

没有比这更全的抖音运营资料，一起交流学习

产品名称	没有比这更全的抖音运营资料，一起交流学习
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

抖音的审核流程是什么？毋庸置疑是机器人来审核一审，如果审核过程中有违禁词等才会转交为人工审核，通常一个热门的视频都是直接由机器人来给一级流量，这就是有的人播放量低迷有的发布出去就能有播放量的原因，如果你的视频到达上热门标准后视频会进入二审，由人工来审核你的视频是否违规

推荐算法

抖音的算法是极具魅力的。这个魅力在于，抖音的流量分配是去中心化的。抖音的算法是中心化的，会根据用户的喜好推送视频内容，让平台流量更加公平，这套算法是抖音必不可少的评判机制，对所有用户都有效，无论是内容生产者（拍视频的人）还是内容消费者（看视频的人）

在公众号上，如果你没有粉丝的话，你发的内容就不会有人看。但是抖音就不一样，所有的抖音的用户，你拍的任何一个视频，无论质量好还是质量坏，发布了之后一定会有播放量，从几十到上千都有可能

这个我们把它叫做流量池，抖音会根据算法给每一个作品的人分配一个流量池。之后，抖音根据你在这个流量池里的表现，决定是把你的作品推送给更多人，还是就此打住。因此，抖音的算法让每一个有能力产出优质内容的人，得到了跟大号公平竞争的机会。

热门视频的特点

每个热门的视频都有他独特的核心价值作品、核心价值的分析框架是“多主体多价值，明确核心价值”

一个作品的价值有很多，对不同的主体体现出来的价值也不同。一个作品的价值对用户来说可能是解决了他一个痛点问题、提升效率、自我实现等等（这里可以用马斯洛需求层次来解释）

总之一个作品的价值有很多。但是作品的核心价值就只有一个，即满足目标用户一个或多个需求，解决一个痛点问题。这个需求越是刚性需求，作品核心价值就越大。鲁克在《产品的视角》中说到，产品的

价值是微笑价值，第二价值是商业价值。其中微笑价值是对用户而言的，因此一个作品的核心价值体现在它的用户价值上。作品围绕核心价值创造更多的“Aha moment”

热门视频都用了哪些技巧呢？

一、优质的标题1、框架：谁、在哪、做什么、后怎么样了，这样的框架基本可以将视频中的某一个亮点故事讲清楚，后以完成结果、感叹点、悬念、问题结尾，这样就是一个优质的标题。

2、故事性：每一个优质的视频里都有一个亮点，将这个亮点提炼出来以第二步的框架模式写出来。哪些属于亮点？简单讲就是有共鸣、有收获、有趣，这个不清楚的可以去看我前面的文章“一个优质短视频应该具备的15个点”，这里有详细阐述有共鸣、有趣和有收获的具体内容。

进阶篇：

1：巧设悬念、制造反转，通过一个疑问或矛盾冲突来吸引读者点击。

2.巧用谐音字如：《“浙”就是你》（18年高考浙江卷），《时代在新，我们在行》（18年高考全国卷三）。3.关键字式标题用法：适合记叙文使用，选择记叙的中心关键词作为标题。此类标题的优点在于容易勾起读者的好奇心，如《列车、茶、春花》，《外婆的糖醋排骨》

二、定位你作品的受众人群

已知抖音用户特征内容产出者：年龄为16-30岁,女性居多,1-4线城市全覆盖内容浏览者：年龄为16-45岁,男女比例接近1：1，1-4线城市全覆盖大V：粉丝数上百万即为超级大V，抖音官方会有专人1对1对接，粉丝数上十万即为大V

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。

好的用户定位和清晰的用户定位会在作品运营周期的探索期、成长期能够打造出具有针对性的作品功能，快速圈住用户，后可具备辐射力，给作品后期发展提供有力依据。所以用户定位永远是作品开发重要的前置条件。作品的开发、运营、营销的走向都是要随着目标用户群的定位走下去。