

初入抖音，如何提高新账号播放量？（新手进）

产品名称	初入抖音，如何提高新账号播放量？（新手进）
公司名称	杭州北抖星网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市西湖区西斗门路3号天堂软件园A幢1楼1034室（注册地址）
联系电话	15868279988 13605817015

产品详情

有很多人说：新申请的抖音账号的播放量特别难上去，播放量低无法打破冰点，播放量只有几百甚至几十新账号初期做视频都只能自嗨吗？对于玩转抖音还懵懵懂懂的玩家，这篇超级干货，会让你不虚此行的！

我就来和大家分享抖音新账号初期如何快速获取流量的玩法

新人发布作品不一定能获得巨大流量，这是一个巨坑。

为什么他们（大V）能有那么大流量？

- 1、抖音上大的网红都是有团队的，他们是团队营销，拍摄的内容和程度都不是个人可以比拟的
- 2、抖音审核机制是机器来审核一审，他们前期发布作品前已经做好了充足的准备如果你的作品机器人给到的一级播放量很少就很难火起来了。
- 3、可能他是某个大V从微博，B站啊等等平台引流过来的，这种是有官方扶持的

别人引爆一个号里面付出的成本和代价也是非常大的，不要看到别人什么视频火就无脑模仿，模仿不好不仅号被封掉，名气也被搞臭了，万一有成为了网红，这种黑历史很容易被挖出来，处理不好直接就会被逼隐退了。

具体玩法

一、视频时长

视频长度和粉丝参与度之间的关系，您知道吗？人类的注意力持续时间甚至比金鱼还要短暂！

这个观点听上去很搞笑是不是？

您或许觉得这一定是瞎说，但事实上它确实是事实。

随着快餐化时代的来临，人类的注意力持续时间已经下降到了8.25秒。

这意味着视频内容行业从业者必须要有足够的创造力以及有效的战略思维模式，才能创造出足够具有吸引力的视频内容，以保证粉丝在整个视频时长内都保持足够的注意力。

这当然具有很大的挑战性，但也并非不可能。

考虑一下，您有不到8秒钟的时间来吸引粉丝的注意力，你必须要特别关注视频的时长。在这个意义上说，视频时长和粉丝参与度之间存在强烈的相关性。

究竟有没有一个佳的视频时长？

虽然我们刚刚了解了视频时长与参与度之间关系的一些数据，但是，千万不要那么教条，认为您做的每一个视频，都只能多两分钟长。

这是极大的认知错误。

就像把时长40集的电视剧非要注水到120集的时长可能导致质量大幅下滑一样，试图把10分钟长的视频压缩到2分钟，以迎合所谓的“佳视频时长”，同样可能是个极大的错误。

TED的视频时长约在15分钟；一个篮球比赛中的投篮视频，可能时长约2分钟；一则广告视频，可能不到60秒。

差异大吧？

那么，究竟是由什么来决定视频的时长呢？

内容、目标受众和场景。

内容

视频是一个与现实完全不同的世界，提供了无限的可能性来传达我们的思想：教育类视频、讲解类视频、推荐类视频、幕后故事视频、如何做教程视频、播客，等等。

一定要记住，视频内容不同，其时长可能大相径庭！

目标受众

无论是什么样的交流活动（当然也包括视频营销这种交流方式），了解您的受众都非常必要！这是唯一可以向他们传达有针对性的有效信息的方式。

同样很重要的是，您需要弄清楚您期望粉丝做出的反应！让他们获得娱乐，与让他们学习到某个技巧，或者是仅仅通告他们某个时间您会开直播，还是希望他们购买您推荐的产品，显然都完全不一样。

场景

您的受众是通过什么样的设备或平台来观看您的视频？同时也要了解他们的期望。这些因素都会影响到视频的长度。

比如，Hubspot曾经做过调查，在手机上播放的视频，以5分钟之内的时长为普遍。但如果是社交媒体平台，比如说YouTube，理想的视频时长则是3分钟；而如果是在抖音或快手，则显然都在1分钟以内；而如果是B站，则要长得多了。

期望方面，您表现内容的方式（标题、缩略图、标签等），以及您选择的平台，都会影响到您的受众期望看到的究竟是“短视频”还是“长视频”

二、凸显标签

亮点标签说白了，就是如何打造自己的差异化优势在一群的人中，你如何凸显自己的优势价值在动荡期就显得尤为重要。

任何商业成功的关键,都是要有持续地创造并提供差异化价值的的能力。

但我见过的绝大多数年轻人,他一直在想如何变得更,同样的考试我如何考得比别人高,同样的岗位和工作我如何比别人超一分，但是这就像跟那些超市比谁价格低一样,这样做本质上你是没有办法创造利润的。

我如何提供差异化的价值?

在这一点上,我想引用谷歌的联合创始人拉里·佩奇在一次演讲当中提到的一个事,当时别人问他,他的影响力是怎么来的,他就提到了一个概念,是一个简单的经济学概念,叫做Additionalvalue,就是附加值。

任何的影响力,都来自于附加值。

那什么是附加值呢?

附加值就是那些没有你就不会发生的事情。

比如说我就卖一个更便宜的苹果,这个事情没有我会不会发生呢?肯定还是会发生的。

这说明你的可替代性非常高,你永远是不会有影响力的,无论你做得多。

所以你就要想办法,创造出的附加值,如果你想获得任何一种影响力,或者想获得任何一种超出别人的能力,它一定是塑造一种差异化的竞争力。

三、视频内容

网红生产的内容必须有质量、有价值、有潜在商机和广阔前景的视频

为什么这么说呢？

已经成为视频网红的人，看他们的视频，看似偶然性，事实上背后有很强烈的策划。有些视频是无意中红起来的，拍到一段离奇的事件，或者拍到一个新闻事件，这是传播过程中的突发事件。如果是个人推出的一档视频专栏和重复性的节目，够后的策划事实上非常重要。在开拍之前一定要想好你的目的是什么。

比如说很简单，一个视频要有开篇和结尾。所以你肯定就要把自己的视觉形象整体化，比如说你给自己打造一个这样的形象，视频每个片子的开头、结局要有一个整体的品牌形象的展示。我觉得，papi酱的做法其实跟这个挺像的，可能这个在中国还属个人视频慢慢兴起的阶段。papi酱算是先锋之一，所以下子大火，但是并不代表只有papi酱一种模式，视频展现总结了以下几点

内容是王道

才艺特长我要多讲一点，因为才艺特长类视频事实上是视频网红里面很多很集中的一个。，比如音乐博主能火起来是因为他自己在抖音上传唱歌，上传很多就火起来了，现在成了的流行歌星，这样的人在抖音很多，就是个人喜欢演奏曲子、唱歌，甚至还有一些人跳街舞，他们就把自己的才艺上传到视频上去，就在朋友中推，越推越光，像滚雪球一样。这里还想讲我们经常在欧洲看到有一些很火的Youtube上传的视频。因为在欧洲有很多火车站，会有一家空置的钢琴在那里，让路人随便来弹。前段时间我在网络上看到一段特别火的视频，那个视频一夜之间就上前问的点击率，其实是在法国一个火车站，有一个人跑来弹了一段钢琴，结果他弹了一段，而且完全是即兴，结果另外一个过客也过来跟他一起弹，相当于两个人合作，又是完全不认识的两个路人。这段视频一下子成为大火的视频，这是一个偶然性的视频，但是有一些比较有头脑，有策划点子的人会把这种偶然制造成一种必然，所以就有一些有才艺的人会利用某种形式，在视频频道上展现自己的才艺。玩家如何出名

还有一类特别火的玩家，也属于才艺类，为什么说是才艺类呢？在欧美有很多打打的特别牛，或者是特别喜欢玩的人，他们就专门把自己打攻关的过程拍成视频，他本人不出镜。这个视频点击量上千万都有的，我儿子的小朋友喜欢玩儿一款叫只狼。这个在西方特别火，它有很多视频网红，他们其实是只狼的玩家，就把自己在只狼里面的攻关和攻略的过程拍下来，有的视频拍的非常粗糙，但是因为这些视频的玩儿法特别有意思，所以小朋友和玩家都会看，点击率越来越高的话，这些人的视频也大火。这里顺便讲一下，他的视频一旦大火就成了吸引商家的焦点，他就能成为的代言人，或者成为某些新的产品推向世界的代言人。因为现在这种的玩儿法在短视频网红里面也非常的受欢迎，我了解这个情况是因为媒体上经常有报道，有些玩家一下成为了视频网红博主。，类的视频有一个优势，它不涉及到语言，也不涉及到文化背景，其实就是一个流行的产品，它就是把自己的才艺、玩儿的水平展示出来。中间也没有语言差异。