

短视频运营应该怎么玩？看看就知道了！

产品名称	短视频运营应该怎么玩？看看就知道了！
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

短视频运营的工作主要是基于账号和IP定位进行短视频策划、短视频内容创意、视短视频编辑、短视频发布、数据反馈、推广营销等一系列与之相关的工作。

它包含了以下要素：

短视频运营适用于所有的短视频APP和平台。

短视频运营要转化为为用户提供一种有价值的服务。

短视频运营要有可衡量的成果，终能产生盈利行为。

短视频运营的基本流程：

磨刀不误砍柴工。在正式运营短视频之前，需要做五个方面的准备：

一、短视频运营简介1.短视频运营的定义及常见模式

短视频运营，顾名思义就是：

通过合理的短视频内容制作、发布及传播，向用户传递有价值的信息，从而实现短视频传播和用户增长的目的。

短视频运营的作用总结为两点：

满足用户的短视频内容消费需求，以及传递短视频账号、IP、达人的定位和调性。

短视频运营的常见模式：

从早的PGC栏目式短视频内容，到现在更多的短视频账号强调人设、IP，主推网红、达人，随着短视频内容形态的变化，这个岗位也在不断衍变。在目前短视频运营的工作模式中，有一部分是延续之前的，类似于视频包装编辑和分发；还有一部分是借鉴艺人运营的思路，是有创新元素的。

所以，短视频运营可以分为PGC节目模式和红人达人模式。

二、短视频运营如何实施

做短视频运营需要重点解决的共性问题包括：内容、平台。

1.内容

短视频运营是通过策划、编辑、数据分析、再创意等手段以优质视频内容实现增粉、促活、转化、留存等运营目的。

主要负责筛选内容方向、专题策划、热点策划等手段，实现短视频内容的持续创意输出。

在我的理解里，短视频运营就是通过多种手段让账号、达人持续输出符合目标粉丝需求的短视频内容。

(2) 短视频内容策略

热点性内容：即某段时间内搜索量迅速提高，人气关注度节节攀升的内容。

时效性内容：时效性内容是指在特定的某段时间内具有高价值的内容。

即时性内容：即时性内容是指内容充分展现当下所发生的物 and 事。

持续性内容：持续性内容是指内容含金量不受时间变化而变化，无论在哪个时间段内容都不受时效性限制。

方案性内容：方案性内容即具有一定逻辑符合运营策略的方案内容。

实战性内容：实战性内容是指通过不断实践在实战过程中积累的丰富经验而产生的内容。

盈利性内容：盈利性内容即在特定时间内进行广告植入、带货等目的产生的运营内容，盈利性内容价值往往体现在提高曝光率、转化率，提升广告主形象上。

2.短视频运营平台选择

短视频运营平台大体分为：

短视频平台(抖音、微视、快手、美拍、B站等)；社区媒体平台(微博、公众号、即刻、右等)；
；统视频平台(优酷、腾讯视频、爱奇艺等)。

日常运营中常见的转化平台：

抖音、快手、微视、美拍、B站、微博、公众号等。

主要短视频APP：

抖音；

快手；

微视；

美拍；

B站。

微博：

微博操作简单，发布便捷。一条微博，只需简单的构思，就可以完成一条信息的发布；互动性强，能与粉丝即时沟通，及时获得用户反馈；低成本。

公众号：

很多账号都会把粉丝导流到公众号和个人微信，在微信相对私密的平台环境下，粉丝的粘性和转化率都会更高。

3.短视频运营实施步骤

（1）短视频运营策划：

如何根据团队优势、达人个人特点、市场需求点策划短视频账号的定位以及内容方向。在短视频运营策划阶段，一般包括四个大的方面：

市场背景

账号/达人受众

运营目标

运营策略

（2）短视频运营的实施：

第一步，短视频策划：从用户兴趣以及需求出发策划内容，了解用户喜爱什么样的内容，遇到了什么问题，这里的关键点在于：给用户提供喜爱的。

第二步，内容的组织：考虑视频的创意、卖点、爆点，或者能给用户带来什么利益，很直接、很简洁地把它提炼出来。

第三步，短视频发布：把短视频发布到什么平台、什么时间发布，以及发布时的文案编辑。

第四步，互动与传播：第一个点是吸引用户观看，在标题和封面上已经完成；第二个动作，就是引导用户互动，可能在内容中就有引导，或者在评论区跟用户实时互动并引导话题；第三点就是刺激用户去分享，当设置一个环节、一个机制，让粉丝、用户去分享的时候，短视频就有了一个自传播的能力。

（3）短视频运营效果分析：

可以通过查看各发布平台的相关数据，如播放数、评论数、转发量、点赞数等，分析短视频的总体效果，并总结实施过程中出现的问题及收获的经验。

三、短视频运营未来的发展趋势

未来短视频运营的变化：

1.人格化内容是趋势

红人+内容，是短视频的趋势，以往栏目化的内容形式越来越边缘化。

2.内容结合电商才有价值：

让短视频成为购买链条中的一个体验环节，力求视频+电商带来更好的用户体验。

3.短视频价值观：

“让普通人影响普通人”+“重度垂直化”。

4.短视频的表现形式：

与技术融合，让内容更有质感、体验感。

6.短视频创作者：

“职业UGC”（职业化生产UGC形式内容，比如Vlog）

是某个垂直领域的深度爱好者/发烧友，成为短视频的创作者。

7.做好内容运营的工具

收藏一下发抖网的“Find导航”吧

8.发展趋势：

2019年，更多的视频团队、个人和企业将全面投入短视频运营，随之而来将是海量内容的爆发及不堪拥堵的短视频平台。

短视频平台的有机到达将直线下滑——故而想要冲出内容红海的团队要么需要在创意，要么需要在内容的形式及内涵上有更大创新。

此外，为了平衡短视频平台日趋强大的控制力（算法），短视频团队将需要增强自身的内容渠道，包括微博、公众号等。