

做好抖音广告投放操作的“四大战略”

产品名称	做好抖音广告投放操作的“四大战略”
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，达人选择

赖深林强调，选择达人通常遵循3个判断原则：1. 达人账号的数据表现是否优质;2. 达人粉丝是否重合，如果两个账号的粉丝重合度超过50%，好二选一，不要浪费预算;3. 达人的内容创作是否稳定。

实际挑选中，赖深林分享了操作流程，先从过往的粉赞值、播放溢出、增粉速度和相关成本等数据进行判断，尤其“播放溢出”有重要的参考价值，比如抖音平台上一位百万级粉丝达人视频播放量达到4、500万的情况会出现。

其次，广告主还要筛选与目标行业相对应的垂类达人，例如口红、面膜等产品自然会选择美妆类、种草类达人。然后则是通过技术手段判断达人之间的粉丝重合度，筛选掉重合度高于50%的部分达人。

当然，上述这三步的达人挑选流程操作并不复杂，抖音也提供了星图这样的官方平台帮助我们去做达人筛选和内容创意的指导。经过几次升级之后，目前星图的达人筛选体系对比之前要更加精细，支持60多个垂类，40多个标签，能够分析的数据维度和粉丝画像也更多，帮助代理商和广告主更好更快的找到优质达人。

2，营销选题

抖音广告投放极为忌讳的就是，简单粗暴无理的让消费者“被动”接受，因此做好营销选题至关重要，年轻人热衷的是“猝不及防或趣味十足的营销”。在选题方面，赖深林认为，内容选题要围绕用户关注、讨论度高的话题，根本还是对用户的深刻洞察。通常，我们会提前预测一段时间内用户的注意力重点，例如：1. 传统的营销节点，如节日、电商造节、各类假期等;2.

传统的舆论热点，如情感生活、职场工作、流行话题等;3.

当下热点，可以重点观察抖音、微博的热搜榜。

此外，广告主可以参考“抖音热搜榜”，但不要选择榜单前列的热点。排行靠前意味着抖音上的大量用

户已经看过热点及相关内容，这是由平台推荐机制所决定的。如果再将其作为内容洞察植入到短视频创作中，很多用户已经看过并有了心理预期，就很难再为内容买单。所以，通常以榜单的10-15左右开始研究为宜。

3，视频制作

作为一个以视频为主的移动社交平台，优质短视频成为营销的关键，内容为王依旧是坚守的原则。对此，赖深林分享了一个“短视频内容创作”的黄金公式：

悬念、抓眼球的开头——热门、高讨论度的话题——戏剧化的结构——具有反转、冲突性的中部内容——引导性的文案。

做好以上几点，视频的效果就肯定不会差，如果想做得更好，就要进一步优化选题，根据达人擅长的风格进行调整，在视频结构上能够给到用户更多共鸣点或更有价值的东西。

4，营销工具

就像人们拍照修图一样，借助修图工具再晒出照片，得到的点赞数和留言会有很大不同。基于用户接受美好事物心理的需求，抖音达人营销时，巧妙借助抖音广告投放平台上可使用的工具是事半功倍策略。

赖深林表示，首先广告主要清楚知道自己想要什么，才能有的放矢的去使用推广工具，如门店推广、落地页推广等直接跳转到活动页面，淘系品牌会加入购物车标签等。

另一个很重要的工具是dou+，它能够对优质视频起到推波助澜的作用，可以通过数据监测发现优质内容。而视频内容优质与否可以通过以下几个数据维度判断，例如UV、PV转化，进入页面的用户和播放量的比例，转化效果、落地页点击和互动率等等，主要取决于品牌能监测的数据范围。