

# 短视频账号运营实战

产品名称	短视频账号运营实战
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

### 1) 从做产品的角度看内容运营

因为我自己做的产品的内容主要偏情感类居多，所以我在小红书发布作品的时候，也是选了情感这一个主要品类，当时我在搜索情感相关的账号时，已经有一些几千粉丝的账号了。

在确定了内容大方向后，你会发现情感实在是一个包罗万象的分类，有励志鸡汤，有悲伤故事，有爱情，有亲情，还有友情等等，可以细分成数十个小的分类。

那么到底该从哪一个类别入手呢？这应该也是所有做内容运营的需要回答的问题。

我在回答这个问题的时候，回到了做产品的思路，我把内容或者这个账号当做一个产品，那么问题就变成了产品三个灵魂拷问：

你的用户是谁？

解决他们的什么问题？

你跟其他竞争对手有什么优势？

首先用户是谁，我当时在网上看过一些关于小红书用户画像的资料，所以将我的目标用户定位和小红书主要用户画像一致，「20多岁的年轻女性」。

解决什么问题，当时我觉得情感类的内容主要解决用户需要得到认可，理解，共鸣的心理诉求，本质是在马斯洛需求层次理论中的社交和尊重需求。

相比于其它一些类似的情感账号，我在看了他们账号内容发现，很多账号的内容风格严重不一致，并且似乎表达的情感也是杂乱的。有的是伤感，有的是鸡汤正能量，有的是男性的，有的是针对女性的。

因此当时我觉得我对于其他账号的优势就是，我一定要严格把控内容的风格，保证账号下内容的一致性。但是这个优势一定也是在我探索出一个内容类型后才能建立的。

## （2）到底用户喜欢什么？

在回答了三个灵魂拷问之后，我开始在小红书中上传内容。刚开始的策略非常粗暴，我直接把抖音快手中很多热门的情感视频，陆续传到小红书中。后来发现在其它平台爆火的内容在小红书上并没有很好的表现，当时自己猜想是因为用户群很不一样，导致对热门内容的喜爱会有差别。现在想想，很有可能是这些热门内容他们在其他平台早就看过了。

遇到这个问题后，我把出发点拉回到目标用户，20多岁的年轻女性的视角。20多岁的年轻女性会有哪些情感问题呢？

20多岁的女生大部分还没有结婚，可能刚刚谈了一次到2次恋爱，20多岁也基本到了初恋分手的岁数了。并且这个阶段，在没有找到未来的配偶前，感情一直处于一种动荡，对过去充满怀恋，对未来充满憧憬，对当下又是各种着急，迷茫的状态。

在有了这些思考后，我挑选内容的方向进行了一些调整。首先必须是女性向的内容，所以那些鼓励男性的，从男性视角出发的内容我都直接干掉，比如很多描写男性在感情中受伤的视频和音乐等。因此我选择的内容都是从女性视角去叙述一些分手后伤心难过，迷茫等等内容。

这种内容开始我发现有很多纯文字的PPT配上音乐的内容很多，我就选择了很多这样的内容上传。但是很奇怪的是，有些内容我觉得挺好的，可是表现并不好，有一些我觉得一般的确有着不错的表现。

这个阶段我经常上传5条左右的视频，一般会有1到2条有着几百的播放，其它的都很少。一周多后，早的几十个视频，好的视频和不好的视频差别越来越明显。

我尝试总结了表现较好的视频的类型，因为视频内容的展现形式都是PPT配音乐的形式，而那些表现较好的内容似乎也没有特别一样的共同点。虽然不知道为什么，但是我还是把表现不好的内容全都删除了，保证账号下都是较好的内容，我当时心想一定有什么共同点，只是我还没发现。

## （3）“董卿名言”带来的启发

在后续的探索过程中，有一个非常明显的变化，是有我上传了几个以董卿口吻叙述的一些句子，有些我觉得应该也不是董卿说的，但是只要配上董卿的署名，整体的播放效果有了一个非常不错的提升。再后来我发现以马伊琍、姚晨、舒淇、杨澜等明星为视频主体的内容也有着不错的表现。

想必细心的读者应该能明白其中的“玄机”了，这些女性明星都有着一个很大的共同点：「非常的独立」，这似乎是小红书的年轻女性一种共有的诉求，都希望自己更加的独立。这时候回想到小红书是一个种草购物平台，在这个平台活跃的女性，大概率是有着一定物质追求，那么必然追求独立的存在。这样似乎也能解释通，当然这些都是我自己的事后诸葛亮式的猜想啦。

在得到这个启示之后，我选取的内容就更加聚焦了，我删除了很多强调分手后，痛苦难受的视频，只选取强调女性独立的，比如描写分手后应该如何做到让对方后悔，如何在生活中活出更好的自己等等内容。