

新媒体运营，如何做好抖音运营，6条攻略7个要点

产品名称	新媒体运营，如何做好抖音运营，6条攻略7个要点
公司名称	黑龙江浩卓传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	哈尔滨市香坊区三角头道街215栋2单元4层3号(住宅)
联系电话	17645101804

产品详情

douyin带火了很多“爆款”产品，这些品牌和产品的销量大增，引得很多企业和品牌方们分外眼红。

如果你的老板让你做douyin，要两手准备：，给他一份计划方案，让他高潮；第二，给他一盆冷水，降降温。

冷水怎么泼是个技巧，搞不好就得卷铺盖走人了，大家小心，好自为之！下面我们就来说说方案吧！

一、douyin蓝V权益

guanfang认证标识：企业认证账号头像，能彰显企业身份，也可以作为平台上的信用背书；

全昵称搜索置顶，并且针对蓝V认证用户昵称进行唯一性锁定，；

企业认证用户可以自定义主页头图，确保用户抵达品牌主页时获得更加直观的品牌印象；

多平台同步，可与toutiao、火山小视频平台同步认证。

视频置顶fuwu：可以对重点推荐内容进行二次加热，带来更多曝光；

链接跳转fuwu：想放的链接/宣传内容都可以挂上，为品牌或产品呈现提供更多展示机会和访问量；

销售转化fuwu：赋予每一个行业的垂直转化组件，便于实现营销 传播 转化行为（内测中）；

营销洞察：热点内容、视频数据、评论口碑尽在掌握，洞察工具赋能企业高效营销。

二、认证流程

三、七剑下天山（内容大放送）

企业douyin就是王婆卖瓜自卖自夸，你不夸自己别人怎么来买？你夸的这么LOW谁愿意过来瞅瞅？

逛没逛过菜市场，卖西瓜的“尝一尝看一看，又大又沙的大西瓜，不甜不要钱了”看没看过《道士下山》“猪头肉，香啊”。

1. 有料就得露

如果你的产品本身就很有创意或者功能强大，那没必要扭扭捏捏的，大大方方的，拿出老司机的风范，直接上亮点。

比如乐高，直接上各种模型，飞机大炮，美女帅哥，大工作量，大气场直接上啊

再比如当年很流行的三防手机，扔水里泡，扔土里埋了，扔地上摔，多有带入感

如果还不明白去菜市场，找找有没有卖刀的，看看人家怎么表演的，直接砍大骨头，哪个观众不服？不服你上啊，NO CAN NO BB。

电视购物看过没，包装的bige比他们高一些，研究研究他们怎么耍的，没问题的！！

2. 挤挤总会有的

那么对于一些功能没有太多亮点的产品怎么办呢？可以就其几个独有的特征，用夸张的方式呈现，便于受众记忆。

这就跟相亲一样，从初次见面，男男女女的谁不把自己包装的郎才女貌。所以得突出重点，胸大那就穿个低胸，眼睛大那就总是放电，你说是不是？

比如凯迪拉克一键开启中控隐秘的存储空间，这对男人来说是福音啊。能藏私房钱，营销人员也确实用“藏私房钱佳位置”

还记不记得2012年的北京大水，两个杜蕾斯套在鞋上趟水去上班，瞬间转发几十万，不知你们试没试过，小编我试过能装不少水，关键是真的破不了。

3. 勾起用户的猎奇心理

人心深处总是有些许小小黑暗和八卦猎奇的，越不知道越想知道，越是得不到越想得到。当你站在楼下仰望天空的时候，一个小时后会有很多路人和你一起仰望星空的。

不如吃东来顺，北京特色涮肉。调小料是一个很讲究的过程，我们可以做成各种版本的带节奏。比如老北京人版，新北京人版，外地游客版。

蘸小料也是有讲究的，老北京得把料放在肉上，而不是把肉放在料碗里。所以可以讲一讲老北京的规矩，肉要提三提，香菜要怎么放等等。

通过这种方式带一波节奏，线上线下一起，让用户现场体验，促进用户自发的拍视频发送给zhuangbi，帮我们裂变带节奏。

4. 强行露脸

电影中用的多，变心金刚的伊利牛奶，战狼2的茅台等等。

比如，某个开车小窍门，洗车小窍门，开车经常遇到的糗事大集合等——顺手拍下方向盘的logo，已品牌车做背景等等。

5. 人工造势

托大家都不陌生，卖菜的有菜托，卖酒的有酒托，卖楼的有楼托。

那么我们是不是可以把店里，把商品卖断货的火爆场景剪辑出来发到douyin。

喜茶整天排队，排啊排，拍啊拍，让跟更多的人看到这个火爆场景，顺便提醒下大家还不来尝一尝么，再不来排队你就只能买明天的了

6. 参与感，不神秘

很多企业弄得很神秘，这是不对的，我们就要让用户不仅体验产品还有体验公司生产。

吃没吃过喜家德饺子，吃没吃过西贝，后厨一目了然。这就是可以秀的点啊。

你天天吃双汇火腿肠，但是你知道怎么做的么？怎么封口，怎么绞肉？这些内容大家是很关系的，看一看更能拉近企业和用户的关系

还有我们完全可以在将办公室文化、员工趣事等呈现出来。

例如阿里巴巴在douyin账号“淘宝”仅晒出部分食堂饭菜，就获得了近3万dianzan，不少人留言：“好良心的公司啊！”“好想去上班！”

当然如果企业的生产和内部有黑色问题就不要公开了，防止公检法更快的找到你们。不过作为员工遇到这种黑问题我还是鼓励大家一定要jubao！

7. 疯狂的老板

有些创始人本身就是网红，自带流量，这种不用白不用。

马云马爸爸，那就是创业教父，一行一动，一言一行都是流量，你不用那可不合适。

我要为自己带盐，聚美优品老板陈欧就是一个大网红

孟非的小店，韩寒的很高兴遇见你，邓家佳的Hi辣，这都是粉丝自带流量的，老板就是大的营销题材。

不过你们的产品首先得过关，赢得了一时赢不了一世！

四、六脉神剑（知己知彼，douyin推荐规则）

任何内容类的品台只要引进垂类合作方就会涉及到流量分配问题，流量分配就一个核心规则马太效应

所以研究douyin的推荐算法也是我们必备的功课。douyin是机器+人工双重推荐机制。

1. 账户完善度

完善自己的资料，越全越好。包括头像、昵称、手机、微博、微信、toutiao等，越详细越好。

2. 初期流量池

当一个视频刚上传后，会给与一定的流量，之后根据dianzan率，评论率，转发率，进行判断：该视频是受欢迎还是不受欢迎，如果轮评判为受欢迎的，那么他会进行二次推荐，依次类推

相反，如果次推荐以及后面的多伦推荐效果都不是很好，OK你的视频被大图冷宫了，不会在给更多流量。重点数据：dianzan量、评论量、转发量、完播率

3. 视频内容格式

视频的时间需要超过7S（秒）；

尽量作品以竖屏为先，横屏尽量少发；

上传视频时，建议选择分类，并加上相符标签；

千万不能出现硬广，任何一个平台都杜绝硬广；

视频一定要清晰，不要包含任何水印logo。

4. douyin帐号权重算法

我们注册的新帐号一定一定要养号，新帐号前5个作品是重中之重，只要你乱发都会影响你的权重；

如果你的帐号平均作品都是在100以下的bofangliang请采取换号，不然这个号继续发还是会这样。

5. 发布时间

视频的发布节奏也需要格外注意。每个时间段都有每个时间段的流量，你需要根据自己的粉丝形成一个自己的套路。

举个例子，有些账号在个性签名中就会写“我固定周几几点更新一条视频”，这就是让粉丝养成一个观看习惯。粉丝知道你什么时间点发布视频，他就固定什么时候来看你。

6. 粉丝互动

我们跟粉丝之间的互动，我们主要有以下两种方式：评论区、私信。

提高评论回复率是很有帮助的。

五、人员配置

人员配置这个只能随缘了，资源多了就玩的大点，资源少了就玩的小点。不过一定要看你们家老板什么风格，这就能决定你能拥有什么样的资源啊！

旗舰tuandui想都别想了，标准tuandui想弄个爆款也是听天由命，就你一个人哎shuashua简历吧！

六、工具

不想说，只要不笨自己都能找的到用什么！！！！