

# 如何运营抖音短视频？

产品名称	如何运营抖音短视频？
公司名称	杭州星抖云文化传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	西湖广告大厦3F
联系电话	15824487015 13605817015

## 产品详情

- 1、了解抖音算法
- 2、如何“养号”
- 3、内容运营
- 4、通过挑战赛引流
- 5、用“DOU+”
- 6、抖音的变现模式

### 一、了解抖音算法

抖音算法推荐的基本逻辑是，先把视频内容推荐给一部分用户，然后根据这部分用户的反馈数据来决定

是否将其推荐给更多人看。如果反馈数据的分析结果是正向的，就会将其推荐给更多人，反之则不再推荐。

这里的反馈数据主要包括播放量和完播率、点赞量和点赞率、评论量和评论率、转发量和转发率。而其对内容推荐的影响力排序为：播放量和完播率、点赞量和点赞率、评论量和评论率、转发量和转发率。

一般来说，视频次被推荐时会根据抖音账号的权重匹配到相应的流量，大概为百人量级，如果完播率达到60%或点赞率达到10%，并且出现了一些评论，基本会被判定为内容较好而进行二次推荐。

第二次推荐匹配的流量一般为千人量级，同样是在完播率、点赞率、评论率等数据较好的情况下，才会被认为受欢迎从而被第三次推荐，获得万人级的曝光量，之后便以此类推，直至有十万人、百万人甚至千万人看到这个视频。

## 二、如何“养号”

养号是把一个新账号快速培养成能够持续被系统推荐的账号，从而吸引大量的粉丝，成为流量阵地。账号能够被推荐的一个重要前提就是拥有相应的账号权重，权重越高，获得流量扶持的概率越高。

提高账号权重的方法有很多，根本的方法就是模拟正常账号的使用习惯并在此基础上保持较强的创作能力和较高的更新频率。

除了自己拍视频，也要看其他人的视频，并关注其他人的账号，给别的视频点赞和评论，此外还应积极参加平台的活动。一般来说养号周期为三天至一周，在这期间我们需要完善账号信息，观看系统推荐的视频，关注所处领域的其他账号，为接下来的内容创作累积创意。

## 三、内容运营

### 1、选择合适的垂直领域

选择一个领域，给短视频的内容做一个整体的定位，但要尽量选择一个不算小众的领域，并注意不要跨越多个领域，以免影响视频的推广效果。

## 2、视频形式与内容风格

### 视频形式

#### a、真人出镜

这是当前主流的一种短视频形式，这种短视频具备真实感，再搭配音乐、剧情等元素，可以呈现出很好的视觉效果，真人出境的形式给了用户基本的沉浸体验。

#### b、图片滚动

即把图片或照片做成动态翻阅形式的视频，它能够吸引用户的原因是此类视频展示的多是一个递进的过程，能给用户带来期待感。

#### c、字幕跳动

即设计五颜六色的文字，然后从不同方向持续弹出，或与真人出境搭配，把人物说的话做成字幕放在视频里。

### 内容风格

#### a、反差类

典型玩法是快速变装，如抖音用户“阿纯”，他在他的视频前半段中都是男性形象，到后半段就变成女性形象，借此形成强烈的视觉反差，吸引粉丝的关注。

#### b、搞笑类

抖音作为娱乐属性很强的平台，搞笑类视频的引流效果十分明显，而对于幽默感的把握是该类视频成败的关键。

### c、金句类

情感金句容易打动人心，励志金句让人热血沸腾，让“冬泳怪鸽”火爆全网的就是他的金句“我们遇到什么困难都不要怕，微笑着面对它，奥利给！”

### d、解读类

即以的解读配合固定的“人设”，向用户传授某一领域的知识，基本形式是“真人出镜+动态字幕”，传授的知识点要给人耳目一新甚至颠覆认知的感觉。

## 3、选择视频内容的主题

关于挑选主题，有一个小窍门，那就是追踪抖音平台的热点。另一个有效的办法是观察竞品，尤其是观察头部竞争对手的竞品选择了哪些主题，并将其归类，然后进行模仿测试，后确定自己的主题。

## 4、将视频内容的脚本结构化

脚本结构化是指打造并累积多个内容模板，然后根据热点和选题进行填充和优化；脚本结构化是保证视频的高频更新的前提。内容来源一部分来自你在所处领域累积的知识，另一部分则来自与该领域相关的其他内容源，如知乎、公众号等。

## 5、账号引流

签名档引流

通过简短且利益性突出的文案引导粉丝添加号，给予用户的利益一般是优惠福利或满足刚需的内容产品。

## 背景墙引流

基本逻辑和签名档引流一致，呈现形式为带有引导文字和链接入口的图片。

## 私信区引流

通过签名档、背景墙等引导粉丝发送私信给账号，然后通过私聊的方式对其进行导流和转化。

## 视频内容引流

一般是在核心内容部分展示完毕后，在结尾处留下一个行动指令，并通过字幕引导粉丝找到号。

## 评论区引流

通过设悬念、提问题等方式引导用户观看评论，然后通过置顶自己的评论，引导粉丝添加。

## 视频区左下方引流

账号“樊登读书”的视频就会在这个位置放置引流的内容，用户点击后会跳转到其他页面，里面会显示具体的引导文案和号。

## 四、通过挑战赛引流

### 1、了解抖音挑战赛

挑战赛是指抖音发起一个话题，用户参加拍摄相关主题的视频，即可参加平台或平台与品牌方联合组织的挑战赛，实现的第二个主流方式。

抖音挑战赛本质上是一套完整的内容裂变机制，部分用户根据挑战赛的话题进行内容创作，其他用户看到有趣的内容后也会加入挑战赛，进行其他形式的创作，进而带动更多粉丝观看和参与，形成流量循环。

## 2、利用挑战赛引流

### 吸引人的话题

吸引人的话题主要包括节日热点类、流行语类、传达理念类、品牌类、产品类、明星类、利益类，其中节日热点类话题的流量吸引效果和粉丝沉淀效果是好的。

### 实用的工具

#### a、贴纸工具

贴纸是附在原始视频上的一些装饰，有多种类型，如抽签测评贴纸、秀场贴纸、剧情贴纸、合拍贴纸、反转贴纸等；其中抽签测评贴纸、秀场贴纸、反转贴纸的用户使用频率相对较高，且引流效果明显。

#### b、背景音乐工具

抖音背景音乐类型分为剧情配音、舞蹈配乐、歌曲改编和节奏纯享四种，其中，剧情配音类音乐更符合用户需求，有极强的互动性。

### 有效的运用工具

任意一场挑战赛都会用到以上一种或几种资源，主要包括流量曝光工具、互动工具、种草”工具、引流工具。流量曝光工具包括开屏广告、信息流、达人推广、“TopView”（广告位）、共创项目；互动工具包括视频挂件、贴纸等；“种草”工具为快闪店；引流工具包括购物车、“Link”（广告链接功能）、小程序、POI（地址认领）、卡券、品牌专区、明星品专区和搜索彩蛋。

## 五、如何用“DOU+”

### 1、什么是“DOU+”

“DOU+”是一个付费投放渠道，可用于直接增加视频播放量，借此实现账号和变现。用好“DOU+”的核心是内容与产品，内容和产品越好，越符合用户需求，越容易出现较高的回报率。

### 2、“DOU+”投放视频的基本步骤

#### 选择好要投放的账号

选择包装好的账号进行测试，该账号必须有清晰的定位和较高的权重。

#### 准备好要投放的视频

在“DOU+”选择“速推版”或“定向版”进行投放，建议优先选择后者，其中包含系统智能推荐、自定义定向推荐和达人相似粉丝推荐三种推荐方式，建议优先选择自定义定向推荐和达人相似粉丝推荐，选择后确认投放。

#### 对比投放数据

核算投入产出比（视频中可配置流量入口，能直接售卖产品或向外部平台引流），复盘和总结数据较好的视频类型，准备新一轮的制作和投放。

## 六、抖音的变现模式

### 1、基于抖音的电商CPS

基本的方式是开启商品橱窗功能，商品橱窗中可以放置各种外部电商平台如淘宝、京东、考拉易购、苏宁易购和唯品会等的商品链接。粉丝点击下单后会给抖音账号带来收益，商品卖得越多收益越多，即按CPS模式计价。

### 2、开设自己的小店

商品分为实体产品和虚拟产品（知识付费、教育培训等产品）；开启了商品橱窗功能，转化入口就在视频的左下方，显示为黄色字体，常见的是“购买视频同款”字样。

重要的是要找到适合通过短视频售卖的产品，以及摸清抖音达人卖货的流程。商家也会直接联系一些达人进行产品推广和售卖，终效果取决于产品属性与达人粉丝的需求是否匹配。

### 3、直播卖货

与其他平台（如快手、淘宝等）相比，目前还处于弱势地位；利用短视频进行流量转化并配合“DOU+”等功能增加曝光率，是一条适用于企业在抖音变现的运营逻辑。