

抖音推广服务：抖音短视频强力推广法

产品名称	抖音推广服务：抖音短视频强力推广法
公司名称	北京赢盾网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	微信:13366644902 手机号:13366644902
公司地址	北京市通州万达C座20层
联系电话	13366644902

产品详情

抖音短视频强力推广法

没有播放量，没有曝光，没有点赞，个人号被判是营销号，企业号是僵尸号，那么我们应该怎么做呢？

一、抖音引流6大核心

- 1：视频需要7秒以上。
- 2：尽量作品以竖屏为先，横屏尽量少发。
- 3：上传视频时，建议选择一个类别并添加匹配的标签。
- 4：不能硬植入广告。
- 5：视频不得出现水印和图像质量模糊等问题。
- 6：一定不能有良好的操作，比如说出现武器、出现一些不该出现的镜头和画面。

二、抖音基本的运营思路

1.定位

定位的重要性是众所周知的。

说白了定位是找到你擅长的分类，并继续加深内容以吸引目标用户的关注。

大多数人不定位是因为他们没有自己的特色。即使运气好，蹭热点上了热门，明天就不知道发什么了，

很难吸引用户。因此只有给账号定位，才是可持续发展的道路。

2.拍摄思路与形式

设备跟上，制作精良

原创性和质量必须要高。抖音与快手、火山相比，它要求视频的整体风格应该是酷炫和年轻化。它还需要一定程度的图像质量和拍摄技巧。总而言之质量要求相对较高。

保证每一帧的质量，提高完成率

你必须快速进入主题并充分利用每一帧画面。否则观众会随时离开。完播率上不去，算法会认为您的视频质量较差，不被推荐出去。

3.真人出镜

我们与抖音官方是有对接，我可以负责任地告诉你抖音更愿意支露脸的账号，这与抖音的社会属性是分不开的。

所以起初我们的视频没有真人出境，但现在他们大大增加了真人出境的频率。

4.颜值过关

对于手快的用户来说他们对颜值是非常宽容的，你可以看到很多普通人表现出他们不那么漂亮的一面。但如果你想在抖音里火起来的话，至少你不能丑或邋遢。

因此我们会找颜值比较高的来做视频的主角进行拍摄。

5.跟上热门挑战

近日抖音新上线了一个比较热门的挑战。现在参与的人不多。如果你判断这个话题存在火的潜力，这个时候快速跟进去做一些模仿的内容，就很可能上推荐。

抖音的内容有三个入口，一个是推荐，第二个是关注，第三个是挑战。

这与微博热搜的原理相同。你可能无法自己创造热点，但你可以赶上热点的旅程。

三.编辑

通过编辑您可以使内容以更好的形式展现。这个属于专业人士的业务，简单谈3点要注意的：

1.背景音乐

选音乐主要有2个标准，一是和视频内容完美配合，这是好的；如果这点做不到，那就选择用户认知度比较高的音乐，例如像《说散就散》《海草舞》之类的，用户还是很买单的。

2.特殊效果

抖音提供快放，慢放，反向播放和节选段落循环放等功能。具体的玩法各不相同，所以你可以尝试一下。

3.标题、封面

这和公众号原则一样，对内容的播放量、完播率、分享量和点击都有很大的影响。

另外在视频播放过程中，标题实际上就成了一个备注，如果设置得当也可以起到很大的作用。

比如和内容配合起来玩梗，或者引导用户留言评论等。

四.发布、维护

1.发布时间

这个逻辑很简单——什么时候用户多，就什么时候发布。

在正常情况下互联网产品将在中午有一个高峰期，而下班后大约19：00~23：00是另一个高峰期。您可以选择发送这些时间段，但有许多用户在凌晨都有在用的。

2.善用评论

我们每天都有很多用户评论，我们需要有专门的人来维护用户的评论，即回应用户的问题并与用户互动。

如果这个环节做得好，活跃度和忠诚度将会大大提高。

其实每个人都可以将其视为一个运营位置。因为抖音现在现在是没有开放多少运营位置给账号的，我们只能够在头像、签名介绍自己的产品。

这时我们可以去评论里引导用户，通过作者的回复，引导转换成你的粘性用户，比如引导到微信等。

如果企业想要在抖音的用户中曝光的话，也是可以考虑做抖音的，毕竟它是一个有着2亿多用户的巨大流量池。

中小商家如何在抖音“乘风破浪”？

刘慈欣在《三体》写道：“任何超脱飞扬的思想都会怦然坠地的，因为现实的引力太沉重了。”

好在，马斯克的SpaceX真的飞上了太空，为商业航天史画上浓墨重彩的一笔。

当年骂他疯子的那波人，如今都被打了脸。

内心强大的人，从不吝啬探索与冒险。

姚相臣，也是这样一位能屈能伸的“狠人”。

凭借抖音推广，卖出2.3万件“宅家健身器材”之前，2016年初出茅庐的他，曾亏掉上百万电商启动资金。

两年后，琢磨出“懒人健身”这个潜在风口后，姚相臣创建了主打女性群体的“轻健身”品牌，舒力健身。各中艰辛自不必说，甚至为了省钱，姚相臣租了一辆五菱宏光当自己的移动办公室、货运中心。

但，机会总是留给有准备的人。

当2020年初，这场几乎所有人意料之外的超级黑天鹅事件袭来时，为了抗击病毒，人们选择了在家隔离。

要知道，任何环节的阻隔和停滞，都将带来整体性的影响。在各行各业迎来寒冬，纷纷自救时，姚相臣率先看到了“宅家肥”的转机。

由于宅家，人们只能在家锻炼。姚相臣抓住了这次时机，从去年10月开始接触巨量引擎，在春节期间持续保持抖音的投放推广，通过信息流，引流店铺。

效果显著。由于蛰伏期的姚相臣从未放弃对产品的把控。他家的健身器材，能够满足从运动小白到专业大师，在家就能实现增肌减脂塑形等健身需求。踩准了节点后，更是销量喜人。多的时候，卖出了2.3万单。

对于姚相臣来说，特殊时期，带走的是陈旧的营销时代，实现的则是营销方式的突破。

除了信息流推广的模式，对于抖音上更多的商家来说，抖音企业号正以不断进化的商业化能力，与商家共同挖掘广阔的线上营销红利。

短视频时代，电商营销迎来了新的“后浪”。而更多的好生意，正在抖音被看见。