

抖音企业认证和个人认证区别？DY网络营销推广方式有哪些？

产品名称	抖音企业认证和个人认证区别？DY网络营销推广方式有哪些？
公司名称	杭州抖吧文化传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区良渚街道金昌路2008、2010号2幢1804室
联系电话	18268252912 18767786776

产品详情

**企业认证和个人认证区别

一、认证主体不同

- 1、个人号：用个人身份证进行实名认证，是免费的。
- 2、企业号：认证需要提交公司的相关资料，或者是个体工商户相关的资料。有认证费，六百一年。

二、附加功能不同

- 1、个人号：功能少，实名认证后没有任何的标志。
- 2、企业号：功能多，认证之后有蓝V标志。有昵称保护、搜索置顶、官网链接、添加联系电话等功能。

三、运营身份不同

- 1、个人号：个人号的账号资料不能涉及任何企业的信息。
- 2、企业号：企业号的账号资料要符合企业的定位，不能超出企业的经营范围。

**网络营销推广方式有哪些

一.市场定位

**运营主要有两种内容生产方式，一是搬运，二是原创。

*简单的办法当然是把已经成功的案例进行复制，比如在火山，**等平台已经有影响的视频，可以直接搬

运。显然搬运能快速形成**和播放量，但是这样的定位需要批量操作，而且不长久。还有一种就是模仿名人，前一段我就在**上看到一个人，模仿芒果台某**主持人，有意把画面做得模糊，不仔细看真的足以以假乱真。

原创内容就会有一个持续的发展，陈长风鼓励大家多进行原创。 **现在热门的原创类型主要有四种：高颜值小姐姐，办公室戏精，超高技能，情感共鸣。原创者可以从这些方面入手，挖掘自身的个性特点进行创作。

二.内容创作

做好市场调研后，就可以开始生产内容了。业余玩家当然主要是生活中的场景来进行创作，主要依靠独特的创意获得关注，但是一般缺乏持续性，只能碰运气。甚至有的创意非常**，模仿者上传就火了，而本人发的却不火，这也和推荐机制有一定关系。而要想在**上持续发声，还是要运用一些运营技巧。

1.蹭热点

这个关键在于反应快，对互联网上的热点有敏感性。

2.生活化

生活的场景是大家*熟悉的，越熟悉的越能引起共鸣，特别是再进行一些策划刻意把生活场景的事件夸张化。比如很多人在工作中可能都会受气，因此和老板对着干的视频都很接地气。

3.宠物

宠物特别的是猫狗也有很多拥趸，可以挖掘内容。

4.生活小技能

家庭主妇或全职妈妈都是**的主要用户，吸引她们的兴趣很重要。可以用生活中的小窍门拍摄视频，内容已经有很多书上或者网上都有。

5.专业知识

可以采用PPT或者讲座形式创作，带上字幕会更加吸引眼球。

6.模仿

模仿成功的案例进行再创作。模仿成功的运营套路。

三.传播

内容创作相当于产品，接下来就需要传播了。其实不能完全割裂开两个步骤，内容本身也是传播的重要因素，而适当的推广有助于内容的传播。

1.多平台传播

可以通过不同的平台发布，扩大短视频的展现范围。

2.多账号传播

几个甚至几十个账号相互推广，比如转发，评论等。

3.平台内推广

多与其他用户互动，比如**，转发等。参加官方的挑战，混个脸熟。与大咖互动等等。运营哥再说说平台的推荐算法，这也是**和今日头条的特点之一。一般的推荐机制是这样：

首先，对账号评级，正常的和**的账号优先推荐。

其次，对账号打标签，划分类型，推送到类似标签的人群。

再次，依据推送效果，进行再次推送，以此反复。

我们需要了解几个基本指标，打开率，播完率，转发率，**率，评论率等。我们可以依据这些指标设计相应的推广策略。

打开率：封面和文案是重点。

播完率：主要是内容，能不能吸引观众看完，当然有些套路可以用到视频中，比如留悬念到*后，故意制造争论，干货等。

转发率：主要研究用户心理，特别是女性朋友喜欢转发什么样的内容。

评论率：发出感叹、引起争论、产生共鸣、特殊利益。

可以根据关键词使用一些互联网工具挖掘这些用户痛点或关注点，比如百度指数。

4.其他推广手段

在其他平台已经使用了的推广手段，都可以用到**平台上，这里就不一一列举了。

牛创意，是一个专门为小白创建自学课程的网站，里面有讲师深度讲解。课程简单，零基础学习电商运营，包括运营、剪辑后期、信息流、电商运营、新媒体运营，短视频运营，企业号，千川投放，小店等一体化课程，从0到1手把手进行教学，实现运营账号月入过万，费用低，会员可观看平台所有内容。会员时效长，可选择功能多。