

详细之抖音运营方案

产品名称	详细之抖音运营方案
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

一、竞品分析

其实在竞品分析之前，首先对自己公司做一个整体的了解，把公司拥有的资源、优势、品牌定位等列出来；同时把目标用户的用户画像也列出来。

找该领域的对标账号，比如我之前观察的一个美妆评测账号，前期视频的表现形式是单个产品进行物理检测（在太热地下晒一下会有什么变化等，采用物理手段）；中期的视频表现形式是产品成分表说明，参考产品的成分表的含量，那个成分的作用是什么，成分含量有没有合格或超标；后期的视频表现形式是多个同类型不同品牌的产品做对比检测，从而告知大伙那个更值得入，或性价比更高。可以参考多个同类型的账号，归纳总结后可以用Excel表呈现，这样更加直观。

二、内容定位

内容定位其实有一道底层的公式，定位=表现形式+类型+类目；而表现形式包括：真人上镜、PPT、拟人、宠物、VLOG、字幕跳动；类型包括：搞笑、炫酷、剧情、情感、评测、解说、集锦、干货、励志、榜单；类目包括：技术流、美妆、教育、舞蹈、旅游、美食、游戏、汽车、科技、母婴、职场、穿搭、鸡汤、音乐、短句。

首先定好类目，比如以美妆为例，那内容定位可以是真人上镜（表现形式）+评测（类型）+美妆（类目），或者真人上镜（表现形式）+科普（类型）+美妆（类目）。

接下来，还需要做一个SWOT分析，SWOT分析，又称强弱危机分析、优劣分析法是一种企业竞争态势分析方法，是市场营销的基础分析方法之一，通过评价自身的优势（Strengths）、劣势（Weaknesses）、外部竞争上的机会（Opportunities）和威胁（Threats），用以在制定发展战略前对自身进行深入全面的分析以及竞争优势的定位。

以一家做教育培训机构为例：

S（优势）：面向年轻人，受众层面广；有的内容作为支撑；有行内信息流优势；教育资源优质；个人抖音账号打造kol行业度很高；

W（劣势）：内容形式无新颖点，同领域竞争压力较大；后期制作没有的人员，团队需要组建；

O（机会）：年轻人的群体不易断层，年轻人对知识的获取日益剧增；有行业支撑会源源不断产生内容；

T（威胁）：行业竞争对手多；国家对短视频的管控日益严格。