

## 抖音制造“现象级”爆款视频的玩法。

产品名称	抖音制造“现象级”爆款视频的玩法。
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

早，抖音雇佣了上千名（据说是3000个传媒大学学生）的舞蹈音乐达人拍摄视频，发布的内容均是官方指定的话题，内容话题相似但各有特色。用户在抖音侧“刷”到的内容在一段时间内都是同一话题的不同版本，被有代入感的音乐洗脑后模仿，形成刷屏。

如果你是早期的抖音用户，你应该可以明显感觉到，抖音上的内容是“波浪式”的，也就是一波话题起来到达高峰后，会立马有一个新的话题再起来，如此一轮接一轮。比如从“手指舞”到“小哥哥我捡到一个东西你要么”到“摔碗酒”到...

这种中心化的推动一些话题成为平台热门的运营手段很少见，即便到了现在抖音官方也会通过给MCN机构发放任务包的方式推动某些话题成为热门。

这种“强运营干预+算法分发”的手段，很容易制造现象级的话题。这是抖音核心的机制，其他爆款都是在此基础上衍生出的话题。

在这种机制下，你去0基础运营抖音的时候，如果没有自造爆款的能

力，“借势”是一个非常不错的选择。

“强运营”是抖音的一个特性，“算法推荐”是它的第二个。

现在解释一下算法是如何运转的：算法没有人这么复杂，他不可能像我们一样根据不同情况做出不同的选择。它只有一个标准，就是数据。

一个视频符合什么样的特点推荐给什么样的人以及达到多少播放、点赞、评论、转发，推荐给多少人，都是早就写好的算法。

按照早些时候我的研究，大部分视频发布系统会把它推送给500人左右，这个视频的完播率、播放次数、点赞数、评论数达到某一个标准以后，会继续推荐给更多的人；没达到，算法就会认为用户不喜欢你的视频，然后放弃推荐。

这就是你们在各种知识付费课程上学到的“让视频快速吸引用户眼球”的原因。

了解了抖音的核心玩法特色，你就可以使用在各种课堂、学院里学到的知识，结合自己的品牌去做“爆款”了。

#### 4、怎么才能做一款火爆并且给自己带货的抖音号？

先来拆一下这个标题：一个是“火爆”，一个是“带货”。

这是两件完全不同的事情，因为火爆不等于带货，带货可能也不需要火爆。