

短视频培训推广 内容化如何做有价值的输出

产品名称	短视频培训推广 内容化如何做有价值的输出
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
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

短视频是一个强大的短视频分享平台，包罗万象的内容，海量粉丝，日活跃用户2.5亿，月活跃用户5亿。当你还在尝试摸索玩短视频的时候，别人已经完成了粉丝的原始积累，开始通过优质内容的持续输出变现，赚取收益了。

浙江云首网络科技有限公司专注做短视频代运营，短视频视频代拍、短视频培训、短视频玩法技巧培训等

像短视频这种通过内容运营让粉丝变现的操作模式就是内容营销。通过生产发布内容与粉丝互动，影响粉丝，让粉丝产生购买，达到销售的目的，实质上也是一种针对粉丝的营销方式。

与传统电商相比，内容营销有自己的特点，建议在内容电商运营方面

，选择如下方面的产品：

1，适合输出优质内容的产品。有创意、差异化、标新立异、情感共鸣等等内容，才会吸引眼球，打动受众，能够连续输出优质内容的产品，才会越做越好，需要产品好，策划能力强，创意好。

2，客单价高的产品。受众从能货比三家的淘宝京东等电商平台，迁移到了内容发布平台，失去价格比对的条件，所以，建议选择客单价高的产品，赔本赚吆喝、亏本促销等低价营销手段方式就不适合内容营销。

3，科技类神奇利器。创新类对神器，比如一款施工的万能气枪钉、擦玻璃神器等等。这种功能强大、好玩、好看、吸引眼球、个性化逼格非常高的产品，肯定卖的火爆。

4，品质过硬的产品，圈粉是一个长期的过程，最重要的是培养粉丝的忠诚度和粘性，不断产生购买，复购率也是非常重要的一环，所以，产品品质过硬是最基本的要求，品质差，粉丝将会失去，得不偿失。

5，时尚美妆类产品，这些产品高于基本生活需要，粉丝内心也会与内容创造者趋同，追求更高品质的生活方式，比如化妆穿搭品，追求类似风格，使用相同品牌，选择同款等等，以达到与偶像一样的生活模式的愿景。

6，标准化如科技数码产品，这种产品是标品，比如新款手机，功能品质相同，比较好宣传，带动粉丝引爆，从而打造爆款。

7，游戏类周边产品。玩内容和消费内容的群体都是90后或00后为主的群体，喜欢游戏，可以为游戏投入更多时间和金钱，所以，相对其他产品，游戏周边产品更容易变现。

8，有故事有情怀的产品。一段视频、一篇好故事或者一段话语，能引起粉丝的共鸣，打动粉丝的情感，粉丝更容易认同进而买单，比如，山区农特产品滞销，农户哭泣场面，激起买家的爱心助农情怀。

9，购买频次便中高等。如果买家购买频次太低了，比如空调、婴儿车等几年才买一次或一生买不过几次的产品，也不好。买家高频购买的才容易无数次变现，比如，干货食品类。

10，要求变现节奏不太强的产品。粉丝需要积累，前期投入期比较长，需要有资金铺垫和耐心等候，如果需要立马要求变现，那可能不太合适，就怕世事难料，没有等到变现却等来了关门。

11，适合物流发货。适合打包发货，不容易破碎，体积不要太大，包装成本比较低，生鲜类食品需走冷链物流。

12，供应链非常好的产品。如果做工复杂，限量生产，跑不起量，无

法持续盈利；供应链太差，生产不出来，即使打爆了，也无法供货。
所以，强有力的供应链是内容营销持续盈利的有力保障。