



GUIDE MANUAL

短视频平台

运营指导手册

汇报：Dr.xiahuan



CONTENTS
目录

- 1 认识抖音平台
- 2 账号定位
- 3 打造自己的IP
- 4 视频内容
- 5 账号运营

认识抖音平台

⊕ 抖音发展史

⊕ 抖音客户群体画像

⊕ 抖音内容概要

⊕ 未来发展趋势

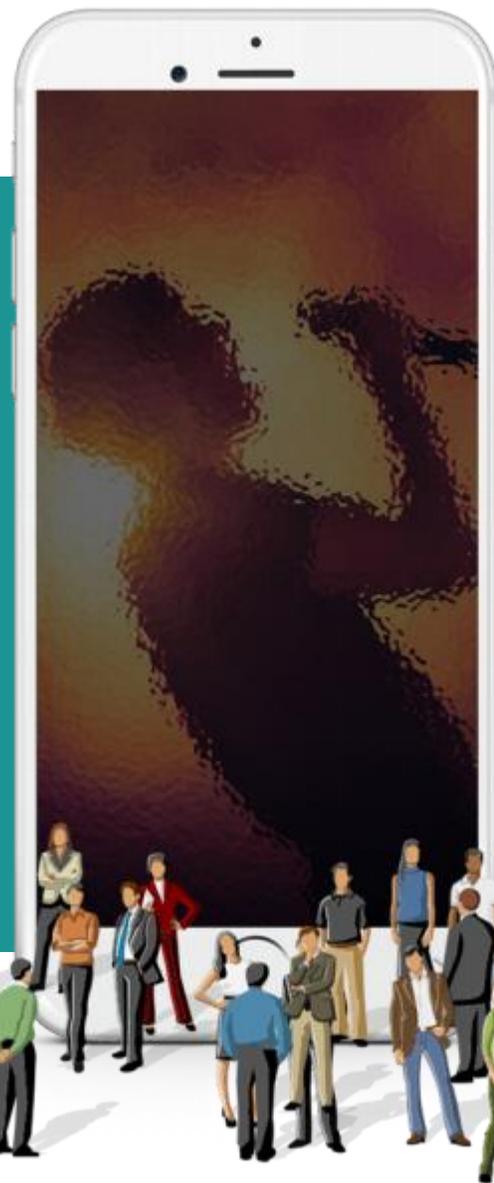
抖音发展史

记录美好生活

创意短视频社交

日活
6亿+

- 抖音，是一款可以拍短视频的音乐创意短视频社交软件抖音于2016年9月上线，是一个专注年轻人的15秒音乐短视频社区用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄15秒的音乐短视频，形成自己的作品。
- 2019年12月，抖音入选中国品牌强国盛典榜样100品牌。
- 截至2021年初，抖音日活已经超过6亿(2020抖音数据报告)。

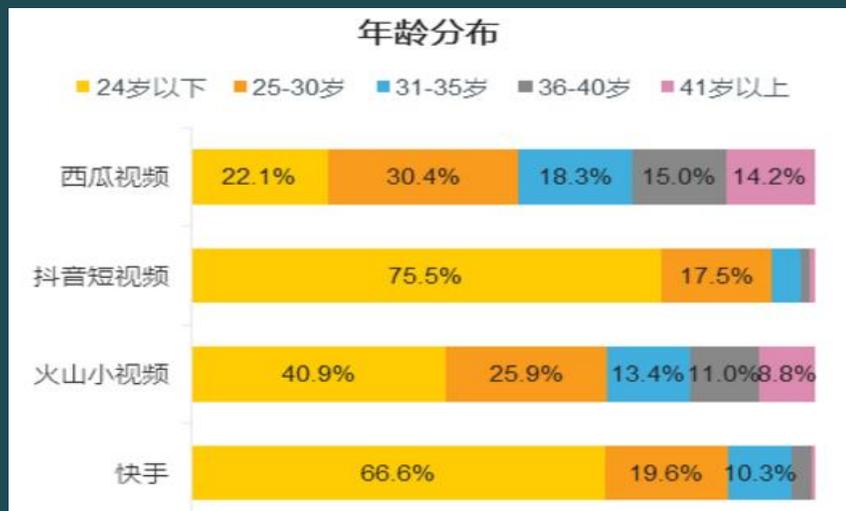
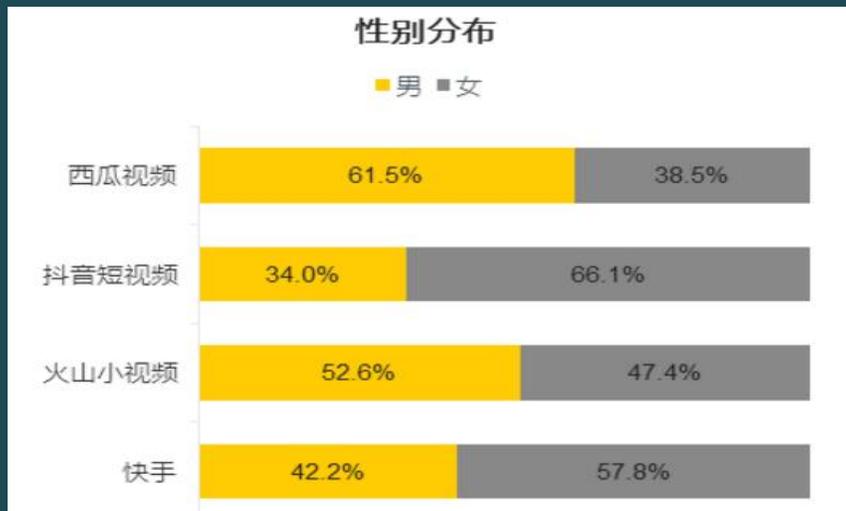


抖音内容概要

在抖音上，这些内容最受欢迎，流量最高



抖音客户群体画像



抖音用户主要在24岁以下，主力达人和用户基本都是95后，甚至00后

抖音客户群体画像

主流短视频应用城市分布差异明显，快手、火山“北方人”
西瓜视频最“一线”，抖音、波波最“漂亮”

2018年4月主流短视频应用TOP10城市分布



未来发展趋势



深入生活

随着短视频的发展，其题材必将深入生活的方方面面，成为大众社交娱乐的一个重要平台。



加速发展

5G的发展，为短视频发展提供了基础设施，助推短视频加快发展。



账号定位

⊕ 做自己擅长的内容

⊕ 内容板块分类

⊕ 拍摄形式

⊕ 其他

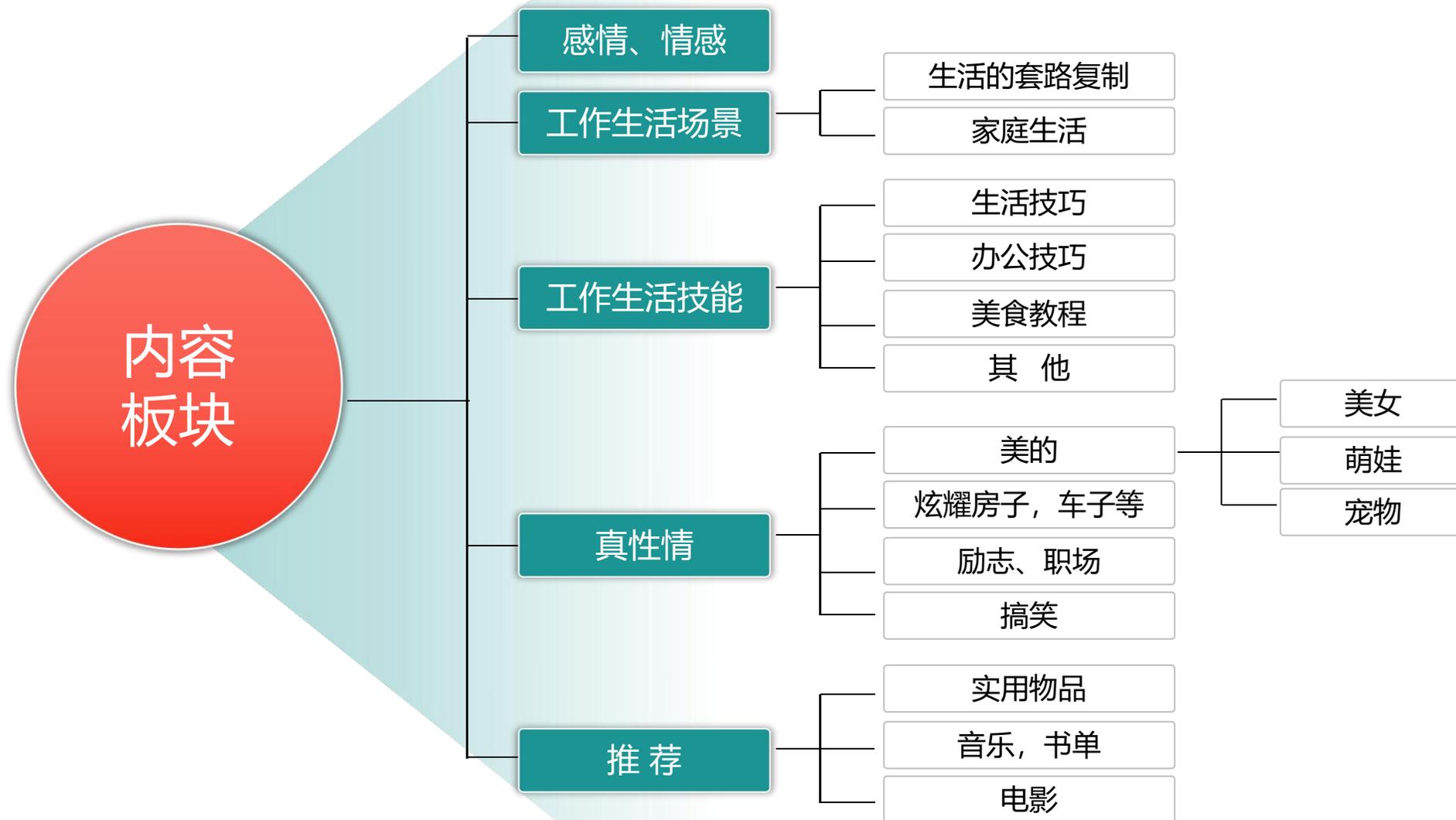


做什么内容?

根据自己特长或者第一想法去做

- 根据自己特长或者第一想法去做内容，再进行论证，内容和形式是否可行，制作难度，粉丝关注度，后期涨粉天花板等
- 论证理论可行即可实施

内容板块分类



拍摄形式



真人出镜

由真人拍摄，确定拍摄场景，主人公，配角等，人物包装，形象，剧本台词，动作



图文

文本内容，图片，文字和图片设计



录屏

电脑，手机录屏

打造自己的IP

⊕ 头像

⊕ 账号名

⊕ 个性签名

⊕ 视频封面

头像

头像

- 头像突出，有辨识度，像素清晰
- 与账号主体内容相关
- Q大众审美



账号名称

账号 名称

全文字，10字以内，简单好记，
与内容关联



个性签名

个性
签名

建议用持续更新，引导关注评论
说明等内容



视频封面

突出内容主题，主题内容简单配色醒目，构图美观
后期可定期更换



视频内容

⊕ 素材来源

⊕ 制作方法

⊕ 内容原则

模仿创新

模仿热门视频，进行二次创作创新。热门视频容易获得更多的流量和关注。如果模仿得好，还可能超过原创。



创作素材来源

站内与站外结合

从站外、生活中获取创作灵感。

如百度、微博、知乎、公众号等等，都是创业素材来源，平时要注意收集。

制作方法

拍摄

用手机或相机拍摄原始素材，最好配置手持云台。

制作

使用专业软件进行编辑、剪辑，特效，配乐。

上传

选择合适时间上传





模仿
超越



自主
发散



风格
自我

内容原则

标题

有趣，有梗，个性，真实，引发
用户参与互动



文案

真实，贴近生活
引发用户参与互动



选题

多元化，抖音范，炫酷年轻，垂
直清晰人设



内容 原则

封面

统一调性，封面个性化
干净，清晰展现人设



造型

风格统一，鲜明，按自己人设改
造，避免土味



脚本

垂直IP，分析受众，结合抖音和
自己





优质短视频剧本与受众心理满足点



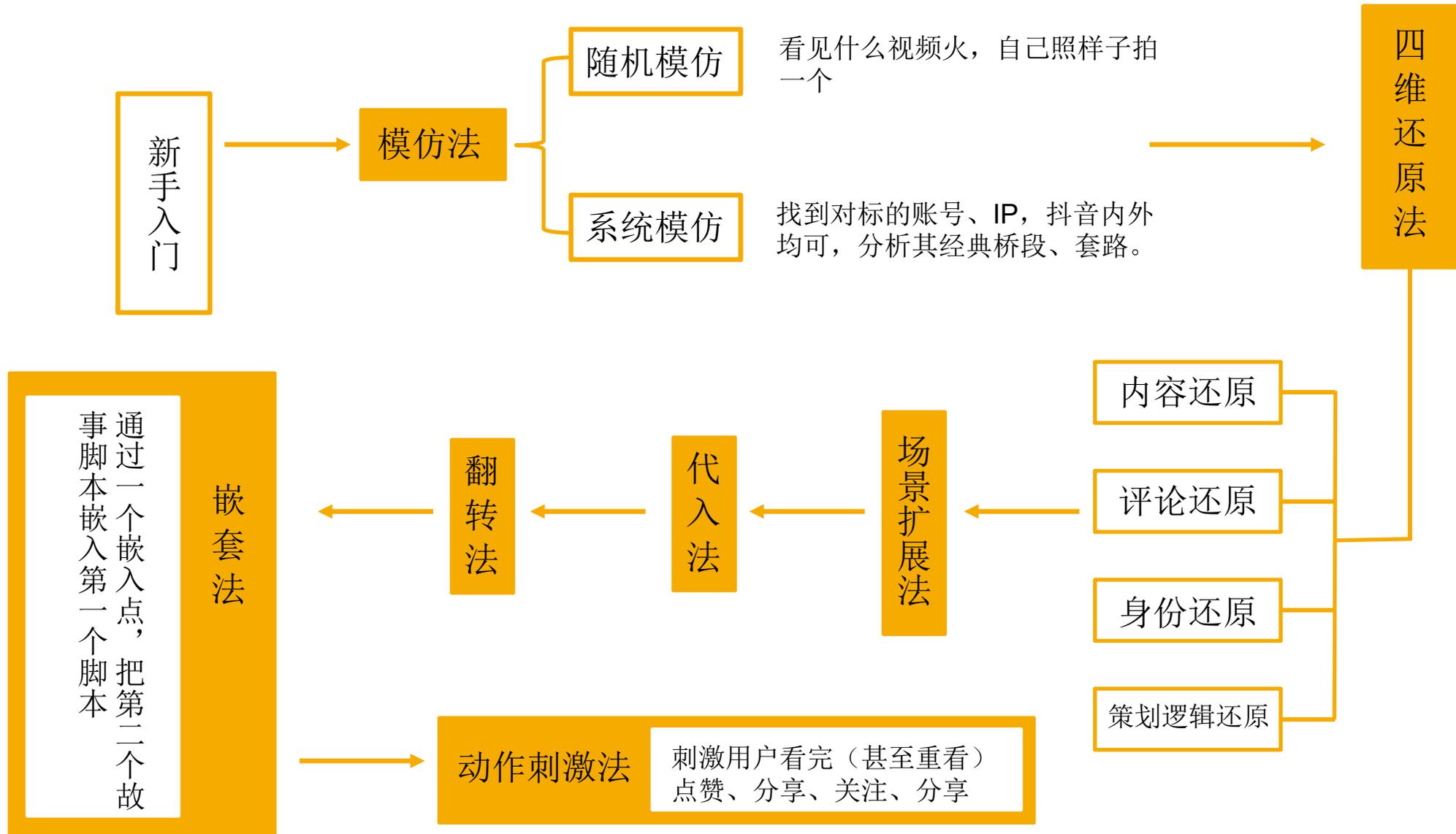


抖音15秒短视频剧本创作公式



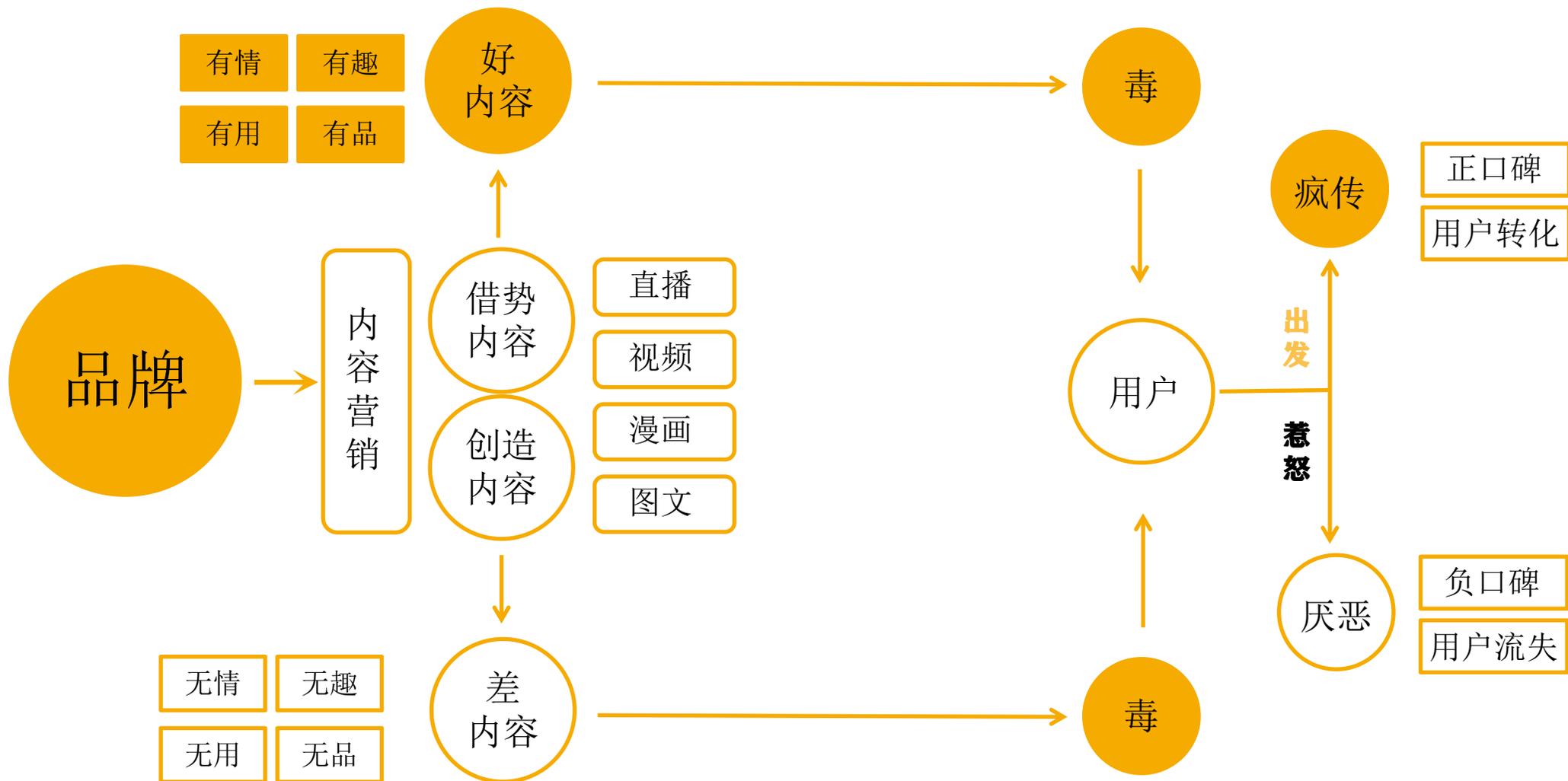


短视频平台生产者和消费者





内容营销总图谱



账号运营

+ 发布

+ 互动

1、发布

1、发布时间

上午 07点---09点半

中午 11点---12点半

晚上 18点---22点半

数量 保持1—5个左右



1、发布

2、视频说明

简单的介绍视频的内容，能吸引用户点赞，评论，把视频看完的。

- 1、引导他们看到最后的（留悬念），比如：最后那张图真的吓到我了。。。
- 2、留下槽点 比如：错别字和梗
- 3、疑问句结尾
- 4、找共鸣点



1、发布

3、参与话题

参与话题挑战结合音乐或创造话题 ,@小助手, @大号

4、内部浏览点赞

发布后内部小伙伴浏览点赞：内部人点赞, 评论, 分享。（推荐看）



2、互动

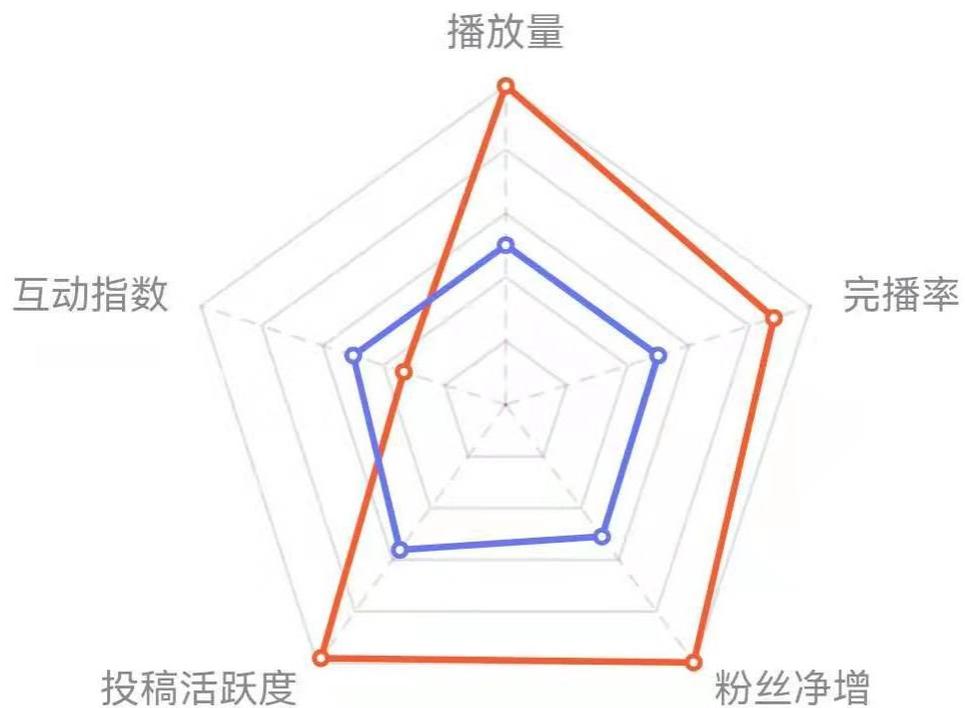
回复：根据实际情况而定

评论：热门视频评论或@小号

引导点赞



■ 你的帐号 ■ 同类帐号



变现能力



中视频计划



我的星图



商品橱窗



全民任务



开通小店



团购带货

通用能力



小店随心推



上热门



免费开企业号



官方认证



我的线下门店



帐号状态检测

2、互动



抖音推荐机制

- 通过标签筛选出符合平台自身标准的内容，将这些内容随机扔进一个小流量池;
- 获取数据反馈，在浏览、点赞、评论、转发、观看完成度、关注等各项指标上表现优秀的内容将会被扔进一个更大的流量池，其余内容的推荐量将会衰减下去;
- 重复这个过程，通过一轮轮筛选，积累出一批数据极好的精品内容，形成一个推荐池，用户打开抖音后将优先推荐这些内容。

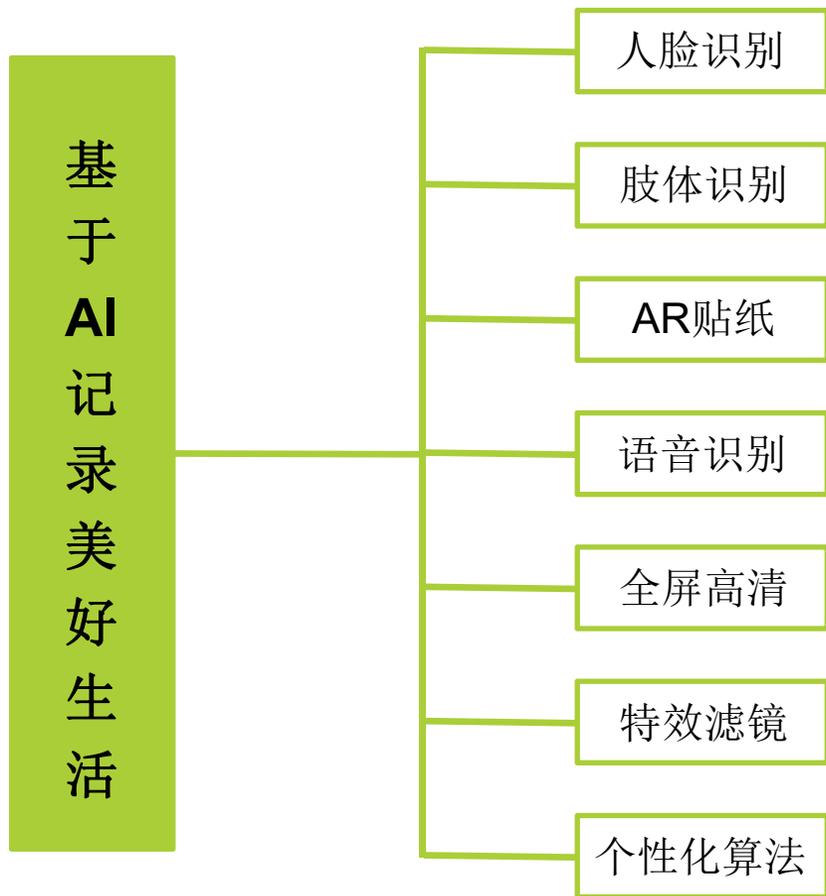
换句话说，就是靠小范围测试，筛出数据优异者，大范围推荐。

如果一条视频的点赞最初只有一两千，那么即使再等两三天，点赞数也就只有那么多——这说明不会被推荐。如果一个视频在一两个小时内快速突破了1万赞，它的实际播放量应该已经达到500万左右，那么它冲10万赞的概率就比较高了，而且后面的数据增长会越来越快。

这套传承自今日头条的内容分发算法，能让平台上一个已经初露锋芒的好内容像滚雪球一样快速积蓄爆发的能量。

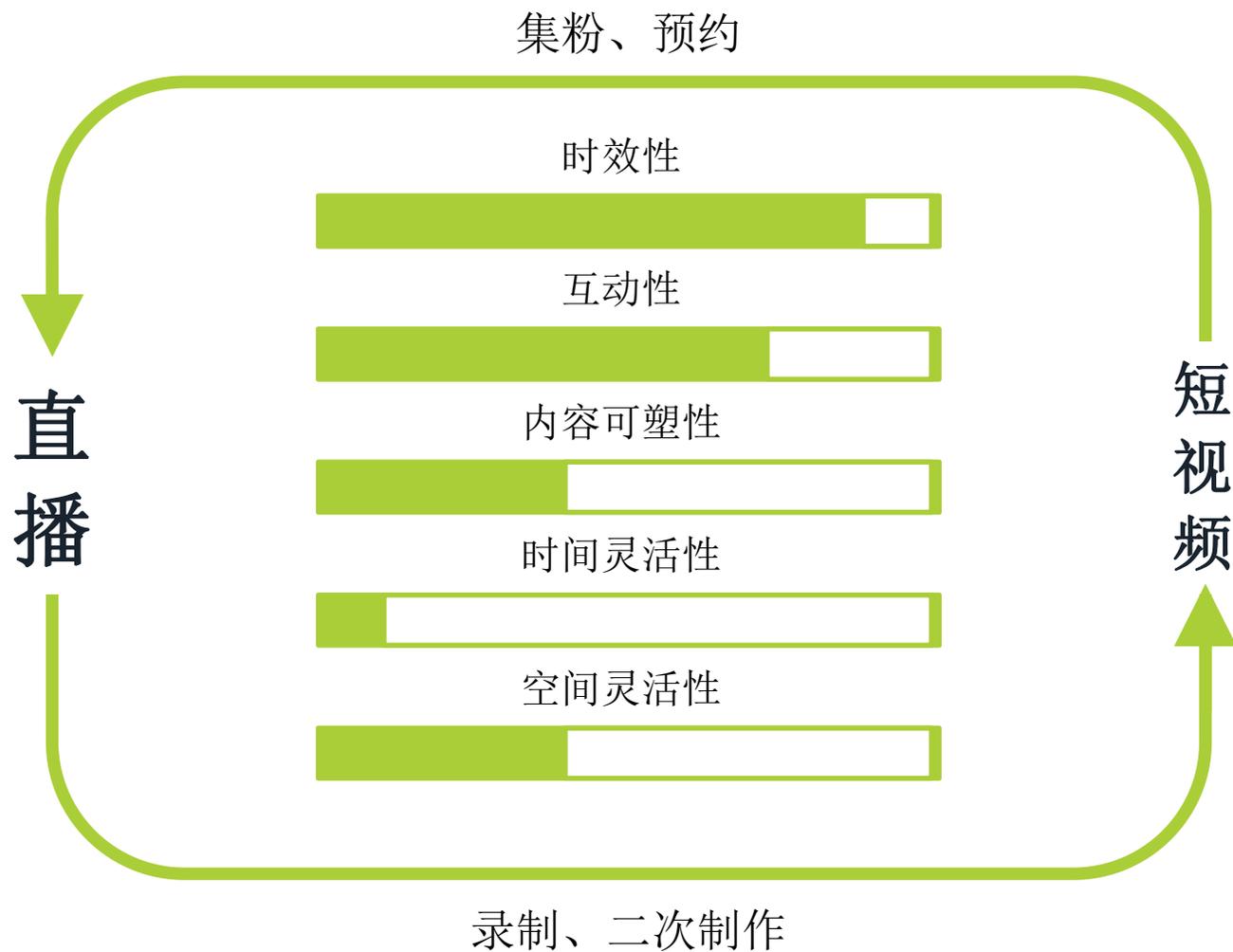


抖音的技术应用





短视频和直播内容





抖音热门推荐机制

抖音的流量分配是 去中心化智能推荐

机器算法：人工双重审核

初级推荐

用户上传抖音视频，
获得首波推荐流量，
新视频流量分发以附近、关注和好友为主

多级推荐

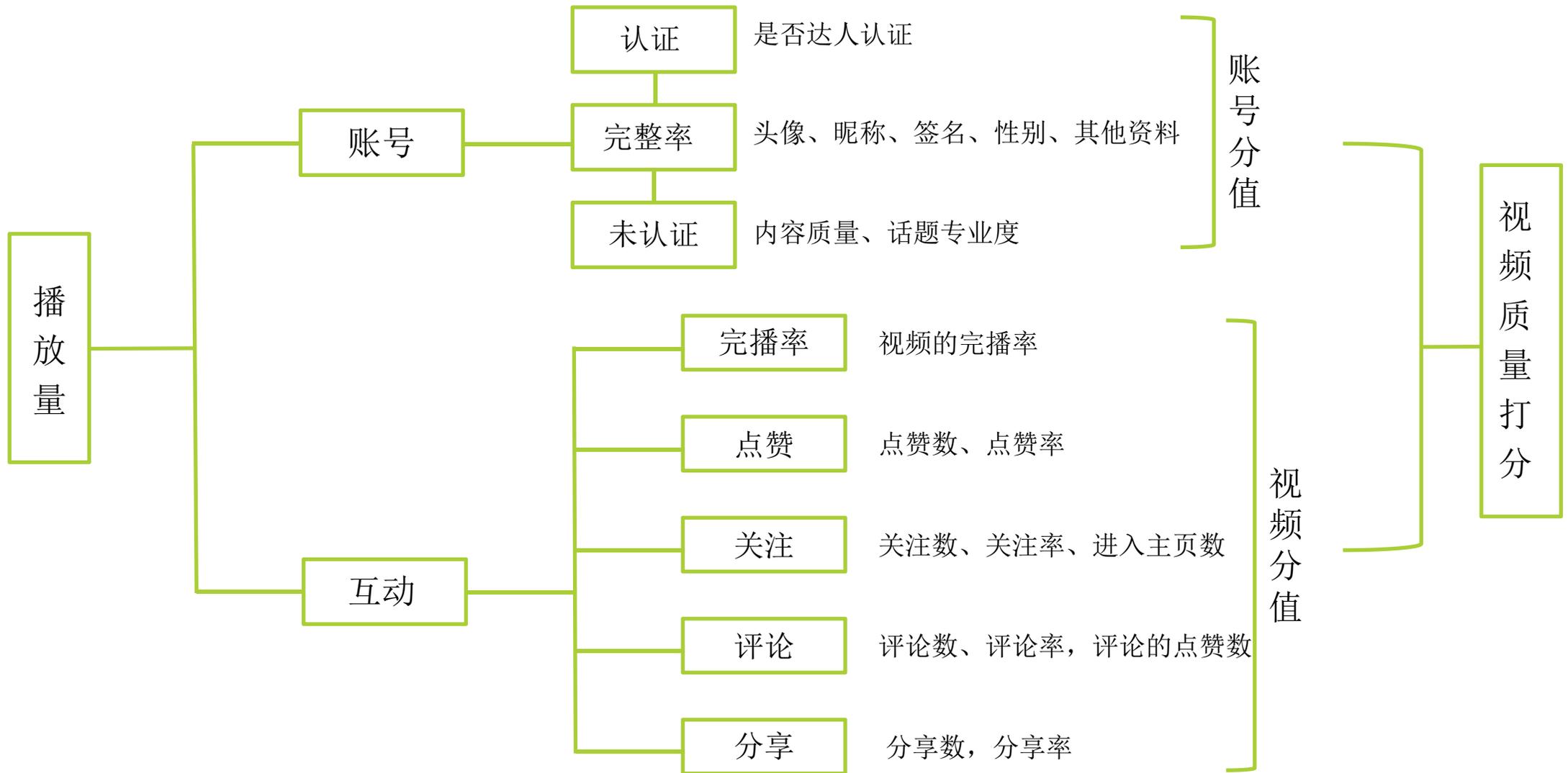
根据首波用户的转发、
评论、点赞以及完播率
达到系统设定的算法，
即进入下一级推荐池。

热门推荐

根据系统热门推荐算
法，择选优质视频内
容，经由人工审核进
热门推荐。

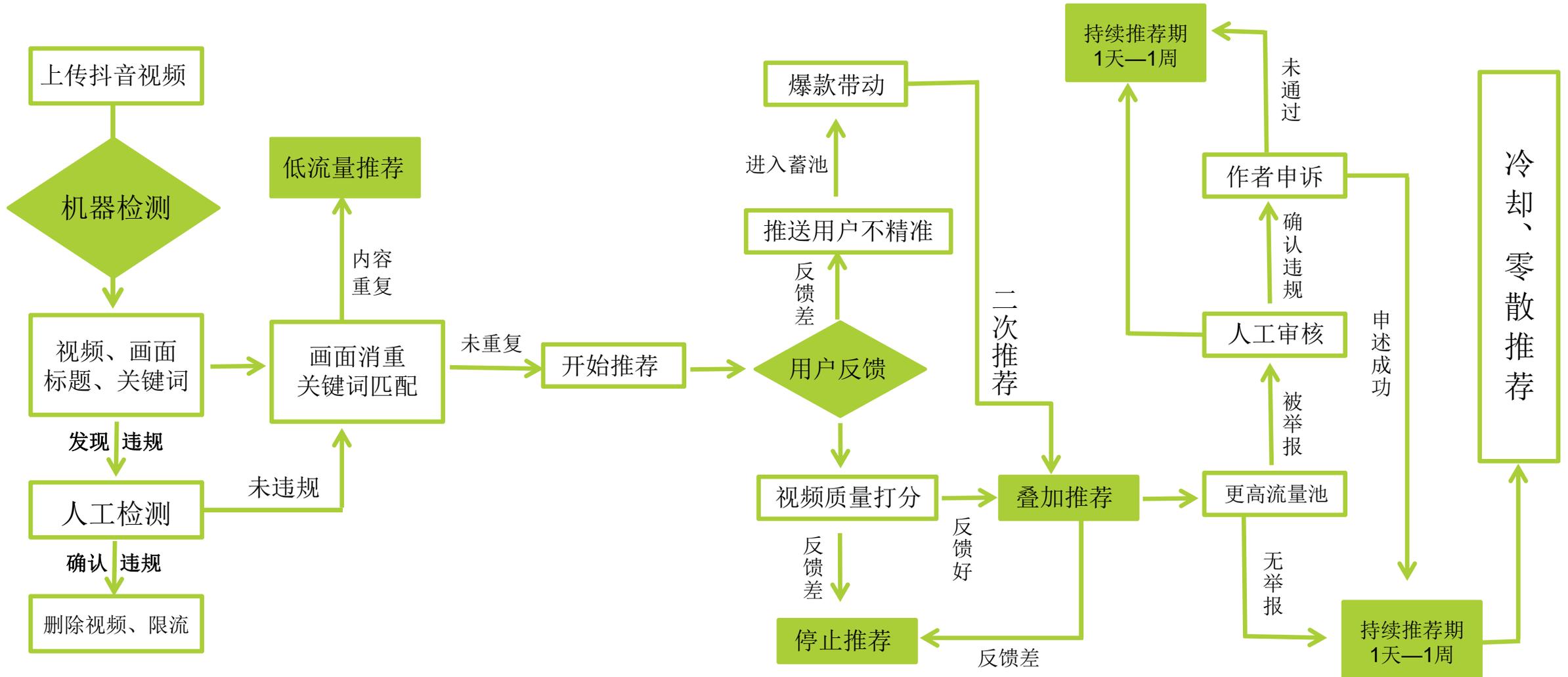


页面标题内容





抖音的审核机制





抖音如何判断用户画像



用户基础属性

- 性别
- 年龄
- 地域
- 位置



观看兴趣画像

- ◆ 用户浏览内容偏好
点赞、评论、收藏等
- ◆ 分行业/品牌广告浏览偏好
例：汽车视频可定向偏好测更汽车人群
- ◆ 各类型达人偏好行为定向
例：母婴账号可定向母婴偏好人群



环境终端画像

- 网络环境画像
WiFi、移动网络
- 运营商画像
移动、联通、电信
- 设备品牌、型号
不同品牌喜好不同
- 手机型号画像
高笔机型、通用机型



互动行为画像

- ◆ 线上互动行为
高互动行为用户画像
行业高互动行为画像
- ◆ 线下行为
抓取用户行为轨迹

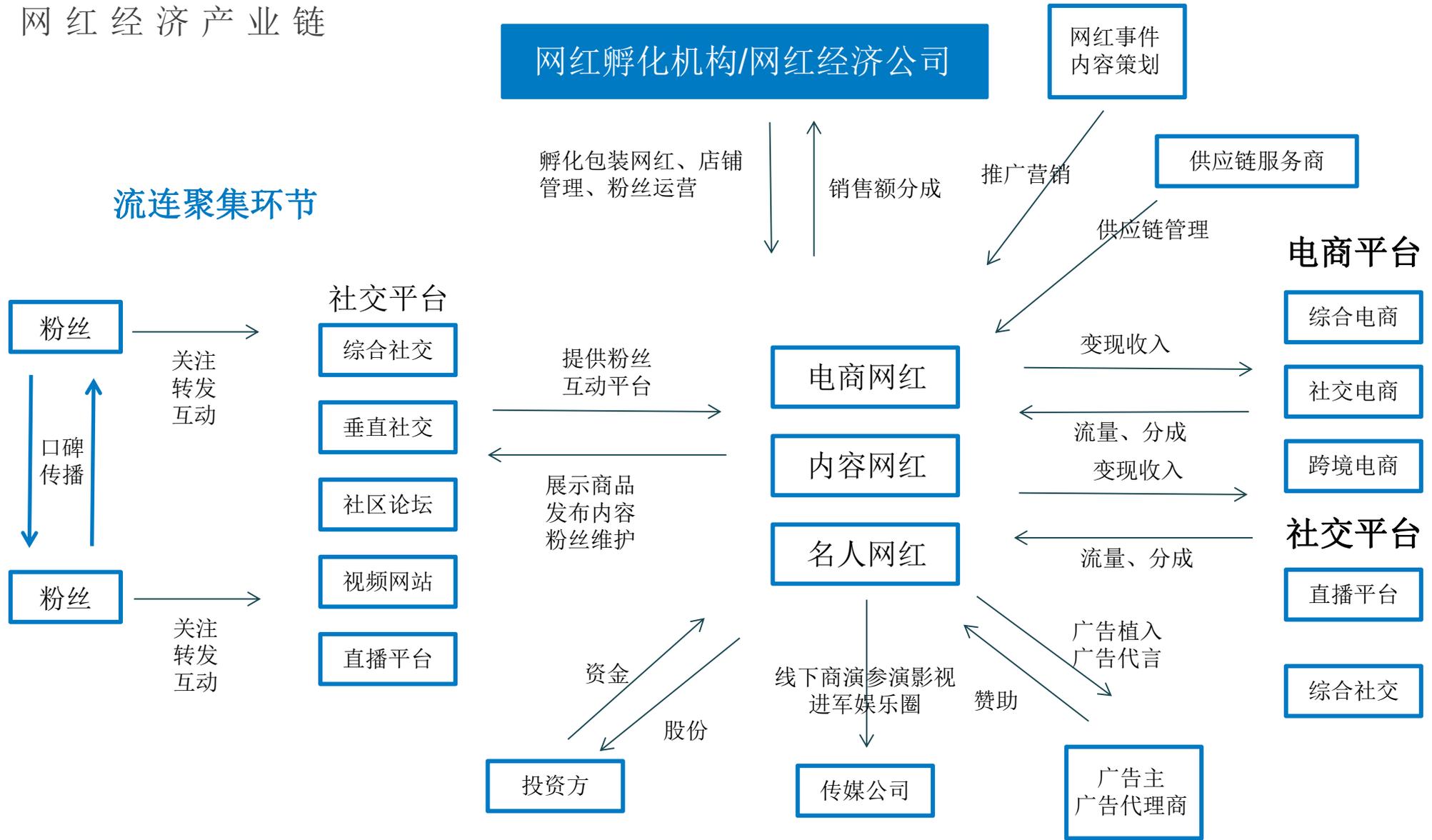


品牌自定义人群画像

- 品牌第一方人群
- 历史品牌广告高互动人群
- 可根据品牌核心人群画像特性，寻找相似人群



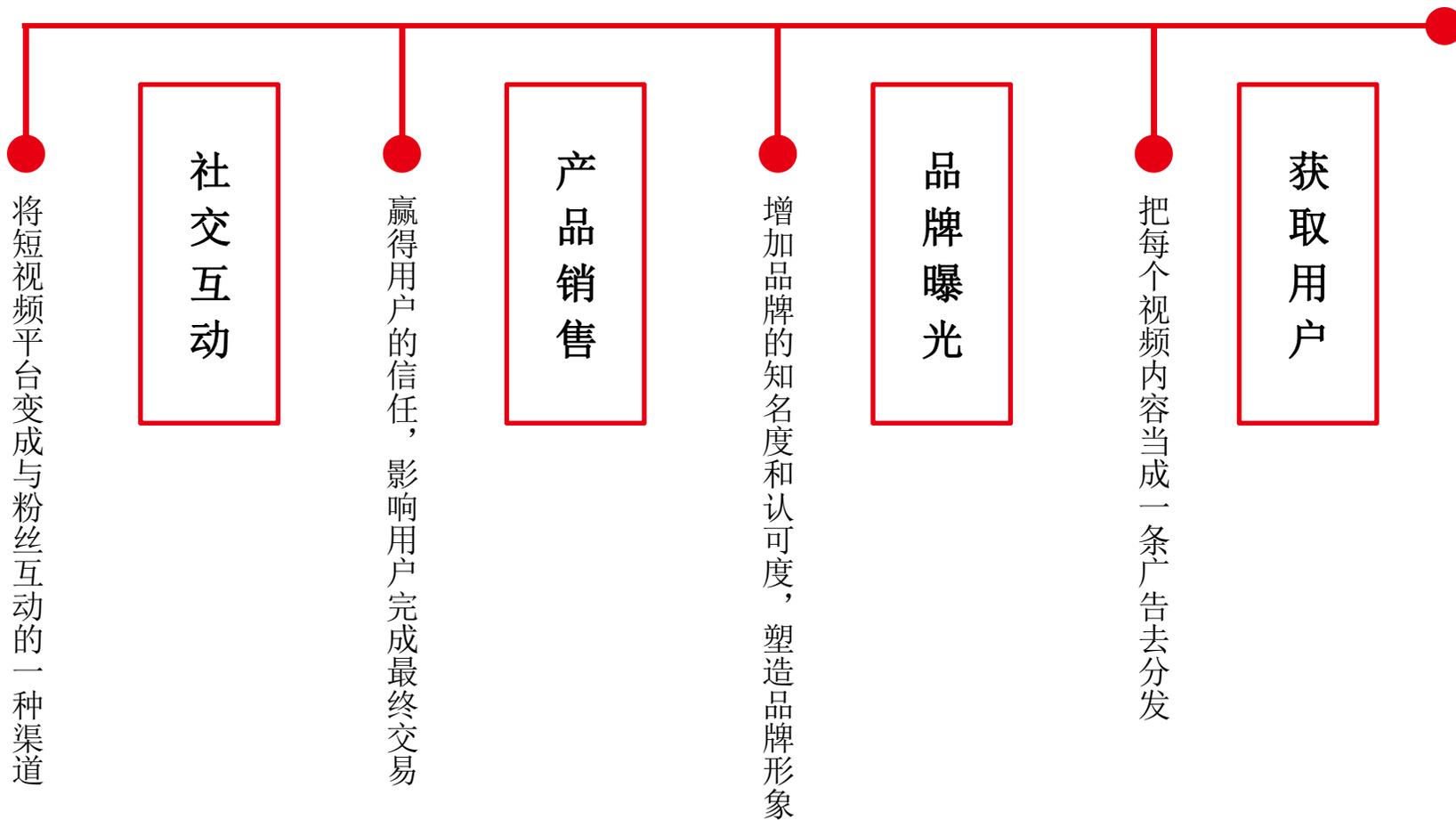
网红经济产业链



企业、品牌短视频运营

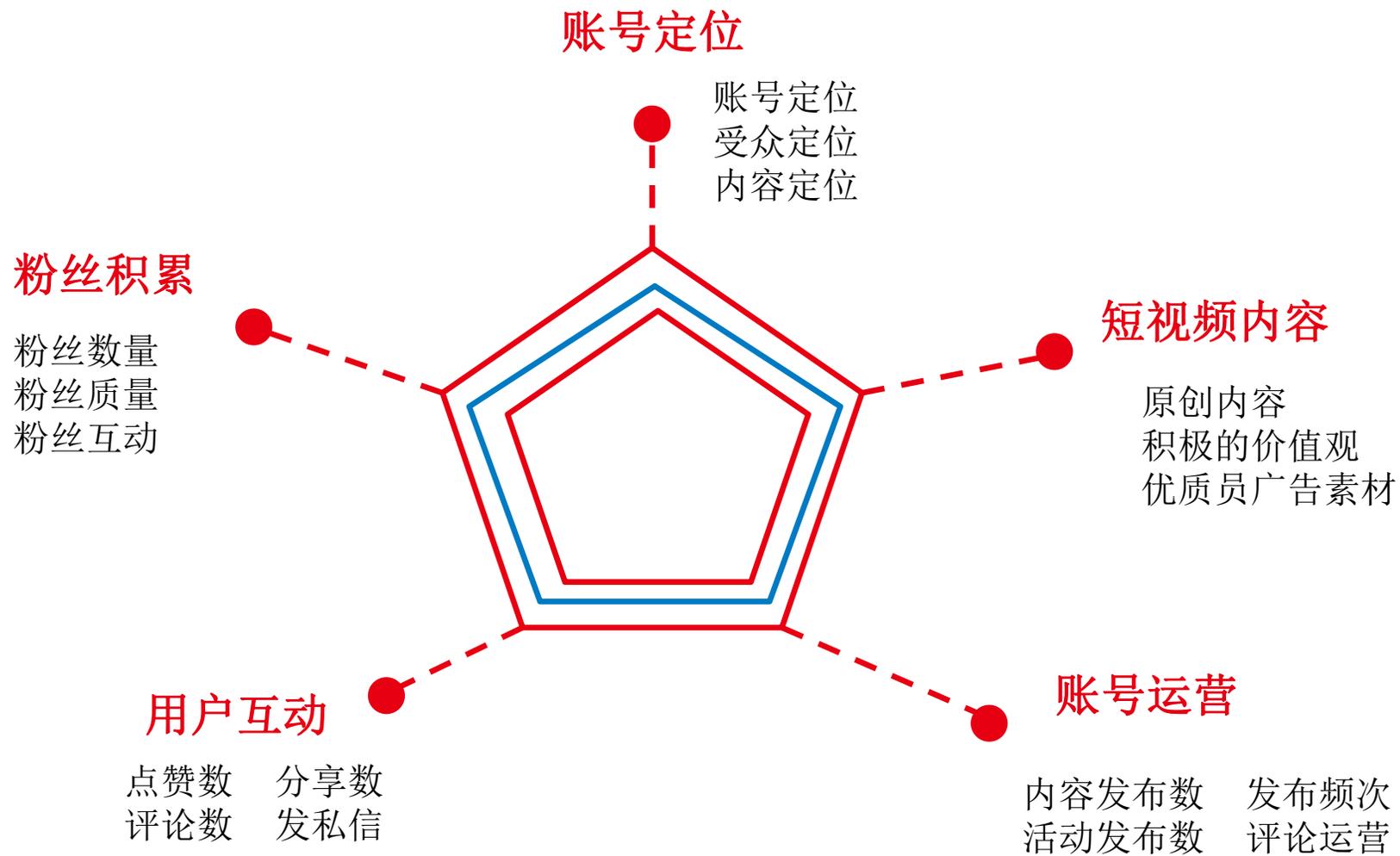


企业短视频营销



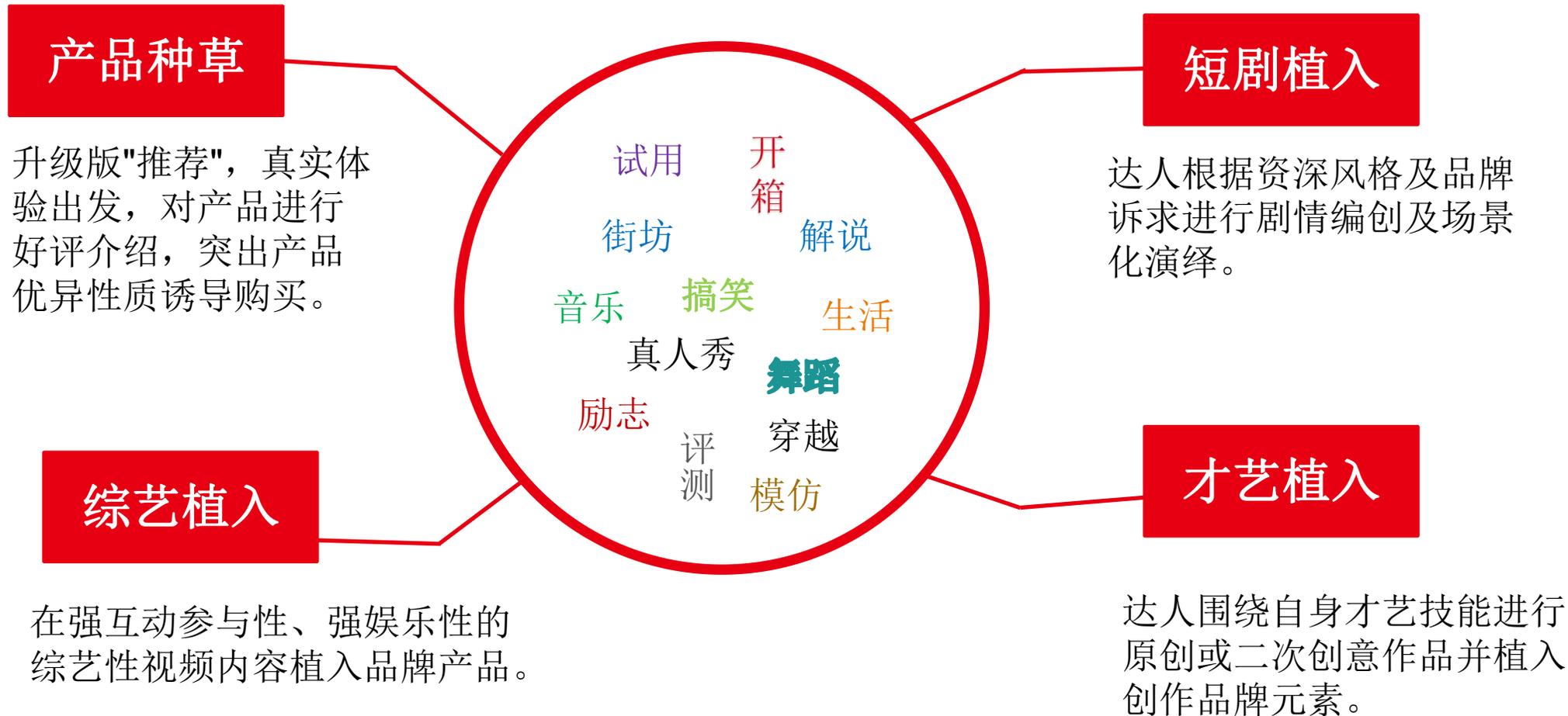


企业短视频IP 五维定位法



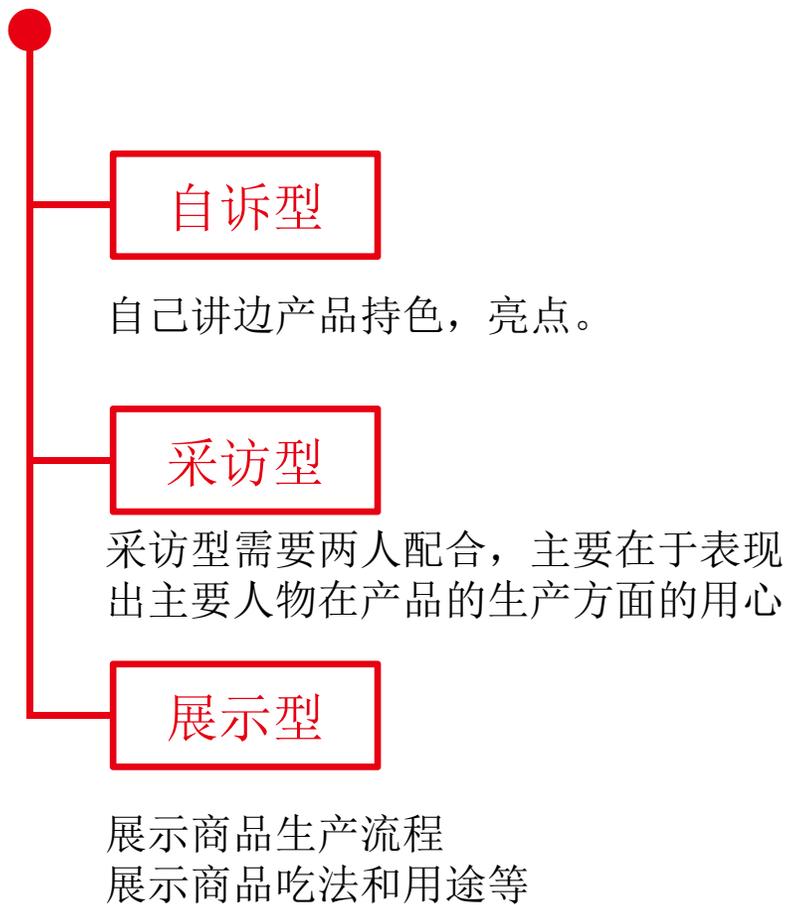


短视频如何植入品牌





产品短视频拍摄





企业抖音号长效运营三级火箭论

第一级：探索期

爆款增粉

做抖音用户喜欢的内容，从主流用户的主流需求出发，完成初期用户积累和沉淀。

1-3个月

第一级：增长期

种子用户分析&人格化强化

从已沉淀的用户中筛选出有价值的种子用户，确定企业号运营的标签内容方向，并挖掘内容增长点，不断强化品牌人设。

3-6个月

第一级：稳定期

精细化运营带来规模化用户新增

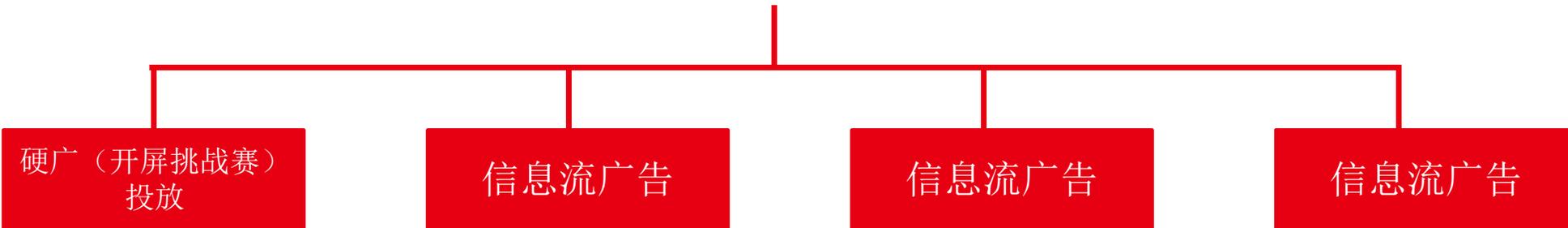
将成熟的用户运营方法论延伸到多账号、头条系多平台内容运营中，最终让不同账号内的核心用户相互转移，进一步完成用户的拓展和新增。

6个月以后



企业抖音短视频玩法

企业抖音短视频玩法



短视频企业账号运营

【有情】

与用户“平等”对话
激发用户情感共鸣

运营前提

【有趣】

让用户有参与感
让用户感觉好奇
让用户快乐和放松

内容核心

【有用】

有价值、有收获
在最短时间里把
重点说完

内容核心

【有品】

内容的品质、品味
企业的品牌：美好、正能量
品牌理念/价值承诺

基础要求



企业短视频和人才能力要求

内容类型	人才能力强度要求
知识讲解型	内容运营>演员>视频制作
娱乐剧场型	内容运营>演员>视频制作
感官体验型	视频制作>演员>内容运营

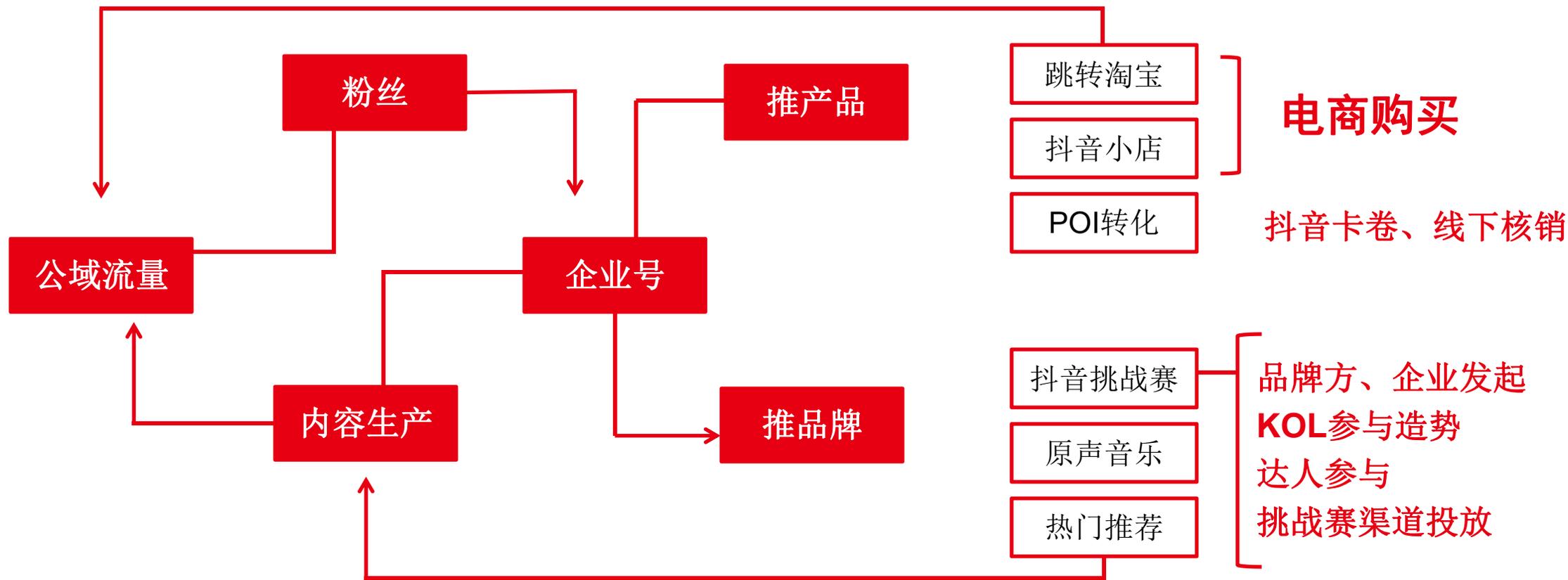


拍摄团队工作计划

时间	主要工作内容	编剧	演员	剪辑
9:15-9:30	晨会：进行前一天的数据播报，简单复盘，当日分工沟通			
9:30-12:00	共同拍摄2-3天素材	统筹、审核、上线午间内容，运营	出镜	拍摄
14:00-18:00	各自分工	出2-3个新剧本，上线晚间内容，运营	配音	剪辑制作



企业抖音视频转化路径





GUIDE MANUAL

短视频平台

运营指导手册

汇报：Dr.xiahuan