剪辑、调色、特效等。一个好的剪辑师能让视频更具观赏性和吸引力。

运营负责账号的日常运营，包括发布内容、回复评论、推广引流等。运营需要具备敏锐的网感和良好的沟通能力。

五，投放

现在甲方都主动提出要投放短视频平台了，的确，哪里流量大，就在哪里投广告。

品牌方都希望借助主流的，强大、正面的网红效应来为商品带来最大效能的转化。

目前，抖音平台的达人也是竞争激烈，价格更是水涨船高。