

# 视频号运营 | 视频号商业化后，未来机会点在哪？视频号代运营商必看

产品名称	视频号运营   视频号商业化后，未来机会点在哪？视频号代运营商必看
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

经过三年发展，2022年视频号从生态基建到私域打通，正式进入商业化元年。

伴随着视频号合约广告、竞价广告、直播广告等多元投放能力的开启，据公开数据统计，视频号达人营销预算在2022年的8月同比\*\*700%；大促节点和品牌自播产生的交易规模，更是得到了15倍增长。近日，腾讯广告消电科技中心总监张思婧在2023WEGE·T·百准视频号大会上，和行业伙伴分享了视频号在新一年的营商机会和增长点。视频号商业化能力目前集中在三个部分：为商业投流，商家通过信息流广告投放，达成传播和转化提效的价值；第二为直播投流，通过直播广告投放，形成正向的“滚雪球”效应；第三为KOL种草模式，把创作者生态和品牌生态通过视频号种草在互选平台进行链接，形成满足品牌在口碑和带货方面的需求，也为创作者提供更多获得收入的机会，在视频号生态形成创作者和品牌的良性增长。而广告投流将会成为中腰部以上\*\*主（包括品牌和KOL）\*\*\*\*、提效视频号运营的标配。01商业投流从业者标配，多链路适配推广需求商业投流是视频号目前相对为成熟、主要的一个收入支撑点。目前消费品行业的商业投流占整体广告收入的60%以上，是非常适合电商投放的生态。在这个生态内视频号原生信息流自2022年7月开放商业化以来，整体\*\*环比\*\*了2倍以上，在整体用户使用时长不断\*\*的情况下，广告投放量也跟随平台的进度逐步\*\*。在广告层面，商业投流的基本链路是通过点击转化卡片组件的方式，让用户进入到半屏落地页获得沉浸式短视频体验，从而进行相应转化；也可以通过点击评论区链接跳转到原生落地页进行转化。在转化过程中，视频号不仅支持视频号小商店、小程序开发接入、枫叶小店、枫叶小程序等腾讯小商店落地方式的购买转化；同时也支持私域转化，包括表单加粉，客服咨询、企业微信客服等；另外，还支持应用下载、小游戏等转化路径。把过往比较丰富的广告转化路径与视频号\*\*做了非常明确的匹配和连接。

品牌向投流：链接内容社交，实现传播价值二次放大

商业投流主要有两个方面，一方面是品牌广告，在这里能看到用户在触达朋友圈广告和使用视频号短视频特征的差异性。在朋友圈，用户停留时间较短，整体呈现“即刷即走”模式，这就需要新广告形态带

来视觉刺激，吸引用户进行交互体验；但在短视频层面，更需要重视广告内容以带来用户停留时间，降低“三秒快滑率”，实现视频号品牌广告的效果。在这个层面更推荐客户把过往的腾讯生态IP，放到视频号中做投放和社交放大，并利用明星效应吸引更多关注和点击，包括品牌故事也可以通过“视频号合约”的方式进行投放，\*\*品牌在微信生态的关注度。未来微信广告平台会开发出更多类似CNY\*\*皮的功能，让品牌广告和现有生态能够更好结合，给到品牌广告主更多有创意的玩法。

带货向投流：化\*\*为红利，变现优质购买力

现在更主流的投放方式是带货向短视频投流。据第三方数据显示，从视频号人群的消费特征来看，视频号用户呈现为消费力相对较高的成熟群体。群体起量时间为早晨5、6点左右，视频号广告可在此时间段内快速起量。上午10点至中午13点左右和晚上18点至22点左右是平台的两个重点\*\*高峰期，同时也适合广告主去做更多放量和投放。同时，小商店、小程序等短视频直购平台的平均客单价约为182元，在所有短视频平台里相对较高，同时下单后退货率相对竞品来说更低。目前众多视频号客户都表示，在视频号可以通过投流的方式获得\*\*红利，并且能够创造比较高的ROI和企业利润。所以目前来讲这个模式是视频号广告投流上一个非常重要的支撑模式。在这个模式下，各个行业都有自己的探索方向和成熟的素材打法。在消电行业，由于视频号默认是有声短视频的呈现形式，所以很多客户不会直接复用朋友圈广告，视频号需要更明确地表达使用场景和直观使用感受，甚至是“限量抢购”等一些优惠信息，同时素材时间应\*\*在30秒-2分钟之内。这样能够让用户比较深刻理解产品的卖点和使用场景，更容易引起消费者购买。在美妆护肤层面，达人素材、真人试用、科普，对用户吸引力更大。在食品软饮层面，整体选品要和平台偏成熟的消费群体做结合，素材要接地气，落地页要直接。以上这些基本上是视频号各个行业的素材打法和运营经验。

## 02直播投流用户的社交化运营

视频号是集公域、私域、商域（付费\*\*）三位一体的投放和运营方式。在视频号直播的模式里，更多不是“叫卖式”直播而是“关系式”直播。据客户第三方数据显示，在其它短视频平台的直播间，公域\*\*占比达80%以上，但视频号里40%的\*\*来自于私域用户，其中包括销售朋友圈分享、公众号直播提醒、企业微信和社区等。整体来看，视频号直播的私域订单占比约50%，平均客单价在200元以上，平均复购率为60%，足以看出私域\*\*对品牌视频号直播和自播的重要性，这也是视频号区别其它平台的特点。