

# 视频号怎么从0开始！

产品名称	视频号怎么从0开始！
公司名称	广州领科网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市海珠区琶洲
联系电话	18022888954

## 产品详情

近视频号频频出现新政策，越来越多的人意识到，腾讯已经有意要将视频号发展成为超越抖音号的一个短视频平台。

但是你准备好了开始运营视频号了吗？

我相信大部分都没有，甚至连视频号如何运营以及账号运营规则也不清晰。

微信视频号有没有发展前景

作为微信生态的视频平台，视频号是含着金钥匙出生的，注定具有很多优势。

视频号不会缺少流量。

微信拥有12亿用户，作为微信生态的平台，而且是战略级平台，不会缺少流量。

为什么说视频号是腾讯的战略级平台呢？

“视频号”这个名称就可以看出，腾讯突围短视频阵地的决心。

### 视频号进入窗口

视频号的入口直接设置在微信的“发现”界面，位置很醒目；而同样作为微信平台下的视频平台的微视，是单独的APP，在微信APP并没有入口。

这一区别，会导致流量的巨大差异，这一点就能看出微信对视频号的特别重视。

视频号从推出到现在，动作幅度大，改版很快，陆续新增了很多功能，比如小商店、直播功能等，这个速度在腾讯以往的产品里是从来没出现过的。

视频号的传播和引流具有天然优势

在微信生态中，微信个人号、微信群、朋友圈可以转发视频号链接，而且可以直接打开。

公众号、视频号，个人号之间可以形成流量的闭环，互相导流，这大大有利于视频号内容的传播。

而抖音和快手等非微信生态的平台，在微信生态里受限很多，甚至可以说寸步难行。传播方式的便利，将让更多用户愿意去传播视频号。

视频号的传播是基于私域流量

自己制作的视频号内容，点赞后有机会被微信好友看到，好友点赞，有机会被他的好友看到，这样就有了裂变式传播的机会，触达到更多的陌生人。这一点，是抖音快手等平台无法比拟的。

以上就是视频号前景的有力证明。现在视频号还处于红利期，抓住机遇，就能从中获益。

如何运营视频号

运营视频号，可以从以下几个方面来入手。

1、明确账号定位

不管是做哪个平台，想要做出成绩，首先要做的就是定位。

2、明确运营目标

不同类型的主体，做视频号的目的是不一样的。

有了明确的标准，可以针对性的制定策略。

如：想要提高话题参与人数，就要思考，如何吸引用户参与话题，如何提高用户参与的积极性。

### 3、明确目标群体及需求

目标群体，也就是你想吸引的群体；你的视频号想吸引什么样的用户，你的内容就要满足这个群体的需求。

明确了客户的需求，就能针对用户的需求来制作内容。

### 4、明确自身特色

想要留住用户，内容必须有能够吸引用户的特色。

## 01、内容亮点

内容如果和其他同类作品没有任何区别，就很难在用户心中留下印象。我们在选题的时候，要尽量有自己的想法，有同行没有或者少有的亮点。

## 02、人设规划

除了时政新闻类作品及一些不出镜的干货类作品以外，一般的视频内容，都会设置一个“主角”。

这个主角可以是真人，也可以是卡通形象。

不管是哪种形式，这个“主角”都必须有自己的特质和个性，也就是“人设”

鲜明而稳定的人设，能够给用户留下深刻的印象，让用户愿意持续关注。

对于很多人而言，很难在短时间内做好定位，一方面是因为对自身优势认识不足，另一方面是因为对整体形势及各个赛道不太了解。

适合自己的定位，能够充分发挥自己的优势，让自己如鱼得水，很快就能获得收益。

而不合适的定位，不仅浪费时间和精力，还会让人对自己产生怀疑。

竞品分析，借鉴爆款

经营任何一项事业，考察行业整体情况，研究同行竞争对手，都是很有必要的。做视频号，也是同样道理。

同行竞争者的产品就是竞品。

做好了定位，选好了赛道之后，接下来就要做竞品分析。分析竞品，有助于找出自身特色，用特色吸引目标用户，争取做到弯道超车。

## 1、如何做竞品分析

### 01、找到竞品

做竞品分析的步，找到竞品。可以寻找和自己定位相对应的垂直领域（比如设计、美食、测评、育儿、法律.....）的同行。

### 02、分析竞品

整理好同行目录之后，关注账号，围绕以下3点来定期跟踪优质账号。

所有“爆款”内容；近期的运营策略和选题方向；活动策略和互动模式。

## 2、研究爆款，灵活借鉴

在开始策划内容，创作之前，学习并借鉴爆款是很有必要的。

## 03、借鉴文案

可以借鉴很多短视频里的话术。觉得哪句文案不错，可以进行适当修改之后套用到自己的作品中。

## 04、借鉴人设

人设对于有剧情的内容而言非常重要，在编写剧情之前，一定要确立好人设。

人设的因素比较多，我们可以选择其中几个核心的要素。

姓名：给主角取一个能代表其特点的名字，让人一听就知道他是主角。经常出现的配角，也要有个名字。

性别：明确角色的性别。

年龄：年龄决定人物的生活经历，也会影响处事风格。

性格：人物是内向还是外向，其语言风格和处理方式是有所区别的。

外貌：在人物设定方面，外貌也是很重要的。

另外，人物的优点、缺点、兴趣爱好、口头禅等，也会让人物形象更加丰满。越是复杂的剧情，对人设的立体性要求越高。

## 05、借鉴剧情

对于有剧情设定的内容而言，爆款一定有套路；我们可以将剧情进行结构化拆解，再把我们自己的内容填充进去。

我们可以从人物、场景、音乐、经典台词、结构等4个维度来拆解爆款视频的剧情套路。

大量研究同行，做竞品分析，借鉴爆款，是我们在做视频号之前就要做好的工作。

注意：借鉴 抄袭。

借鉴是学习别人的优点，加上自己的想法之后的创新。

如果照搬别人的作品，就构成了抄袭。



## 精心策划内容

有了明确的定位，分析了竞品之后，就可以策划自己的内容了。

一般情况下，能够保证高频率持续输出的账号，在前期都是做了大量的工作，策划了大量的内容，甚至已经做好了部分成品内容的。

内容为王，好的内容是决定账号能否做大做强的重要因素。想要持续输出好内容，除了有一定的知识储备外，也要学会借助热点。

## 形象打造

用户眼看到作品，会对作品有一个基本判断。

视频号的形象，可以分4个维度：账号形象、作品形象、角色形象、场景形象。

## 粉丝提升策略

不管是在哪个平台，粉丝数量的提升都是很重要的，尤其是在运营早期，粉丝提升是重要的目标之一。

视频号的粉丝提升方式有很多，可以分为平台内部引流和外部引流两大类。

### 1、平台内部导流

## 01、视频画面箭头引导

在视频剪辑的时候，左上角添加向上的箭头。发布出来就可以看到箭头指向号主头像。这能在一定程度上引导用户关注视频号。

## 02、画面底部文字引导

在视频剪辑的时候，可以在画面底部加上文字，用文字引导用户关注。

比如“关注我，学习更多技能”，“关注我，学习100个文案小技巧”。

## 03、片尾引导关注

在视频的末尾的旁白里可以加上引导性语言，比如“关注我，下次教你其他技巧”、“关注我，下个视频教你……”

## 04、简介引导关注

精彩的个人简介，也能在一定程度上吸引用户，进而关注。

## 05、坚持垂直定位

在某一个垂直领域持续输出优质内容，就更容易在用户心中树立的形象，让用户更愿意持续关注。

## 06、内容连续剧情点

连续剧，如果剧情精彩，能够吸引用户翻看以前的内容，从而可能关注视频号。

这里说的连续剧，并不需要像电视剧那样要求比较高，并不一定需要多个演员或者多个场景，一个人出镜，同一个场景也是可以的。

只需要在整个系列有一定的相关性，然后在标题上标明序号，也可以算作连续剧。

连续剧情有两种：

### A. 独立剧情

整个系列的风格一致，但是每一个作品都有一个完整的主题。

可以在封面的标题上标明序号，也可以在视频开头用语音的形式表明。

比如“这是我推荐的第100本书”、“这是我体验创业生活的第300天”。

### B. 悬疑剧情

剧情设置悬念，能引导用户观看下一个作品。拍摄2到5集连续剧情。在剧情关键时刻停止，提醒用户观看下一集。

## 07、评论区互动引导

评论区互动，能够增加用户的好感，提高关注的可能性；比如，有用户提出问题或者要求，如果正好在自己视频号规划范围之内，可以回复，告知之后会出相关内容。

## 2、平台外部导流

平台外部导流，是指通过其他平台将视频号内容传播出去，吸引用户的关注。作为微信生态下的平台，视频号在微信生态圈里畅通无阻。

### 01、分享到朋友圈

把视频号内容转发到朋友圈，如果作品内容不错，可能会有微信好友点赞或者转发，形成二次传播，从而获得一波来自朋友圈的流量。

### 02、转发到微信群

如果作品内容比较有吸引力，发在微信群里，也可能引起群友关注。

有一些视频号交流群，鼓励大家发视频号作品，互相点赞关注，在视频号运营初期可以适当地参与这样的互助活动，让自己的视频号有启动流量。

### 03、公众号推荐

如果你的公众号已经有了一定的粉丝量，可以通过公众号文章推荐视频号。

在公众号文章里，除了可以放视频号二维码以外，还可以直接插入视频号作品。

#### 04、直播增加粉丝量

视频号直播是一种比较高效的增加粉丝量方式；在直播过程中，用户可能会点击左下角的头像进入视频号主页进行关注；在直播过程中，可以适当地引导关注。

也可以在别人的直播间互动，引起其他用户的注意，进而可能吸引关注。

另外，这几种方法，都可以配合赠送福利干货包的形式；比如关注视频号送福利，引导别人关注视频号。

我们有丰富视频号运营经验，做过多个行业头部账号，有需要可以联系！