

信阳传媒公司带货类短视频制作攻略

产品名称	信阳传媒公司带货类短视频制作攻略
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:融河矩媒 支付方式:对公/微信/支付宝/淘宝/银行卡
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

产品详情

信息流广告实在是太太太吃素材了，在素材制作上常常绞尽脑汁，苦心制作都做不出一个能跑得起来的视频！这种状态你是否也有过呢？

融河矩媒近期分类整理了短视频平台一些效果比较好的素材，写了这篇短视频制作攻略，希望可以帮到你！

文章将分成以下几个部分：

- 1.如何找到视频制作的灵感？
- 2.带货视频类型及案例分析
- 3.带货视频的常见脚本结构

1灵感收集

“你所学到的、意识到的很多东西其实几百年前就有人验证过了。”这是我近来常常听到的一句话。

同样的，我们要推广的产品，早就有同行做过了。

想要快速的生产出我们需要的视频，比较好的办法就是先去找对标的账号，找那些已经被市场验证过的爆款素材。

找对标账号的原则是：你要找那些比自己好一两个层次的，你稍微努力一把就能做达到的。其次，要找

与自己人群画像类似的。

通过巨量创意或者其它第三方平台可以找到当前一些火爆的视频。

在收集素材的同时，对素材进行分析拆解：

1.视频的类型，我们是不是也能做

2.分析视频的结构以及每个部分的亮点

3.有哪些产品也可以套用这个视频

2带货视频的类型及案例分析

常见的带货类短视频有剧情类、口播类、明星达人直播混剪、开箱视频等等。

下面我们就来分析下各个类型下的代表作品有什么特点。

1.剧情类

- 以冲突对话开头，瞬间吸引用户注意力

男女朋友吵架后微信拉黑，这大概是很多情侣之间常见的情况，这样的开头一下子就让人有了代入感，想继续看看后面会发生什么。

- 反转部分插入产品推广

视频中的反转部分是女的“回心转意”，两个人与小度的幽默对话，让视频中的“小度”存在感拉满，突出了小度的智能。以及而后点歌部分侧面介绍了小度的功能。

平平无奇、没有起承转合的短视频很难抓住用户注意力，而剧情类短视频的亮点就在于它的冲突跟反转，能够调起观众的某种情绪，让观众产生代入感。

那么看完这个视频，你有没有想到其它日常生活中常见的冲突场景呢？

2.口播类

- 开头抛出疑问，让人产生好奇

“你们身边有没有那种又有钱又抠的人？”这个开头会让一些用户疯狂点头，想看个究竟：为什么有的人又有钱又抠？因为有钱的人往往很会买，他们买对的，不买贵的，买性价比高的。然后才开始推广性价比高的产品。

- 开头抛出痛点，圈定受众人群，结合不同场景，介绍产品功能

"有的人...有的人..."这个句式一下子就把受众人群的痛点一一列举了出来，然后又举例了产品在不同的场景下是如何解决痛点的，对比了吃口香糖解决问题和用漱口水解决问题的优劣，突出了漱口水的效果和便捷。

3产品类短视频的常见脚本结构

通过拆分大量的产品推广类视频，我们可以发现大部分秀产品的短视频脚本结构都可以拆分成这四个部分：

第一：圈定人群，引起注意

"睡眠不好的人千万别用它,我怕你睡过头天天迟到..."

“朋友们都很好奇为什么我月薪3000块，每天大鱼大肉..."

第二：提出问题，将问题场景化，关联痛点

“还在为每天吃完饭谁洗碗这种小事吵架吗，不如买个..."

"有的人通个马桶竟然花了几千，我说你还不如重新换个马桶呢，我用这个十几块钱就搞定..."

第三：介绍产品，说明产品是如何解决痛点的

"这个洗地机，它可以自杀菌的，而且用完不会有水渍，不用担心小孩子会滑倒..."

第四：行动建议，营造迫切感，促进转化

“今天晚上限时限量抢购，只剩100套，我们11点活动就截止了..."