内部资料 ·非卖品

从抖音小白到变现大神

入门定位+内容创作+兴趣电商+直播带货+热门密码

抖音短视频+直播 运营百科全书

·让你的流量放大 100 倍 ·

目 录

[一：平台深度解析 1](#_bookmark1)

[1. 普通人做抖音的红利在哪里 1](#_bookmark2)

[2. 美食类型账号变现 1](#_bookmark3)

[3. 情感类账号如何变现？ 2](#_bookmark4)

[4. 赚钱账号搭建和固定框架 2](#_bookmark5)

[5. 抖音 18 种变现方法 3](#_bookmark6)

[6. 抖音处罚和解决办法 3](#_bookmark7)

[7. 抖音视频流量密码 4](#_bookmark8)

[8. 抖音 4 种行为将被禁止 4](#_bookmark9)

[9. 抖音一些隐藏功能 4](#_bookmark10)

[10. 2022 年抖音行业新风向 5](#_bookmark11)

[11. 7 方面分析对标账号 5](#_bookmark12)

[12. 4 个方面进行变现 6](#_bookmark13)

[13. 爆款内容 5 个小技巧 6](#_bookmark14)

[14. 适合小白赚钱账号 7](#_bookmark15)

[15. 短视频怎么确定选题 7](#_bookmark16)

[16. 如何打造爆款内容 7](#_bookmark17)

[17. 抖音流量池推荐机制 8](#_bookmark18)

[18. 正确掌握抖音选题 9](#_bookmark19)

[19. 爆款潜质的账号 9](#_bookmark20)

[20. 不涨粉的 8 点原因 10](#_bookmark21)

[21. 播放量多少算正常？ 10](#_bookmark22)

[22. 打造变现账号的几个标准 10](#_bookmark23)

[23. 3 方面提升抖音内容 11](#_bookmark24)

[24. 4 点判断视频有爆的苗头 11](#_bookmark25)

[25. 一定要学的运营知识 11](#_bookmark26)

[26. 运营大神都会的 4 个技巧 12](#_bookmark27)

[27. 抖音运营机制 12](#_bookmark28)

[28. 抖音 2 种表现形式 13](#_bookmark29)

[29. 抖音运营 2 大误区 13](#_bookmark30)

[30. 抖音运营小白通病 13](#_bookmark31)

[31. 5 步专业制作抖音流程 14](#_bookmark32)

[32. 精细化运营抖音 15](#_bookmark33)

[33. 抖音四条“可模仿”原则 15](#_bookmark34)

[34. 爆款视频的制作 16](#_bookmark35)

[35. 短视频变现方式 17](#_bookmark36)

[36. 判断是否是优质视频 17](#_bookmark37)

[37. 抖音差异化 17](#_bookmark38)

[38. 抖音必火的三个原则 18](#_bookmark39)

[39. 千万级大 V 爆火的秘籍 18](#_bookmark40)

[40. 做抖音必备的 3 种能力 18](#_bookmark41)

[41. 抖音的蓝海赛道 19](#_bookmark42)

[42. 抖音作品没有播放量什么原因 19](#_bookmark43)

[43. 抖音用户分析的三个层级 20](#_bookmark44)

[44. 抖音思维模型 20](#_bookmark45)

[45. 进行对标制作差异化内容 20](#_bookmark46)

[46. 抖音变现方法拆解 21](#_bookmark47)

[47. 了解抖音流量池 21](#_bookmark48)

[48. 抖音 8 种内容爆火公式 21](#_bookmark49)

[49. 抖音小白常踩的坑(上) 22](#_bookmark50)

[50. 抖音小白常踩的坑(下) 22](#_bookmark51)

[51. 抖音小白常见的问题 23](#_bookmark52)

[52. 全网互联互通 23](#_bookmark53)

[53. 抖音创作者标签 26](#_bookmark54)

[54. 抖音热点宝 26](#_bookmark55)

[55. 抖音外卖测试 26](#_bookmark56)

[56. 抖音 ICP 备案 26](#_bookmark57)

[57. 抖音防沉迷 26](#_bookmark58)

[58. 解析抖音爆款方法论 27](#_bookmark59)

[59. 抖音电商 APP 29](#_bookmark60)

[60. 什么是抖音网感 31](#_bookmark61)

[61. 抖音搜索流量 31](#_bookmark62)

[62. 抖音新流量密码 33](#_bookmark63)

[63. 如何快速吸粉 35](#_bookmark64)

[64. 腾讯视频起诉抖音 39](#_bookmark65)

[65. 再造“大众点评” 41](#_bookmark66)

[66. 新私域商业化 44](#_bookmark67)

[67. 发力“兴趣电商” 45](#_bookmark68)

[68. 学浪计划 49](#_bookmark69)

[69. “心动外卖” 51](#_bookmark70)

[70. 大促方法论 53](#_bookmark71)

[71. 新机遇！ 抖音 PC 端 55](#_bookmark72)

[72. 抖音新私域商业化 57](#_bookmark73)

[73. 短视频 3 大巨头对比 59](#_bookmark74)

[74. 再造“大众点评” 61](#_bookmark75)

[75. 抖音“兴趣电商” 64](#_bookmark76)

[76. 短视频反攻长视频 67](#_bookmark77)

[二：上热门篇 70](#_bookmark78)

[1. 如何做出爆款视频 70](#_bookmark79)

[2. 上热门的方法 70](#_bookmark80)

[3. 抖音 7 大热门 IP 类型 71](#_bookmark81)

[4. 爆款视频必备 6 点元素 74](#_bookmark82)

[5. 什么样的内容容易火 74](#_bookmark83)

[6. 上热门必备数据 75](#_bookmark84)

[7. 爆款视频有什么共同特点 75](#_bookmark85)

[8. 怎么上抖音推荐页 75](#_bookmark86)

[9. 如何打造爆款视频 76](#_bookmark87)

[10. 热门背后的秘密 76](#_bookmark88)

[11. 上热门 5 要素 76](#_bookmark89)

[12. 抖音创作的 3 种内容 77](#_bookmark90)

[13. 抖音作品内容 5 步法 78](#_bookmark91)

[14. 9 步搞定抖音作品内容 78](#_bookmark92)

[15. 抖音作品内容分享 79](#_bookmark93)

[16. 内容细化实操 79](#_bookmark94)

[17. 内容宝典 79](#_bookmark95)

[18. 作品内容选题 80](#_bookmark96)

[19. 差异化内容 80](#_bookmark97)

[20. 优化作品内容 80](#_bookmark98)

[21. 如何引流 81](#_bookmark99)

[22. 发布作品 5 要素 85](#_bookmark100)

[23. 作品上热门 86](#_bookmark101)

[24. 核心算法 86](#_bookmark102)

[25. 推荐机制简介 87](#_bookmark103)

[26. 蹭热门秘籍 88](#_bookmark104)

[27. 抖音热点 89](#_bookmark105)

[28. 直播间热门三大因素 89](#_bookmark106)

[29. 最佳发布时间 90](#_bookmark107)

[30. 爆款黄金 3 秒 90](#_bookmark108)

[31. 17 个技巧 92](#_bookmark109)

[32. 高点赞视频 93](#_bookmark110)

[33. 优质视频必备条件 94](#_bookmark111)

[三：涨粉破播篇 94](#_bookmark112)

[1. 抖音涨粉密码 95](#_bookmark113)

[2. 抖音视频的推荐量低？ 95](#_bookmark114)

[3. 提升作品播放量 95](#_bookmark115)

[4. 2 招解决不涨粉 95](#_bookmark116)

[5. 提升播放量的 9 个方法 96](#_bookmark117)

[6. 视频播放量低的 4 个原因 96](#_bookmark118)

[7. 播放量提升 97](#_bookmark119)

[8. 7 方面提升播放量 97](#_bookmark120)

[9. 抖音播放量为 0 如何解决 98](#_bookmark121)

[10. 解决抖音播放量问题 98](#_bookmark122)

[11. 一招解决账号涨粉慢 99](#_bookmark123)

[12. 抖音如何快速涨粉 99](#_bookmark124)

[13. 账号初期涨粉技巧 99](#_bookmark125)

[14. 一个方法破播放 100](#_bookmark126)

[15. 了解规则快速涨粉 100](#_bookmark127)

[16. 3 招教你提升播放量 101](#_bookmark128)

[17. 涨粉小技巧 101](#_bookmark129)

[18. 提升视频播放量 102](#_bookmark130)

[19. 3 步视频就能破播放 102](#_bookmark131)

[20. 全方面涨粉 103](#_bookmark132)

[21. 到底怎么才能涨粉 103](#_bookmark133)

[22. 提升播放量有哪些方法 104](#_bookmark134)

[23. 提升视频完播率 105](#_bookmark135)

[24. 播放率的几个核心指标 105](#_bookmark136)

[25. 抖音没播放量 4 点原因 106](#_bookmark137)

[26. 完播率和封面有什么关系 106](#_bookmark138)

[27. 涨粉的运营技巧 107](#_bookmark139)

[28. 抖音什么视频涨粉快 107](#_bookmark140)

[29. 一夜涨粉 180 万 107](#_bookmark141)

[30. 破 500 播放量 108](#_bookmark142)

[31. 作品“破播放” 108](#_bookmark143)

[32. 提高视频热度 109](#_bookmark144)

[33. “破播”六个核心 110](#_bookmark145)

[34. 作品卡“500” 111](#_bookmark146)

[35. 卡 1000 常见问题 111](#_bookmark147)

[36. 表情包引流 112](#_bookmark148)

[37. 6 个思维方式 115](#_bookmark149)

[38. 优质作品小技巧 116](#_bookmark150)

[39. 什么作品容易火 117](#_bookmark151)

[四：直播篇 119](#_bookmark152)

[1. 带货到底多赚钱？ 119](#_bookmark153)

[2. 宇宙尽头是直播带货？ 119](#_bookmark154)

[3. 带货直播常见问题 120](#_bookmark155)

[4. 直播的 13 个步骤 120](#_bookmark156)

[5. 直播常见 3 个问题 121](#_bookmark157)

[6. 爆款话术提高直播间曝光 121](#_bookmark158)

[7. 新人直播必备 3 点技能 121](#_bookmark159)

[8. 直播考核的三大要素 122](#_bookmark160)

[9. 高成交主播话术 122](#_bookmark161)

[10. 直播带货关注的数据 123](#_bookmark162)

[11. 直播间流量体系 123](#_bookmark163)

[12. 直播复盘方法论 124](#_bookmark164)

[13. 抖音直播 0-1 阶段 126](#_bookmark165)

[14. 抖音直播推流机制 126](#_bookmark166)

[15. 直播间超级福袋 126](#_bookmark167)

[16. 小白怎么做好直播 126](#_bookmark168)

[17. 3 个方面提升直播间流量 127](#_bookmark169)

[18. 直播间的 3 个数据 127](#_bookmark170)

[19. 1 分钟掌握直播介绍 128](#_bookmark171)

[20. 直播带货 8 个技巧 128](#_bookmark172)

[21. 直播间多人 PK 128](#_bookmark173)

[22. 使用直播伴侣搭建直播间 129](#_bookmark174)

[23. 直播间高效转化 129](#_bookmark175)

[24. 6 个留人方法 129](#_bookmark176)

[25. 直播黄金法则 130](#_bookmark177)

[26. 实操语汇 130](#_bookmark178)

[27. 技巧汇总 131](#_bookmark179)

[28. 聊天技巧 131](#_bookmark180)

[29. 如何找话题 132](#_bookmark181)

[30. 留人方法 133](#_bookmark182)

[31. 直播间不推流 133](#_bookmark183)

[32. 留不住人原因 134](#_bookmark184)

[33. 小风车 134](#_bookmark185)

[34. 绑定/上架小风车 135](#_bookmark186)

[35. 8 大误区 136](#_bookmark187)

[36. 话术推荐(1) 137](#_bookmark188)

[37. 话术推荐(2) 142](#_bookmark189)

[38. 话术推荐(3) 142](#_bookmark190)

[39. 话术推荐(4) 143](#_bookmark191)

[40. 话术推荐(5) 144](#_bookmark192)

[41. 开播前准备 144](#_bookmark193)

[42. 直播定位 145](#_bookmark194)

[43. 技巧攻略 145](#_bookmark195)

[44. 5 个关键 147](#_bookmark196)

[45. 常见违规 148](#_bookmark197)

[46. 直播切片 149](#_bookmark198)

[47. 直播封面 149](#_bookmark199)

[48. 红包福袋 149](#_bookmark200)

[49. 打光技巧 149](#_bookmark201)

[50. 电脑设备 150](#_bookmark202)

[51. 手机设备 151](#_bookmark203)

[52. 直播间布置 151](#_bookmark204)

[五：垂直定位 152](#_bookmark205)

[1. 账号定位的 3 大法则 152](#_bookmark206)

[2. 打造账号标签 153](#_bookmark207)

[3. 可变现的定位 153](#_bookmark208)

[4. 3 方面打造个人 IP 154](#_bookmark209)

[5. 如何打造个人 IP 154](#_bookmark210)

[6. 快速找准抖音账号定位 154](#_bookmark211)

[7. 几个方面搞懂人设定位 155](#_bookmark212)

[8. 1 个方法打造 IP 人设 155](#_bookmark213)

[9. 搭建 IP 人设必备 7 要素 156](#_bookmark214)

[10. 短视频定位 3 要素 156](#_bookmark215)

[11. 4 招学会 IP 定位 157](#_bookmark216)

[12. 三步定位法 157](#_bookmark217)

[13. 快速做好抖音定位 157](#_bookmark218)

[14. 账号定位垂直优势 158](#_bookmark219)

[15. 4 个视频内容 158](#_bookmark220)

[16. 4 个维度提升视频内容 158](#_bookmark221)

[17. 抖音定位分析及变现 159](#_bookmark222)

[18. 找对标账号 159](#_bookmark223)

[19. 定位能给账号带来什么 159](#_bookmark224)

[20. 抖音如何做内容定位 160](#_bookmark225)

[21. 抖音定位的 5 种类型 161](#_bookmark226)

[22. 4 点影响抖音作品标签 161](#_bookmark227)

[23. 抖音账号定位 3 个层级 162](#_bookmark228)

[24. 抖音 3 步定位法 162](#_bookmark229)

[25. 咋做垂直账号 162](#_bookmark230)

[26. 什么是“垂直” 163](#_bookmark231)

[27. 为什么要“垂直” 163](#_bookmark232)

[28. 8 大垂直 164](#_bookmark233)

[29. 为什么要定位 164](#_bookmark234)

[30. 初期定位 165](#_bookmark235)

[31. 如何清晰定位 165](#_bookmark236)

[32. 定位 4 要素 166](#_bookmark237)

[33. 打造定位人设 168](#_bookmark238)

[六：权重问题 169](#_bookmark239)

[1. 新账号如何养号 169](#_bookmark240)

[2. 提升抖音账号权重 7 要素 169](#_bookmark241)

[3. 提升抖音账号权重 170](#_bookmark242)

[4. 4 个维度提升权重 170](#_bookmark243)

[5. 什么是“权重” 171](#_bookmark244)

[6. “权重”存在吗？ 171](#_bookmark245)

[7. 提高权重技巧 172](#_bookmark246)

[七：账号打造 173](#_bookmark247)

[1. 抖音底层逻辑 173](#_bookmark248)

[2. 打标签方法大全 173](#_bookmark249)

[3. 爆款的视频封面 173](#_bookmark250)

[4. 打造个人 IP 人设 174](#_bookmark251)

[5. 打造可以赚钱的账号 174](#_bookmark252)

[6. 赚钱的抖音账号 174](#_bookmark253)

[7. 如何快速起号 175](#_bookmark254)

[8. 抖音老号如何启动 175](#_bookmark255)

[9. 2 步教会快速起号 176](#_bookmark256)

[10. 抖音账号标签的分类及区别 176](#_bookmark257)

[11. 5 步搭建账号五件套 176](#_bookmark258)

[12. 如何选择抖音头像 177](#_bookmark259)

[13. 抖音如何取名字 177](#_bookmark260)

[14. 高效寻找对标账号 178](#_bookmark261)

[15. 带娃的视频怎么拍 178](#_bookmark262)

[16. 抖音如何确定账号方向 178](#_bookmark263)

[17. 如何打造生活类 IP 179](#_bookmark264)

[18. 口播类账号怎么做 179](#_bookmark265)

[19. 好变现的 6 大账号类型 179](#_bookmark266)

[20. 抖音账号的 4 大标签 180](#_bookmark267)

[21. 1 个技巧找对标账号 180](#_bookmark268)

[22. 快速起号的几个办法 180](#_bookmark269)

[23. 3 方面拆解对标账号 181](#_bookmark270)

[24. 美食号怎么起号 181](#_bookmark271)

[25. 好物分享起号方法 181](#_bookmark272)

[26. 文案号的变现方式 182](#_bookmark273)

[27. 抖音变现方法 182](#_bookmark274)

[28. 普通人怎么做抖音 182](#_bookmark275)

[29. 账号变现抖音如何搭建 183](#_bookmark276)

[30. 普通人快速起号方法 184](#_bookmark277)

[31. 赚钱的抖音账号 184](#_bookmark278)

[32. 如何分析对标账号 184](#_bookmark279)

[33. 新手 6 个方法优化账号 185](#_bookmark280)

[34. 搭建抖音账号第一步 185](#_bookmark281)

[35. 抖音账号 5 大雷区 186](#_bookmark282)

[36. 抖音 80%的人都踩了这些雷 186](#_bookmark283)

[37. 7 个方面分析对标账号 186](#_bookmark284)

[38. 抖音暴力起号 187](#_bookmark285)

[39. 抖音情感类账号 187](#_bookmark286)

[40. 打造个人 IP 形象 188](#_bookmark287)

[41. 适合宝妈账号 188](#_bookmark288)

[42. 易变现账号 188](#_bookmark289)

[43. 3 个方法起号 189](#_bookmark290)

[44. 12 个技巧 189](#_bookmark291)

[45. 8 大变现途径 189](#_bookmark292)

[46. 账号状态检测 190](#_bookmark293)

[47. 书单号 190](#_bookmark294)

[48. 内容风格 191](#_bookmark295)

[49. 六大雷区 192](#_bookmark296)

[50. 人设 193](#_bookmark297)

[51. 打造人设 193](#_bookmark298)

[52. 人设基本要素 194](#_bookmark299)

[53. 塑造 IP 194](#_bookmark300)

[54. 如何变现 195](#_bookmark301)

[55. 收入明细 195](#_bookmark302)

[56. 违规自查 196](#_bookmark303)

[57. 运营策略 196](#_bookmark304)

[58. 赞评转关 197](#_bookmark305)

[59. 低质内容 197](#_bookmark306)

[60. 限流 198](#_bookmark307)

[61. 三连封面 198](#_bookmark308)

[62. 运营思路 199](#_bookmark309)

[63. 十大误区 200](#_bookmark310)

[64. 小黑屋 202](#_bookmark311)

[65. 初期内容 202](#_bookmark312)

[八：流量获取 204](#_bookmark313)

[1. 蹭流量小技巧 204](#_bookmark314)

[2. 如何正确蹭流量 204](#_bookmark315)

[3. 合理蹭抖音热点 204](#_bookmark316)

[4. 抖音话题挑战 205](#_bookmark317)

[5. 自查没视频流量原因 205](#_bookmark318)

[6. 播放量低原因 205](#_bookmark319)

[7. 蹭热度 206](#_bookmark320)

[8. 关于限流 206](#_bookmark321)

[9. 解决限流 207](#_bookmark322)

[10. 流量池 207](#_bookmark323)

[11. 八大流量池 208](#_bookmark324)

[12. 提高作品热度 208](#_bookmark325)

[13. 启动阶段推荐秘籍 209](#_bookmark326)

[14. 为什么不被推荐 209](#_bookmark327)

[15. 没有播放量 210](#_bookmark328)

[16. 没流量原因 210](#_bookmark329)

[17. 流量不稳定 210](#_bookmark330)

[18. 为什么只火一阵 211](#_bookmark331)

[19. 同 WIFI 多账号登录会限流吗 211](#_bookmark332)

[九：养号问题 211](#_bookmark333)

[1. 什么是“养号” 211](#_bookmark334)

[2. 哪些账号需要养号 212](#_bookmark335)

[3. 养号七大潜规则 212](#_bookmark336)

[4. 养号目的 213](#_bookmark337)

[十：文案问题 213](#_bookmark338)

[1. 制作爆款文案 213](#_bookmark339)

[2. 爆款文案公式分享 214](#_bookmark340)

[3. 带货爆款文案公式 215](#_bookmark341)

[4. 爆款文案的结构公式 215](#_bookmark342)

[5. 爆款文案公式 216](#_bookmark343)

[6. 抖音标题文案和话题 216](#_bookmark344)

[7. 11 种爆款抖音标题 216](#_bookmark345)

[8. 爆款选题 219](#_bookmark346)

[9. 抖音爆款文案 220](#_bookmark347)

[10. 爆款文案 220](#_bookmark348)

[11. 深度思考 221](#_bookmark349)

[12. 进阶教学 222](#_bookmark350)

[十一： 标题问题 223](#_bookmark351)

[1. 爆款视频 4 种选题技巧 223](#_bookmark352)

[2. 标题黄金公式 223](#_bookmark353)

[3. 万能标题 224](#_bookmark354)

[4. 8 个标题方法论 224](#_bookmark355)

[5. 文案技巧 226](#_bookmark356)

[6. 10 大关键点 227](#_bookmark357)

[7. 爆款文案套路 228](#_bookmark358)

[十二： 脚本问题 230](#_bookmark359)

[1. 爆款抖音脚本模板 230](#_bookmark360)

[2. 从入门到精通写脚本 231](#_bookmark361)

[3. 5 招制作有槽点的内容 231](#_bookmark362)

[4. 打造内容独特性 232](#_bookmark363)

[5. 爆款短视频带货公式 232](#_bookmark364)

[6. 抖音短视频脚本 233](#_bookmark365)

[7. 热门必备脚本公式 233](#_bookmark366)

[8. 2 个原因导致转粉率低 234](#_bookmark367)

[9. 爆款视频脚本结构 234](#_bookmark368)

[10. 万能脚本模板 235](#_bookmark369)

[11. 15 秒短视频创作公式 236](#_bookmark370)

[12. 短视频爆火脚本 236](#_bookmark371)

[13. 作用与意义 236](#_bookmark372)

[14. 前期准备 237](#_bookmark373)

[15. 构思方向 238](#_bookmark374)

[十三： 电商问题 239](#_bookmark375)

[1. 抖音兴趣电商新风口 239](#_bookmark376)

[2. 如何入驻抖音盒子 239](#_bookmark377)

[3. 抖店 2 大核心重点 240](#_bookmark378)

[4. 直播卖货 5 大核心 240](#_bookmark379)

[5. 视频/直播哪个更好 241](#_bookmark380)

[6. 带货口碑分 241](#_bookmark381)

[7. 佣金 242](#_bookmark382)

[8. 坑位费 242](#_bookmark383)

[9. 退还保证金 242](#_bookmark384)

[十四： DOU+问题 242](#_bookmark385)

[1. 4 个方面规避盲目投放 242](#_bookmark386)

[2. 抖加投放的几种技巧 243](#_bookmark387)

[3. 抖加是否要升级 243](#_bookmark388)

[4. 新号怎么投抖加 244](#_bookmark389)

[5. 抖加投放四个标准 244](#_bookmark390)

[6. 3 种方式投抖加 244](#_bookmark391)

[7. 优化直播投放抖加 245](#_bookmark392)

[8. 什么作品适合投抖加 245](#_bookmark393)

[9. 投放小技巧 246](#_bookmark394)

[10. 什么是 DOU+？ 246](#_bookmark395)

[11. DOU+作用 246](#_bookmark396)

[12. 投 DOU+秘籍 246](#_bookmark397)

[13. 投 DOU+可以增权重吗？ 248](#_bookmark398)

[十五： 违规问题 248](#_bookmark399)

[1. 5 大行为将被禁止 248](#_bookmark400)

[2. 提示不适合公开？ 249](#_bookmark401)

[3. 限流， 封禁 4 申诉方法！ 249](#_bookmark402)

[4. 抖音被限流是什么原因？ 250](#_bookmark403)

[5. 抖音避免那些行为 250](#_bookmark404)

[6. 做抖音最容易踩的坑 250](#_bookmark405)

[7. 抖音限流的原因 251](#_bookmark406)

[8. 抖音账号是否健康 251](#_bookmark407)

[9. 视频限流怎么办？ 252](#_bookmark408)

[10. 抖音违规操作 252](#_bookmark409)

[11. 什么样的视频容易被判搬运 253](#_bookmark410)

[12. 抖音为什么被封禁 253](#_bookmark411)

[13. 抖音视频违规 254](#_bookmark412)

[14. 抖音要注意风险防范 254](#_bookmark413)

[15. 抖音千万不能碰的红线 255](#_bookmark414)

[16. 视频是否违规 256](#_bookmark415)

[17. 自查视频是否违规 256](#_bookmark416)

[18. 8 大违规行为 256](#_bookmark417)

[19. 容易触线违规的行为 257](#_bookmark418)

[20. 直播间常见违规 257](#_bookmark419)

[21. 如何检测账号有无违规 258](#_bookmark420)

[22. 收到[内容处罚提示/违规提示]怎么办 258](#_bookmark421)

[十六： 运营问题 259](#_bookmark422)

[1. 短视频运营实战经验 259](#_bookmark423)

[2. 封面设计小技巧 259](#_bookmark424)

[3. 抖音运营实战技巧 260](#_bookmark425)

[4. 抖音没有流量主要原因 260](#_bookmark426)

[5. 抖音图文号变现 260](#_bookmark427)

[6. 爆款短视频主要构成 261](#_bookmark428)

[7. 提升视频评论率 261](#_bookmark429)

[8. 爆款短视频注意的细节 261](#_bookmark430)

[9. 5 个方面做出爆款内容 262](#_bookmark431)

[10. 抖音需要注意几个问题 262](#_bookmark432)

[11. 短视频评论重要作用 263](#_bookmark433)

[12. 短视频运营 7 步法 264](#_bookmark434)

[13. 判断热点 264](#_bookmark435)

[14. 专业抖音运营秘籍 265](#_bookmark436)

[15. 抖音核心粉丝 265](#_bookmark437)

[16. 1 招抖音变现更加顺畅 265](#_bookmark438)

[17. 抖音快速起号 266](#_bookmark439)

[18. 6 方面优化抖音内容 266](#_bookmark440)

[19. 抖加给账号打标签 267](#_bookmark441)

[20. 短视频必备 4 种思维 267](#_bookmark442)

[21. 抖音对标哪些数据 268](#_bookmark443)

[22. 抖音如何制作爆款内容 268](#_bookmark444)

[23. 做抖音 4 个思维逻辑 269](#_bookmark445)

[24. 运营技巧要注意什么 269](#_bookmark446)

[25. 抖音日常专业术语 269](#_bookmark447)

[26. 蹭热点的 3 点注意事项 270](#_bookmark448)

[27. 3 千粉丝怎么变现 270](#_bookmark449)

[28. 怎么找到合适赛道 270](#_bookmark450)

[29. 精准找到目标人群 271](#_bookmark451)

[30. 抖音数据分析 271](#_bookmark452)

[31. 小白做抖音的难点 271](#_bookmark453)

[32. 爆款视频数据分析 272](#_bookmark454)

[33. 好物推荐怎么变现 272](#_bookmark455)

[34. 从 0-1 做抖音 273](#_bookmark456)

[35. 抖音正反对比万能公式 273](#_bookmark457)

[36. 抖音赞粉比 273](#_bookmark458)

[37. 口播的三种拍摄类型 274](#_bookmark459)

[38. 抖音运营干货 275](#_bookmark460)

[39. 抖音运营流量池 276](#_bookmark461)

[40. 抖音运营底层逻辑 276](#_bookmark462)

[41. 视频内容 4 个指标 278](#_bookmark463)

[42. 抖音拍段子 8 大要素 278](#_bookmark464)

[43. 口播类视频怎么拍 278](#_bookmark465)

[44. 抖音爆款内容模板 281](#_bookmark466)

[45. 抖音必须要懂得 6 种用户心理学 281](#_bookmark467)

[46. 抖音运营如何做好自媒体 282](#_bookmark468)

[47. 人设打造必备 5 元素 282](#_bookmark469)

[48. 抖音变现仅需 6 点思路 283](#_bookmark470)

[49. 抖音账号转型攻略 283](#_bookmark471)

[50. 抖音逻辑 284](#_bookmark472)

[51. 抖音规则解读 284](#_bookmark473)

[52. 抖音运营互动率 284](#_bookmark474)

[53. 抖音运营基础技巧 284](#_bookmark475)

[54. 抖音运营基础 285](#_bookmark476)

[55. 抖音运营要注意的 4 点 285](#_bookmark477)

[56. 抖音必学的数据分析 285](#_bookmark478)

[57. 抖音系统化运营 286](#_bookmark479)

[58. 视频变清晰 286](#_bookmark480)

[59. 什么品牌适合玩抖音 287](#_bookmark481)

[60. 账号简介怎么写 288](#_bookmark482)

[61. 抖音同步到今日头条 288](#_bookmark483)

[62. 火山号如何登录抖音 288](#_bookmark484)

[63. 抖音如何和火山版授权 288](#_bookmark485)

[64. 如何加人抖音内测 289](#_bookmark486)

[十七： 星图问题 289](#_bookmark487)

[1. 达人怎么开通星图？ 289](#_bookmark488)

[2. 入驻流程 290](#_bookmark489)

[3. 入驻门槛 290](#_bookmark490)

[十八： 同城号 290](#_bookmark491)

[1. 如何做抖音同城号 290](#_bookmark492)

[2. 同城号的秘密 291](#_bookmark493)

[3. 同城探店号 3 个月时间赚一个亿！ 291](#_bookmark494)

[4. 同城号怎么运营？ 291](#_bookmark495)

[5. 什么是同城号 292](#_bookmark496)

[6. 如何开通同城号 292](#_bookmark497)

[十九： 全民任务 292](#_bookmark498)

[1. 什么是全民任务 293](#_bookmark499)

[2. 如何参与 293](#_bookmark500)

[3. 收益如何结算 293](#_bookmark501)

[二十： 巨量千川 293](#_bookmark502)

[1. 小店随心推和千川 293](#_bookmark503)

[2. 抖店投不了千川怎么办？ 294](#_bookmark504)

[3. 千川的基本操作 294](#_bookmark505)

[4. 巨量千川是什么 295](#_bookmark506)

[5. 什么是巨量千川 295](#_bookmark507)

[二十一：账号标签 295](#_bookmark508)

[1. 抖音定位贴标签 295](#_bookmark509)

[2. 什么是标签 296](#_bookmark510)

[3. 如何打标签 296](#_bookmark511)

[4. 标签人设 296](#_bookmark512)

[5. 兴趣标签 297](#_bookmark513)

[二十二：拍摄技巧 297](#_bookmark514)

[1. 视频拍摄 7 个错误 297](#_bookmark515)

[2. 抖音短视频拍摄技巧 297](#_bookmark516)

[3. 手机拍摄技巧 298](#_bookmark517)

[4. 如何拍摄高清作品 298](#_bookmark518)

[5. 如何运镜 298](#_bookmark519)

[6. 带货视频 299](#_bookmark520)

[7. 拍摄流程 300](#_bookmark521)

[8. 防止抖动 301](#_bookmark522)

[9. 镜头虚化 301](#_bookmark523)

[10. 黄金比例 302](#_bookmark524)

[11. 切换场景 302](#_bookmark525)

[二十三：橱窗问题 303](#_bookmark526)

[1. 如何开通 303](#_bookmark527)

[2. 0 分开橱窗 303](#_bookmark528)

[3. 保证金冻结 303](#_bookmark529)

[4. 保证金体现 304](#_bookmark530)

[二十四：小黄车 304](#_bookmark531)

[1. 短视频带货怎么做？ 304](#_bookmark532)

[2. 抖音小风车和小黄车的区别 304](#_bookmark533)

[3. 如何开通 305](#_bookmark534)

[二十五：小店问题 306](#_bookmark535)

[1. 体验分、口碑分和信用分 306](#_bookmark536)

[2. 开通抖音小店 306](#_bookmark537)

[3. 个人开通抖店需要什么 306](#_bookmark538)

[4. 抖店的日常维护 307](#_bookmark539)

[5. 抖店如何上架商品 308](#_bookmark540)

[6. 抖店如何设置佣金？ 308](#_bookmark541)

[7. 上传学浪课程 308](#_bookmark542)

[8. 抖音如何加入精选联盟 309](#_bookmark543)

[9. 抖店如何查看订单来源 309](#_bookmark544)

[10. 抖音小店怎么运营 309](#_bookmark545)

[11. 抖音小店新手期 310](#_bookmark546)

[12. 抖音小店最新规定 310](#_bookmark547)

[13. 8 个抖店运营违规行为 310](#_bookmark548)

[14. 抖音小店如何开通？ 311](#_bookmark549)

[15. 提升抖店体验分 311](#_bookmark550)

[16. 影响抖店没流量的原因 311](#_bookmark551)

[17. 小店运营注意点 312](#_bookmark552)

[18. 小店新手期运营 312](#_bookmark553)

[19. 小店评分 313](#_bookmark554)

[20. 随心推 313](#_bookmark555)

[21. 使用随心推 313](#_bookmark556)

[22. 抖店、橱窗、小黄车的区别？ 314](#_bookmark557)

[23. 功能简介 314](#_bookmark558)

[24. 选择主体 315](#_bookmark559)

[25. 入驻流程 315](#_bookmark560)

[26. 店铺装修 316](#_bookmark561)

[27. 号店一体 316](#_bookmark562)

[28. 售前准备 316](#_bookmark563)

[29. 营销工具 317](#_bookmark564)

[30. 推广计划 317](#_bookmark565)

[31. 保证金 318](#_bookmark566)

[32. 多类目保证金 318](#_bookmark567)

[33. 商品发布 318](#_bookmark568)

[34. 销售类目 319](#_bookmark569)

[35. 禁售商品 319](#_bookmark570)

[36. 增加类目 320](#_bookmark571)

[37. 品牌授权 320](#_bookmark572)

[38. 售后服务 320](#_bookmark573)

[39. 无品牌入驻 321](#_bookmark574)

[40. 商品抽检 321](#_bookmark575)

[41. 修改类型 322](#_bookmark576)

[42. 增加/修改类目 323](#_bookmark577)

[43. 企业、个体户的区别 323](#_bookmark578)

[44. 虚假发货 323](#_bookmark579)

[45. 普通、专营、专卖、旗舰店 324](#_bookmark580)

[46. 售假 324](#_bookmark581)

[47. 一个营业执照能开几个小店 325](#_bookmark582)

[48. 一个品牌能授权几个小店 325](#_bookmark583)

[二十六：昵称取名 325](#_bookmark584)

[1. 取名技巧 325](#_bookmark585)

[2. 昵称攻略 326](#_bookmark586)

[3. 万能公式 327](#_bookmark587)

[4. 昵称重要性 327](#_bookmark588)

[二十七：企业蓝 V 327](#_bookmark589)

[1. 和个人号的区别 327](#_bookmark590)

[2. 十大优势 329](#_bookmark591)

[3. 如何开通 329](#_bookmark592)

[4. 如何关闭试用企业号 330](#_bookmark593)

[5. 认证失败， 审核费可退吗？ 330](#_bookmark594)

[6. 认证费是一年还是终身？ 330](#_bookmark595)

[二十八：视频审核 330](#_bookmark596)

[1. 危险行为 330](#_bookmark597)

[2. 公序良俗 331](#_bookmark598)

[3. 平台策略 336](#_bookmark599)

[4. 引人不适 337](#_bookmark600)

[5. 双重审核 340](#_bookmark601)

[6. 低俗 341](#_bookmark602)

[7. 内容质量 343](#_bookmark603)

[8. 一直在审核中 344](#_bookmark604)

[9. 审核未通过怎么办 344](#_bookmark605)

[10. “视频不适合继续推荐” 344](#_bookmark606)

[11. [创作内容处罚/违规提示] 344](#_bookmark607)

[二十九：抖币问题 345](#_bookmark608)

[1. 有音浪的区别 345](#_bookmark609)

[2. 抖加币是抖币吗？ 345](#_bookmark610)

[3. 可以转移给别的号吗？ 345](#_bookmark611)

一：平台深度解析

**1.** 普通人做抖音的红利在哪里

揭秘： 2022 年普通人做抖音红利在哪里？ 看完就明白！

作为一个普通玩家怎么样在这些红利当中抓住机会，这才是最关键的。

①搜索电商：

抖音小店

选品-热点爆品畅销品(新奇特最好)

优化标题关键词+主图(迎合搜索电商的属性)

②首批入驻：

邀请制+入驻

核心战略产品， 不容小觑

提前做好入驻准备， 入场

想办法做第一个吃螃蟹的人

③抖音电商服务商：

想办法拿官方授权增加权限

入驻服务： 运营服务；维护服务

商业最好的模式之一：服务商

**2.** 美食类型账号变现

美食类账号这么做， 就能快速变现！ 弯道超车！

答案：

在美食的基础上，加上你可以体现的其他元素。

①美食+生活，农村生活，城市独居生活都可以。

②美食+情感，像画面是在做饭，但文案和音乐其实都是情感号的感觉。

③美食+情侣，比如老公给老婆做饭，女朋友给男朋友做饭。

④美食+闺蜜，看这三个就行了。

⑤美食+测评，测评网红，零食测评，网红， 美食测评， 做饭小技巧等等都可以。

⑥美食+宠物，比如给猫做自制猫饭的。

这个整体定位好，需求又很大， 视频又有趣， 而且竞争也没有普通的美食账号那么激烈，那 除了以上这六个呢？ 可以大胆的去联想， 美食+美女啊，美食+搞笑等。

**3.** 情感类账号如何变现？

情感账号可以在抖音上教别人谈恋爱，挣钱非常容易， 分别从账号定位、变现方式、内容要 点这三个角度来分析，手把手教做！

①账号定位，划分为四类，分别是男生教女生谈恋爱， 女生教男生谈恋爱， 女生教女生谈恋 爱，男生教男生谈恋爱， 反向教学的博主可能粉丝会多一些

②变现方式，提供情感咨询服务，开通了新图达人合作， 广告报价基本上都在 1 万以上，

③内容要点，比如：女生结婚之前一定要想明白的事！远离冷暴男、恋爱容易犯的那些错误、 女朋友圣诞节礼物等等。两性关系选题非常多！一直都是关注的热点问题！ ！

**4.** 赚钱账号搭建和固定框架

做一个赚钱的抖音帐号需要搭建的固定框架！ 看完就会~

总结出一套做帐号需要搭建的的固定框架：变现模式、人设定位、展现形式、账号运营、模 式放大。没有商业目的的涨粉是没有意义的！ 最终是为了变现，而账号的变现能力和你的粉 丝数并不成正比。在执行上是先涨粉，因为你没有粉丝就没有变现资格。但是在账号规划上 一定是先构思变现模式，按照自己的规划去深耕自己的领域。不要一门心思盯着别人的爆款 视频， 哪个火就去拍哪个。会打乱你的创作者标签，导致账号杂乱无章，粉丝也不垂直。相 比粉丝的数量， 更影响变现的， 是粉丝的质量，贪多嚼不烂。没有一个抖音账号是能吸引所 有的粉丝类型的，你迎合所有粉丝， 就等于你没有迎合任何粉丝， 没有粘性。没有憎恶，就 没有偏好。做帐号之前要规划好自己的目标用户， 用户画像越具体，粉丝类型越精准， 哪怕 数量不多， 粘性强， 变现能力也会足够强。

**5.** 抖音 **18** 种变现方法

重磅干货： 抖音 18 种抖音变现方式！ 赶紧看看！

1、视频带货：短视频挂小黄车带货， 赚取相应佣金

2、直播带货：直播间小黄车带货，赚取相应佣金

3、星图投稿：寻找商家广告需求，投稿赚取佣金

4、星图指派广告：商家根据自身需求寻找合适达人进行合作

5、商品橱窗：通过短视频或直播转到主页橱窗进行转化成交

6、游戏发行计划：按官方广告任务要求制作视频投稿赚佣金

7、全民任务：按官方广告任务要求制作视频并投稿赚取佣金

8、直播打赏：各行业主播粉丝打赏礼物变现

9、抖音小店：开通抖店并和优质达人合作卖自己的产品

10、小程序变现：通过挂小程序并制作相关视频导流变现

11、线下广告： 本地视频达人通过短视频给本地商户做推广

12、引流到店： 有线下实体店， 可引流到店消费

13、线下代运营：具备短视频运营技能， 可组建团队服务于企业

14、资源变现： 在抖音结识朋友或合伙人，进行创业合作变现

15、社群变现： 利用抖音公域流量引流到私域流量变现

16 、PICK 计划： 官方邀请，根据播放量、转化率等因素变现、

17、同城号：同城探店、寻宝等方式，为本地商家提供宣传服务

18、知识付费： 具备相应领域技能， 通过线上或线下培训变现

**6.** 抖音处罚和解决办法

干货： 抖音处罚评级问题和解决方法！

①为什么会收到这些处罚的原因，因为所发布的作品内容，有低俗引导的色情低俗资源及

场所， 和敏感部位展示及暴露， 或带有性暗示、性挑逗、以及长时间展示腿、脚、腹部、深 V 的衣服、露沟、露胸、露背， 穿着暴露以展示身材为目的等。这个呢是抖音系统评估检测 到就会给予处罚

②就是被举报该账号或多人举报该账号都会受到处罚

③随着抖音机制的更新以及全面打击之下，会出现大量误判， 误封的情况

解决方法：第一:系统处罚通知里点击查看详情会有一个申诉入口，但是只有一次申诉机会， 那我们可以尝试去说明情况并申诉，但是不会申诉的失败率在 95%以上， 有很多人就盲目的 去申诉从而就导致申诉失败的结果， 那申诉失败有什么影响又该怎么去解除这个处罚呢。

首先申诉失败的结果就是导致账号处于限流状态，也就是说你发布一个视频，原本的流量在 3-5w 播放量但是，在你账号处于限流状态的情况下播放量只有几百到几千不等，且如果是 涉嫌色情低俗，或涉嫌低俗的处罚你的全部作品都投放不了抖加，也上不了热门，更有甚者 该账号名字搜索不到或【永久减少视频推荐】

**7.** 抖音视频流量密码

解锁抖音视频背后的流量密码！ 看完就会~

视频的流量密码在于背后好内容策划、镜头语言和好的剪辑节奏感，缺一不可。不要再一味 的去套网红模板去压缩时长了， 掌握这背后的创作和剪辑思维才是关键。而这个思维其实并 不难，首先需要寻找并决定抖音策划的创意。视频内容将会依据创意来制作，一个有好创意 的作品能够在众多短视频中脱颖而出，增加对用户的吸引力。具有内容价值，则能够提升用 户的兴趣， 增加关注。策划需要通过各种方式提升相关视频的数据情况，包括点击率、有效 观看率、互动数据！

**8.** 抖音 **4** 种行为将被禁止

抖音 4 种行为将被禁止！千万别踩坑！！

①同质化：文案内容同质化、雷同脚本、同质化内容视频。

②恶意博取流量关注： 蹭当事人热点，进行直播， 抖音启动对热点当事人保护机制。

③狂放吃播： 激进吃播，浪费食物。

④低俗、不良价值观内容：恶意炒作剧本演绎， 直播叫嚣挑衅(封禁直播、连麦 7-15 日) 、 不良言论煽动引导。

**9.** 抖音一些隐藏功能

揭秘： 抖音短视频的一些隐藏功能！ 小白必看

①抖音支持放大看，双指收缩张开， 就可以放大了！

②划走的视频怎么找到？抖音-我的-三道杠-观看历史，看过的视频都能找得到。

③发布视频能屏蔽粉丝和好友吗？在发布视频时， 选择你需要屏蔽的用户就可以啦！

**10.** **2022** 年抖音行业新风向

揭秘： 2022 年， 抖音短视频行业新风向！ 赶紧抓住风口！

站在当下去看 2022 年的趋势，还有以抖音为例，短视频直播电商至少有 4 个趋势应该把握 住。

1、稳定低收益的小号矩阵：抖音的商业逻辑天然是去头部化的， 抖音希望生态繁荣，不希 望一家独大。大号会有推流限制，且一旦触犯规则被封号，前功尽弃，一切归零。 2022 年 做抖音，从 0 粉开始就以变现为目的，不要以涨粉为目的。尽可能追求稳定低量有利润。

2、抖音私域的红利才刚刚开始， 抖音在战略大方向上始终在追求业务闭环， 私域是其中必 不可少的一环。

3、兴趣电商迎来红利期， 抖音盒子会迎来新潮。

2022 年，短视频直播赛道，会是在内卷中红利满天的一年。谁能越早看清趋势，谁就能享 受到更多的红利。

**11.** **7** 方面分析对标账号

重磅： 7 个方面详细分析对标账号！ 小白看完就会！

根据你的领域， 抖音搜索“领域”关键词， 关注一些高赞视频和同行，分享他们爆火的原因。

①点赞、评论、转发的比例

②高赞的视频题材是哪些

③评论区讨论最多的是什么

④视频整体的排版架构

⑤视频的总时长(影响完播率)

⑥视频开头前 3 秒有什么亮点

⑦视频的核心亮点/特色是什么

多看， 多分析， 慢慢的你也就明白了抖音用户爱看什么内容了，然后模仿就可以了。

**12.** **4** 个方面进行变现

重磅： 抖音短视频如何赚钱?4 个方面进行变现~

抖音赚钱： 打赏赚钱、广告变现、电商引流、 IP 变现等。 1.打赏赚钱： 在用户观看直播的时候，如果看到很好看的直播，就会打赏！ 2.广告变现： 广告文案植入做的好，一般不会引起用户排斥和不满， 顾客觉得有需要都会购 买 3.兴趣电商： 开通小黄车卖东西！ 4.IP 变现： IP 变现的方式在抖音上十分常见。变现最容易的要数人物 IP，例如大家熟知的 papi 酱。 抖音赚钱的模式有很多， 只有明确自己做账号的目的， 坚持输出优质的视频内容，就有可能 在抖音上获得不错的成绩。

**13.** 爆款内容 **5** 个小技巧

干货： 抖音爆款内容创作 5 个小技巧！ 小白必看

1. 蹭热度(热点)

这个关键在于热点是否符合自己的定位，对互联网上的热点数据非常敏感， 比如最近的圣诞 摇铃变装、张同学各地分学，在抖音上也是引得人们竞相模仿。

2. 贴近生活

生活的很多场景都是大家最熟悉的，越熟悉的越能引起共鸣，要是在能把事件放大化进行一 些策划。

3. 生活中的小技巧

家庭主妇和全职妈妈基本都占了抖音用户量的一大部分，所以拍的视频要是能引起她们的兴 趣就很重要了。

4. 专业知识

教学一些专业的知识，如 PS 特效视频制作这些往往都能受到大家的一致好评，同样的也会 为你带来不错的粉丝关注。

5.内容的传播

内容创作相当于产品，接下来就需要传播了。这两个步骤其实是不能分开的，内容本身也是 传播的重要因素，当我们去适当的推广的时候就会更有助于内容的传播。

**14.** 适合小白赚钱账号

干货： 适合小白的抖音赚钱账号！一看就会！

好物分享是普通人变现最好的方式之一，操作起来非常简单，适合不会拍摄，不会写脚本的 小白和上班族， 好物分享类的账号怎么样才能火？

①一定要选择新奇特的产品， 选择有颜又新奇的居家好物、日用百货，同时价格控制在 10 到 50 元以内。 95%的大爆品都具备以上几个属性。新奇特的产品本身就是内容。

②视频有社交属性，比如儿媳妇给婆婆送了一个礼物，评论区就非常多的女生问链接怎么 买，还有的人在那边吐槽自己的婆婆，从而产生互动数据，直接把视频送上了热门。

③建议每天发布短视频，并且配上热门的卡点音乐。

**15.** 短视频怎么确定选题

做抖音短视频怎么确定选题？从这几个方面进行关联~

1.关联性：

选题内容和账号定位一致，比如是情感类账号，那么短视频的所有内容都要和情感相关； 2.热门性：

选择最热门的题材， 运用到自己的短视频当中，短视频会吸引更多的人观看； 3.新鲜感：

稀缺性、生活少见， 会产生很好的吸粉效果；

4.人设感：

基本符合抖音号的 IP 人设定位， 最好设置独一无二的slogan。

**16.** 如何打造爆款内容

重磅： 抖音短视频如何打造质量好的爆款内容？看完就会~

1、耐看的潜在逻辑

耐看，就是“持续招人喜欢的吸引力”！这也是新媒体时代拼的核心能力！观众只会在喜欢的 人和内容上花时间。注意力在哪里，用户的决策就在哪里！就要搞清楚“什么值得看”的问题， 简单说，就是“看点”。

2、耐看的固有属性

有情： 走心的、励志的、感动的、正能量的、让人有共鸣的， 比如：情感类短视频。 有趣： 有意思的，能打发消遣时光的，比如说：萌娃、萌宠、脱口秀类短视频。

有用： 能学到东西， 比如：科普类、评测类、教学类短视频。

有品： 令人向往、品味不凡的， 比如：旅拍 vlog、剧情类短视频。

有颜： 形象好或独特、才艺好的，比如： 秀场主播、怪咖类。

有料： 新奇特、打破常识的，比如： 新闻类、娱乐八卦类。

3、耐看的底层核心

内容力：指的就是知道人们想看什么，并知道怎么把它设计出来， 简单说， 就是捕捉和制造 看点的能力。

表现力：指的就是知道怎么通过即视化的呈现方式去演绎好内容，简单说，就是够不够入戏， 有没有演技。

**17.** 抖音流量池推荐机制

重磅： 抖音流量池推荐机制，看完就懂底层逻辑！

第一步：冷启动流量池曝光。 上传短视频，通过双重审核的作用，系统会给每个视频分配给一个初始流量池： 200-300 的 在线用户， 也有可能是上千个曝光。不管你的账号有多新，都可以实现曝光的机会。

第二步：数据筛选。 抖音会从这些短视频中的上千曝光中，分析点赞、评论、转发、完播等多个维度的数据，再 决定是否给这些短视频分配到下一个流量池中。

第三步：精品推荐池。

通过一轮一轮验证， 筛选出来点击率、播放完成率、评论互动率极高的短视频进入推荐池，

用户打开的时候就会从推荐池推荐。

抖音的算法机制是极具魅力的，无论是对创作者，还是对用户，它的流量分配机制都是公平 的。

**18.** 正确掌握抖音选题

重磅揭秘： 如何正确掌握抖音短视频选题？看完就会~

选题原则： 关联性、热门性、新鲜感、人设感

选题内容： 美食类、旅行类、时尚美妆类、搞笑段子类

选题切入： 反差、干货、唱反调、励志、模仿

关联性：挖掘同行、研究同行、创新同行

精彩评论： 点赞高的评论

数据追踪： 利用数据软件追踪爆款视频

讲故事：屌丝逆袭、成功案例、励志案例

讲段子：学习段子、搞笑故事、日常沟通

教知识：直播方法、短视音频运营、心态辅助

晒过程：学习进度、坎坷经历、高光时刻

**19.** 爆款潜质的账号

干货： 1 个方法教你做出有爆款潜质的账号！

无论你要做哪个赛道，这个方法全部都是用你看到的所有的百万级粉丝以上的博主呢，都遵 循这个规则，没有例外， 方法其实特别简单，

第一， 明确我是谁？ 比如我是一个厨师。

第二， 明确我是做什么的？比如有 20 年川菜经验。

第三， 明确我能给粉丝带来什么价值？比如每天教你一道正宗简单的川菜小食，让背井离乡 的你感受家的味道， 把它们连起来就是你的账号定位， 这是一个很关键的点，做好账号定位 抖音才知道你是做什么的，才会给你推荐较为精准的流量。

**20.** 不涨粉的 **8** 点原因

你的抖音作品为什么不涨粉？就这 8 点原因~

①视频质量太低， 没有关注欲望。

②视频内容不垂直，杂乱无章， 推荐都是泛粉丝， 无精准粉丝。

③作品没有可期待性。

④主业包装差，没有关注欲望。

⑤视频数量少，长期断更。

⑥人物和内容识别度太低，无记忆点。

⑦没有人设， 信任度低，不易变现。

⑧视频， 主页没有引导粉丝关注动作。

**21.** 播放量多少算正常？

干货： 抖音播放量多少才算正常？赶紧看下~

如果你的账号播放量不高，低于 100 ，那就不正常了。问题可能出在这两个方面。

视频内容违规， 没有被正常推荐

账号可能被平台判定为低质量账号

如果你的视频违反抖音规则，那你的视频实际上只有你自己能看到，其他人是看不到的。 如果你的账号被判定低质量账号，那就不容易把号做起来。

①用抖加测试。如果你的视频无法“DOU+”，那说明视频内容或许有问题。

②在抖音-我的-账号诊断一下。

**22.** 打造变现账号的几个标准

怎么打造一个成功的变现账号？ 有哪些标准？ 小白必看~

一、注意点，它可以是一个道具，可以是一只猫，也可以是不同寻常的长相，一个空有流量， 但是让别人记不住的人是很难持续关注下去，

二、专业感，强大做 IP 就是做转发观众对你的信任来自于你的专业，或者你的强大，比如 有些人的拍摄场景， 看着就很有钱， 观众自然想知道他是做什么， 他会讲一些什么？

三、真诚感，一个好的商业 IP 不是高高在上， 而是接地气，能和你的粉丝搞好关系，对转 化率很重要，是可靠的商业逻辑，你的目标客户是谁？你能给他提供什么产品或者服务你的 产品和服务能够帮他解决哪些问题？ 这些东西不搞清楚，还是别急着开始稳定的内容输出机 制， 偶尔出一条爆款，对账号整体帮助不大， 你必须有固定的内容制作流程、固定的内容标 准，才能够保证流量的问题和变现能力的问题。

**23.** **3** 方面提升抖音内容

干货： 从 3 方面提升抖音短视频内容！小白必看 1、标题要起得好、有个性。标题很重要，想要短视频提高观看流量， 那标题是关键元素之

一。

2、短视频内容选题要够“热”，有这几点要记住，热点、新鲜感、精彩，整个内容一定要有 节奏， 不能平铺直叙，所以视频脚本就显得很重要。

3 、视频的观赏度。可能很多人会忽略这一点，你的短视频有无水印， 色彩滤镜、清晰度、 播放的流畅度等，直接影响到人们的观看体验，人们可能会被吸引点击，但是细节不到位， 你也可能永久的被拉进黑名单。

**24.** **4** 点判断视频有爆的苗头

干货分享： 怎样判断视频有爆的苗头？4 点教会你！

决定一个视频能否上热门的主要因素有 4 个：完播率、点赞率、转发率、评论率。通过大量 实操， 总结出来的经验， 适合投放抖音 DOU+的视频，至少需要满足以下四个点： ① 完播率——尽量选择 15-30s 内； ② 点赞率——一般点赞率达到 5%-10%，就有爆的潜力； ③ 转发率——一般转发率在 1%左右； ④ 评论率—— 1%左右。 抖音的推荐机制是叠加的，作品刚发布，会给你 500 的播放量，如果 500 播放的 4 个指标综 合数据不错，就可以进入 3000 流量池，数据表现好的话就会进入万次播放流量池， 以此类 推，再进入十万级、 30 万级、 50 万级和 100 万级以上。所以， 做好内容是关键中的关键。

**25.** 一定要学的运营知识

个人如何运营抖音账号？ 一定要学的运营知识

粉丝数量≠变现能力：在抖音，不是粉丝数量越多， 赚的钱也就越多，这两者之间是不成正 比的。比起无意义的粉丝数量， 粉丝质量其实更重要。垂直细分领域的账号更容易变现。

小白做抖音：很多新手做抖音账号， 一上来就是注册账号，然后就开始拍视频发作品了，这 就是典型的小白起号流程。

专业做抖音： 专业的人做抖音账号，注册账号之后会有一系列的分析、设计、策划、定位、 装修等等过程， 等所有的准备工作都做好之后，才会开始发视频。

**26.** 运营大神都会的 **4** 个技巧

重磅： 做抖音学会这 4 个技巧， 小白秒变运营大神！

1.专注于一个领域

当开始运营抖音时， 选择一个非常清晰的区域，持续输出垂直内容。

2.目标粉丝

必须知道你的听众是谁？ 粉丝精准度，粉丝画像。

3.挖掘痛点和需求，提供解决方案和内容

不断探索他们的问题和需求，然后利用专业知识和专长帮助他们，并提供适当的解决方案和 内容。当你能不断探索用户的痛点和需求，不断生产干货和相应的有价值的内容时，你就能 迅速吸引大量非常准确的潜在用户和粉丝。

4.运营推广技巧

设置一些与用户和粉丝互动的话题，增加活跃度，从而从平台上获得更多的流量推荐和曝光。

**27.** 抖音运营机制

抖音短视频运营机制？底层逻辑，小白必学~

1、抖音的去中心化平台， 只要产出原创内容作品受欢迎， 就会有越来越多人关注。

2、抖音的权重机制，智能分发， 无论你要做什么类型的账号，平台会根据账号的权重来对 你新发布的视频给予一定的初始推荐流量，优先推荐给附近的人与账号本身的粉丝，之后是 根据分析所有用户的兴趣标签以及内容的标签，进行初始的智能分配，接下来就是等待推荐 后的反馈结果了，也可以说你的作品进入了一个公平的启动状态。

3、抖音的推荐机制，叠加推荐， 如果一条作品在初始分发后反馈给平台的结果是受欢迎的。 平台会把这条作品进行二次分发，此次分发的流量覆盖会更多，更广泛，这也是作品能否上 热门的关键点之一， 反之，如果说初始反馈没有效果，那也就不会得到平台的二次推荐了。

**28.** 抖音 **2** 种表现形式

抖音短视频的 2 种表现形式！新手小白必看~

短视频的表现形式分为两种： 真人出境和非真人出境， 各有优劣，但是如果有条件还是建议 真人出境， 更容易被大多数人接受。

1、真人出镜

类型： 剧情/测评/解说/展示/颜值/才艺

条件： 镜头表现力强，有观众缘，有拍摄条件

好处： 粉丝粘性强， 易于打造个人 IP

2、无人出镜

类型： 产品拟人化/萌宠/动画/电影解说/工艺技法展示

条件： 强逻辑、强技能、线索资源、剪辑条件

好处： 成本低、技能型突出

**29.** 抖音运营 **2** 大误区

重磅： 新手抖音运营 2 大误区！ 一招就能解决！

很多新手做抖音账号，一上来就是注册账号， 然后就开始拍视频发作品了， 这就是典型的小 白起号流程。

小白运营抖音一定会出现下面这 2 种情况：

蹭热点的视频点赞很多， 但却涨粉很少。

账号粉丝不少， 但变现却非常困难。

很大一部分原因就是前期的账号定位没有做精准，或者说账号定位和变现方式不相符导致的。 专业的人做抖音账号，正式开始运营账号之前，一定会有一个账号定位的过程！ 账号定位的 作用就是帮助我们找到自己的精准受众， 账号定位 5 步：目的、形式、领域、人设、内容！

**30.** 抖音运营小白通病

抖音作品发了很多， 却都没推荐？也没粉丝！ 小白通病！

今天有个宠物火了你去发，明天有个正能量火了你去发，后天有个搞笑的火了你也去发，几 番动作之后账号会变得不伦不类，聚集过来的粉丝肯定是非常少， 因为粉丝在你这里得不到 他想要的东西。不能贡献能够吸引粉丝的价值，那么大家就不会去关注你， 所以千万要记住 作品不能乱发，一定要发垂直度高的作品，这样你的粉丝才会精准，这样的账号才会创造价 值!千万不要做泛粉丝，泛粉丝没有价值。要记住你自己的定位是什么?你今后要做一些什么 东西?你未来的变现途径是什么?

**31.** **5** 步专业制作抖音流程

专业制作抖音短视频的流程！ 5 个步骤教会你~

1.拍摄第一步：确定选题和剧本

(1)定位是什么，是要实用？要搞笑？要走心？还是要猎奇？

(2)剧本是什么，就是拍摄的流程和整体方案

2.拍摄第二步：拍摄思路与形式

(1)画面如何吸引人？

(2)如何让观看者停留时间更长？

实用类：快速说明主题， 封面配文案；娱乐类：搭配有吸引力的音乐； 结合真人出镜效果更 佳。

3.拍摄第三步：拍摄工具&规则

(1)结合可以帮助拍摄的工具： 拍摄支架、打光灯；

(2)准备好服化道： 服装、化妆、道具等；

(3)充分利用内置相机的自带功能运镜： 速度、倒计时、慢动作等；

(4)需原创、无水印：主要指本地上传的视频。

4.拍摄完成： 编辑视频

(1)背景音乐： 利用不同风格音乐打造视频风格。

(2)封面选择： 选择视频里比较精彩的为封面。

5.视频发布

(1)发布时间： 结合定位人群刷抖音的习惯和当时的状态。

(2)标题： 不宜过长，简明扼要，加入悬念、反问等。

(3)封面： 选择最精彩的画面作为封面， 吸引观看。

(4)评论&私信： 回复评论、私信， 被翻盘的粉丝可以成为忠实粉。

**32.** 精细化运营抖音

干货分享： 一文搞懂如何精细化运营抖音？小白必看！

新手总是抱怨没有流量， 是因为还没懂抖音的逻辑，抖音是去中心化的，本质上每个作品推 荐分发都是独立的， 发布作品质量不行， 所以原则上来说，每个作品都是独立的， 你把你的 每个作品看成一个一个独立的房子，你房子里面有什么决定进这个房子人多，还是人少， 用 强内容支撑大家看完一套作品之后，还会关注你的其他作品，去你的每个房子里都走一走， 逛一逛，这叫流量溢出， 也有概率会引爆其他视频流量。

以数据为基础，做精细化运营， 内容关键词决定的推流人群，话题是你手动选择曝光池子， 发布时间又决定当下时间在线的所有用户中，最可能喜欢你作品的有多少人，内容质量间接 的决定匹配过程，而匹配过程畅通与否， 决定了交互反馈，交互的数量决定你的标签， 不管 你是自然流量还是定向曝光池， 只要池子里面有大量交互，交互中用户自带的关键词反馈到 你的账号标签和内容标签上面，从而影响视频的推流人群，账号标签是持续存在的，而且会 迭代。

**33.** 抖音四条“可模仿”原则

干货分享： 抖音爆款视频的四条“可模仿”原则！

一：情感共鸣。

一定是引起大家非常强烈的情感波动，才能促使点赞的行为产生。

二：形式创新。

抖音是内容迭代非常快的平台， 只有最有新意的形式才能脱颖而出。

三：热点。

热点永远是大家关心的话题，可以蹭上相通的热点，效果提升。

四：互动。

在评论区设置互动问答， 多和用户产生互动， 提升互动率。

**34.** 爆款视频的制作

重磅整理： 抖音爆款视频制作仅需 4 步！上热门就这么简单~ 拍摄第一步——确定选题和剧本 定位是什么，是要实用？ 要搞笑？要走心？还是要猎奇？ 剧本是什么，就是拍摄的流程和整体方案； 拍摄第二步——拍摄思路与形式 画面如何吸引人？帅哥美女出境，利用滤镜、美颜、特效功能，画面要够美 如何让观看者停留时间更长？

实用类：快速说明主题， 封面配文案；

娱乐类：搭配有吸引力的音乐； 结合真人出镜效果更佳；

拍摄第三步——拍摄工具&规则

结合可以帮助拍摄的工具：拍摄支架、打光灯等准备好服化道：服装、化妆、道具等充分利

用内置相机的自带功能运镜：速度、倒计时、慢动作等

需原创、无水印：主要指本地上传的视频

拍摄完成——编辑视频

背景音乐： 利用不同风格音乐打造视频风格， 安卓版抖音可本地上传音乐

特效利用： (主要针对本地上传的视频) ，充分利用动作、倒流、反复等效果

封面选择： 选择视频里比较精彩的为封面

视频发布

发布时间： 结合定位人群刷抖音的习惯和当时的状态

标题： 不宜过长，简明扼要，加入悬念、反问等

封面： 选择最精彩的画面作为封面， 吸引观看评论&私信，

积极回复评论、私信，被翻盘的粉丝可以成为忠实粉！

**35.** 短视频变现方式

想做短视频赚钱，该怎么开始学习呢？看完就会

第一步，不管做什么账号，都一定要想好自己的定位问题，整体账号昵称，头像，视频封面， 视频内容都要定位统一且垂直。

第二步，模仿有结果的人做视频，不管是什么东西，都要从模仿开始， 它背后运用的理论方 法、技巧可能有很多，即使不知道这些理论、方法、技巧，也能够运用到它。

第三步，总结出一套标准的工作流程，并不断优化。为什么我们的数据不能稳定的提升？关 键在于你没有把经验积累下来的视频数据好好的原因在哪里，能不能在之后的视频中都复制 这个元素，十分建议大家把你做一条内容的完整步骤列出来个关键点， 比如选题标题的选择 标准列出来之后，严格按照操作，并且学到的东西要在这上面优化，就可以保证你的整体的 工作效率和准确率是不断的在进步， 最后掌握短视频流量的正确因果模型。

**36.** 判断是否是优质视频

如何判断自己的抖音视频是否是优质视频？看完就会~

一条作品究竟怎么样才算不错？ 这几个数据维度赶紧记下来，

第一， 完播率达到 15%以上

第二， 作品平均播放达到七秒以上，

第三， 点赞率到 3%以上，

第四， 评论率 1%以上，

第五， 转发率 0.5%以上，

第六， 涨粉率 1%以上数据。

**37.** 抖音差异化

揭秘： 想抖音短视频爆火，必须学会这两大关键要素点!

在现阶段普通人做抖音内容实在是越来越难了，都说抖音内容为王，那到底在现在什么样的 东西是好内容呢？首先观感、清晰度、画面、构图这些都是基础， 在这些基础之上，再强调 两个概念，这两个概念是现在做好抖音的非常关键的概念，一个是正反馈，第二个是差异化， 那么正反馈呢， 就是涵盖了点赞，评论， 关注转发， 完播率等等一系列你可以在后台监测到 的数据，通常来讲啊，正反馈越高， 你的视频推荐量也就越高，而差异化就更加重要了，大 家都知道现在抖音啊，那么， 多博主都在拍一模一样的内容，那么你凭哪一点能够在那么多 一模一样的同类型步骤当中突出出来呢？ 这一点就非常非常的重要，现阶段做抖音，本质上

其实拼的就是差异化。

**38.** 抖音必火的三个原则

干货整理： 运营抖音必火的三个原则，不会还不知道吧？ ！

有用处：这类的内容能够让看到这个内容的用户觉得， 学到了什么技巧，方法， 收获了什么 知识。教程类， 推荐类账号较多

有兴趣：这类内容能让用户感受到开心， 快乐，满足了好奇心，激发兴趣 兴趣类，美食， 风景等账号。

有共鸣：这类内容能让用户感受到很多难以表达出来的情绪，在你这边得到了提现，获得热 痛，缓解焦虑等。情感类，励志类， 吐槽类账号较多。

**39.** 千万级大 **V** 爆火的秘籍

千万粉丝大 V 爆火的秘籍？！学会下一个火的就是你！

帅哥美女，再配上精致的画面，反而就落入俗套了，而这个@冷少 要的就是差异化，王家 卫式的画面，打造电影质感强， 风格化台词有梗有共鸣， 直击人心情节，无厘头， 让人意想 不到， 这才是他爆火的终极理由。

那对普通人做抖音有什么启示？ 组合式创新！ 学王家卫， 他不是最像的；有梗的文案， 也不 是最早的；做剧情反转，他也不是最好的。但为什么只有他能破圈呢？ 因为他能学习三者的 长处， 将他们完美融合。所以， 普通人做抖音要取其精华！加入自己的特色，才会出圈！

**40.** 做抖音必备的 **3** 种能力

重磅整理： 做抖音必须要具备的 3 种能力！ 你占了几种？

抖音除了内容创作非常重要以外，还需要具备这三种能力，尤其是第三种能力， 也是很多人 做不好抖音的根源所在。

一、执行力。很多人都知道抖音赚钱是个很好的风口， 然后也都开始准备做抖音了，天天学 习知识，但一到执行的时候， 今天拖到明天， 明天拖到下周， 都拖了半年， 还没有创作出一 条作品，或者还是跟以前一样不去调整，依旧把抖音当成朋友圈来发， 创作抖音是很痛苦的 过程，所以能把抖音做好的人绝对都是执行力特别强的人，想到就必须拍摄出来，实践中才 能得到成长。

二，懂得坚持，基本上所有人都是把抖音当成副业来做， 那么这个时候就会出现一个问题， 因为主业已经够你们解决基本生存了，所以很多人做抖音，只是抱着试一试的心态来做，所 以一旦当试着去拍了十几条视频，但依旧没有流量的时候，估计很多人就开始打退堂鼓了，

就会觉得抖音太难。做了还有很多人会说，现在不投钱， 已经做不起来了， 然后就放弃了， 那如果是抱着这种心态来的， 也是做不好抖音的，因为抖音确实没有那么简单， 任何人都需 要经过长期的实践和调整，才能做好抖音。

三，换位思考的能力。做抖音最重要的是换位思考的能力，始终要记住，一条视频的好坏， 绝对不是取决于自己，而完完全全是由你的用户来决定的，所以我们在做账号之前啊，一定 要去做粉丝定位，去了解他们的喜好，站在他们的角度去创作，创作出符合他们的兴趣点的 选题和内容。

**41.** 抖音的蓝海赛道

揭秘： 普通人到底怎么才能做好抖音？蓝海赛道等你挑战~ 很多人在账号第一步账号定位的时候就做错了，因为有可能选择了一个红海，再到然后在错 误的方向选择了努力，最终导致账号怎么都做不起来， 例如： 很多人在做对口型账号， 那普 通人适合做什么样的账号呢？

三农类：如果你生活的地方，距离乡村比较近，那么，强烈建议大家可以做一个三农类账号， 首先是大部分的专业短视频机构都基本生活在一二线城市，他们基本都是围绕着城市题材去 进行创作， 所以，如果你切入去做乡村题材， 面对的竞争压力会小很多，另外， 抖音上大部 分的用户其实都是有过农村生活经历的，乡村的美景美食，有趣的事物，对于他们来说是有 天然的治愈性， 观众在刷疲惫了，灯红酒绿的城市生活， 更期待慢节奏的乡村生活，所以只 要抓住农村题材去做，就更容易生产出优质的，大家会喜欢的内容来， 例如，最近涨粉几百 万的康仔农人， 还有早期的蜀中桃子姐， 这些账号大家都可以好好去研究一下。

**42.** 抖音作品没有播放量什么原因

干货分享： 抖音作品没有播放量竟是因为这 4 点原因！

一、发了很多平台不推荐的内容，不懂平台规则！

二、自嗨， 你发的作品一定得是别人想看的， 爱看的。别人拍的自家孩子叫萌娃视频， 别人 出去旅游拍的风景， 能上热门， 前期有脚本设计有剧情演绎， 后期还有剪辑、编辑、调色等 等，你也拍风景生活，结果变成了生活记录， 一镜到底拍摄后期简单的处理。

三、标签作品内容杂乱无章， 直接影响了算法，对你创作者身份的判断，有可能给账号贴错 了标签，不垂直的内容就造成没有作品内容标签标签的问题，造成了推流不精准，直接影响 你的播放量，

四、内容不利他，对于陌生人来说， 一定是利他的作品才有吸引力，想想你拍的发的那些作 品有哪一个能给别人带来享受感或者有用能帮助别人解决问题

**43.** 抖音用户分析的三个层级

干货： 抖音用户分析的三个层级，看完就明白~

第一个用户画像，你就会对你的用户有更准确的认知，然后用户属性属性是什么呢？就是用 户事实，他在的城市，他是男是女， 她多少岁？有孩子有家庭，家庭是多大的？爸爸妈妈多 大？

第二个用户标签，什么是用户标签，他喜欢看什么他为什么点赞他喜欢买什么他喜欢吐槽什 么？前面是用户属性，最后是用户标签。

第三个用户行为，用户买什么，喜欢什么， 他为什么评论？他为什么分享？ 所有的这些用户 行为你从哪里找呢？ 从对标的那个赛道里面最火热的 50 个账号里面找。

**44.** 抖音思维模型

重磅： 学会这个思维模型，就能做好抖音！速学~

控制变量思维模型，首先一个视频的构成都有选题、标题，文案、脚本、画面、音乐、配音、 字幕、音效，找到数据最好的一条视频和现在数据不好的视频，按照十个关键点， 把两条视 频的信息填写进去， 两条视频进行对比，重点抓住两条视频之间不一样的地方， 不同点就是 流量下滑的原因。

第二步，解决问题，复制爆款，把后续发的所有视频都要按照数据最好的那一条视频结构进 行修改，把这十个关键点按照数据最好的那条视频结构去复制。

第三步，优化结构， 每期视频只修改十个关键点中的其中一个点， 修改之后上传， 然后看数 据，如比之前的播放量高，那就固定下来，不好就恢复原样， 就这样不停的优化固定，

当掌握了这个思维模型之后， 你做短视频就根本不存在运气成分，清楚的知道你的视频，为 什么好？为什么不好？好在哪里？差在哪里？ 并且用这个思维模型，可以复制出无数个账号。

**45.** 进行对标制作差异化内容

重磅整理： 抖音怎么做出差异化内容？干货满满~

为什么别人这么做能做起来， 而你就不行了，很多账号其实最终还是一个问题， 没有做出差 异化！就是这个赛道已经有很多一样的账号了，如果没区别的话别去关注大号就行了，那怎 么做出差异化呢？一定不要自己空想一个，要创造一个不是的别的赛道有而你这个赛道没有， 那做了相比同类号， 就有了差异化， 很多人一开始做号只会借鉴同类号，内容上选题上，可 以对标同类账号表现形式人设定位，这些是可以玩出花样的，就可以建多一点账号去看其他 类型的赛道，去看那些博主他们的表现形式， 人设定位哪个可以跟内容相结合的重点。

**46.** 抖音变现方法拆解

重磅揭秘： 深度了解抖音流量池！了解平台规则！

内容时长：有些人， 觉得抖音时长越长越好， 其实不是的，抖音视频， 在表达清楚的同时， 能短一秒是一秒。在抖音的推荐机制里， 推荐根据账号的权重，会分为三档： 200 — 500 左右流量， 大概推送一小时内， 能有百分之 10 的点赞和几条评论以及 60%完播率 等，平台就会给第二次推荐。 1000 —5000 左右流量，视频播放量达到 5000 以上， 并且点赞数高于 100，基本上就会给下 一级推荐了。 第三次就是上万或者几十万的流量， 一直以此类推。 总的来说，对于抖音，播放量(完播率) >点赞量>评论量>转发量。越长的视频， 完播率越 低，越不利于传播。

**47.** 了解抖音流量池

重磅揭秘： 深度了解抖音流量池！了解平台规则！

内容时长：有些人， 觉得抖音时长越长越好， 其实不是的，抖音视频， 在表达清楚的同时， 能短一秒是一秒。在抖音的推荐机制里， 推荐根据账号的权重，会分为三档： 200 — 500 左右流量， 大概推送一小时内， 能有百分之 10 的点赞和几条评论以及 60%完播率 等，平台就会给第二次推荐。 1000 —5000 左右流量，视频播放量达到 5000 以上， 并且点赞数高于 100，基本上就会给下 一级推荐了。 第三次就是上万或者几十万的流量， 一直以此类推。 总的来说，对于抖音，播放量(完播率) >点赞量>评论量>转发量。越长的视频，完播率越 低，越不利于传播。

**48.** 抖音 **8** 种内容爆火公式

重磅揭秘： 抖音短视频 8 种内容爆火公式！速看~

“农村”比“城市”容易火

“屌丝”比“精英”容易火

“走着”比“坐着”容易火

“美女"比“帅哥”容易火

“多人”比“单人”容易火

“跳舞”比“唱歌”容易火

“户外”比“室内”容易火

“雨天”比“晴天”容易火

系统 AI 算法的特征识别会优先识别视频里任务和场景的真实性，然后匹配给对应的用户获 得优质的数据反馈后，会获得更大的流量推荐和曝光。

**49.** 抖音小白常踩的坑(上)

干货整理： 抖音运营新手小白常踩的坑(上)

1.不要频繁的变化定位。

运营抖音账号前，都要有一个准确的定位，一旦确定， 最好不要随意更换。比如好物分享？ 旅游分享？ 励志妈妈？

一旦确定定位，不要随意变化，视频内容应该是紧紧围绕定位进行的。这样才能拥有自己的 标签，抖音才能更加好的定向推送您的视频， 发掘潜在用户和粉丝群。没有人能做到全世界 都喜欢，一个定位就是一种粉丝群体，没有定位， 就等于没有固定粉丝群。

2.不要盲目的搬运

蹭热度，是目前抖音上非常流行的做法。对热度高的视频很多人会进行一个翻拍和模仿。但 是， 翻拍和模仿不是完全抄袭。不知道自己的优势，没有自己的内容输出， 就会出现东施效 颦， 除了给原创带来更多的流量。对自己没有任何帮助。在模仿的时候可以使用一写小技巧 突出自己， 比如加滤镜、左右对称变换、背景放大和缩小、改编内容、换背景音乐和特效。

**50.** 抖音小白常踩的坑(下)

干货整理： 抖音运营新手小白常踩的坑(下)

3.不要全部都是同一种形式的视频。

吸引抖音用户眼球的是好玩、有区别的、有变化的视频。不是干巴巴的产品介绍， 那不如去 看说明书。也不是同一种形式的视频，会产生视觉疲劳。比如说系列和单独小故事等的转换。

4.视频内容实用干货，有趣，有情感共鸣，有槽点要占一样

可以做存教学类的视频， 剧情有突出点的视频，比如说反转的剧情，或者引发情感共鸣的， 比如最近的三胎政策，有可以给观众吐槽的，产生“这个人怎么这样”“怼的好”这种感觉的。

**51.** 抖音小白常见的问题

重磅整理： 抖音小白常见问题！你踩雷了吗？

•误区一： 图片堆砌，意义不大

•误区二： 场地随拍，又抖又花， 用户一瞅，直接作罢

•误区三： 一镜到底，说两句话

•误区四： 演技贼尬，表述拉胯

•误区五： 今天带货，明天晒娃

•误区六： 强势硬广，厌恶到家

•误区七： 情景短剧，与产品不搭，涨粉虽快， 变现超差

•总结一句话：无人设、无情感、无有用的信息，导致刷进来的用户直接“丑拒”。就算花钱 来的流量也接不住！ ！以上有你踩雷的点吗？

**52.** 全网互联互通

互联互通后，抖音会退还淘宝 200 亿流量费吗？

在国务院办公厅新闻发布会上，工业和信息化部负责人就“互联互通”作了新的表态，要求务 实推进即时通讯、阻断网站链接等问题能够分步分阶段解决。这种说法是针对微信、淘宝、 抖音等平台的高墙问题。

长期以来，微信对外链接管理严格。一旦新规出台，阿里和抖音将能够获得他们梦寐以求的 社交流量。因此，外界普遍认为，在这一波互联浪潮中， 微信受到的冲击最大。

然而， 除了嘈杂的舆论，我们似乎都忽略了一个本质上的商业逻辑问题:作为流量平台，抖 音、微信、淘宝一直被各行各业追逐。但不同的是，抖音和淘宝允许外部合作伙伴通过收取 流量费的模式进入， 简单理解就是以流量换钱。例如， 淘宝每年向抖音支付 200 亿流量广告 费。淘宝正在向卖家出售流量收集。相比之下，微信本身不向入驻的合作伙伴收取流量费， 对用户流量的开发更为谨慎。因此，在这一波互联浪潮中，微信在各大平台眼中似乎都是免 费的唐僧肉，这也会给生态治理带来负担。然而，互操作性将对抖音和淘宝产生深远的影响。 阿里和抖音的流量业务

短期内，一旦实现互联互通， 对阿里的好处最大。在新流量增长缓慢的情况下， 阿里迫切需 要社交流量来刺激新的增长。它不是靠卖货赚钱， 而是靠卖流量赚钱。依靠这种模式， 它积 累了巨大的财富。淘宝的主要收入是广告，通过它获得的流量来实现。交通越封闭，商业溢 价能力越高。

相对应的，对于那些不受阿里巴巴控制的流量，它会极度排斥，因为会对淘宝的流量定价权 产生影响。

随着 2015 年微信渠道拼多多的崛起， 阿里饱受两岸之苦， 开始渴求流量，因此微信的社交 流量成为阿里的新目标。

虽然落户微信在短期内解决了阿里的流量焦虑，但从长期来看，如果阿里的商家在微信上获 得大量免费流量，将对阿里固有的商业模式产生很大影响。和淘宝类似，抖音不仅是流量的 卖家， 还极度渴望社交场景。

2019 年抖音与淘宝签订了70 亿元的年度框架协议，其中包括 60 亿元的广告和 10 亿元的佣 金。然而， 当时抖音说数据是不真实的。据悉，2020 年的金额可能在 200 亿左右， 是上一 年的 3 倍。然而， 无论这个数字是真是假，抖音都没有正面回应。

从 2018 年抖音和淘宝合作开始， 似乎就一直处于博弈状态。就在年度框架新一轮合作消息 传出的前几天， 抖音商业内容交易管理平台发布了一则带有巨量星图的通知，称从 8 月 20 日起，平台将对源自第三方电商平台的商品链接，收取直播发货任务平台服务费的 20%。对 于抖店平台的商品链接， 直播发货任务收取 5%的平台服务费。

如果抖音的外链壁垒解除，会不会同时被打破？ 这是否也会损害抖音商业模式的基础？既然 我们相互联系。抖音还需要退还阿里巴巴的流量费吗？

为了产品体验，微信也不想急于实现过度营销。有没有可能合理地拒绝访问一些外部链接？ 因此， 互联互通将是一系列涉及多个平台的底层业务逻辑问题。

微信是一块唐僧肉

腾讯关于工信部整改的首份声明，展现了最大平台的生存欲望。其实微信之所以成为最大的 平台， 与它的去中心化有关。它没有核心业务， 不是电子商务， 也不生产内容。这样，其平 台的中立性在很大程度上得到了保障。没有算法推荐和降权调整， 用户、媒体、自媒体和中 小企业一视同仁。

在这种模式下，集中平台淘宝和抖音相连。其实微信还没准备好。它没有从商家流量中收钱 的商业模式，没有交易佣金， 也没有竞价排名的广告空间。所以在抖音和淘宝眼里，微信就 是免费的唐僧肉。

具体来说， 阿里巴巴可观的收入来自广告竞价和提成，其中推荐广告是一个不断上升的收入 来源。字节通过集中算法控制广告收入。

微信小程序既不收取交易佣金，也不干扰流量，每月将排名商业化，给了商家更多的自主权， 大大降低了商家的运营成本。微信商家数量以 70%左右的速度逐年增长，也成为电商领域一 股如雨后春笋般涌现的力量。

互通之后，像淘宝这样的平台的资源远远超出了中小商家的能力。流量明显向大平台倾斜。 中小商家可以在微信这样的去中心化平台上生存， 在淘宝进场之前面临更大的竞争。

从以往微信和抖音的舆论战来看，微信可能更担心社交关系链被抖音拿走，抖音从态度上对 互通充满期待。

信息治理问题

自全球互联网公司成长以来，大型平台在平台治理上投入了大量精力，这也是平台型公司最 重要的命题之一，关系到生存和合法性。平台治理的主要内容包括用户安全，以及政治和色 情。任何互联网平台都需要建立规则，需要大量的人力和资金来管理和维护。

以字节为例，有专门的安全审计部门，捕捉不安全内容，审计商家的假冒伪劣产品。据了解， 这个安全审计部门的人数高达 1 万到 2 万。在平台治理方面， 字节也在屏蔽“外链”。

今年 4 月在抖音举行的电商大会上，货物跳出外链后， 很难做好检查和管控。用户的许多早 期投诉来自外部链接。“我们也头疼” ，“我们去掉了外链直播， 这是第一个重要原因”。

回到微信， 完全对外链接开放后，也会面临这样的治理难题。届时，微信将充斥着营销信息 甚至欺诈信息， 但平台难以管理。这里最头疼的也会是微信。拥有 12 亿用户的平台面临着 来自四面八方的链接，可想而知，信息管理的难度会增加。

无约束开放的“公地悲剧”

产品本身而言，最终负责的不是用户。用户“对每一寸便利都很满意”，但真正负责的只有平 台本身。如果平台最终不受约束地开放， 最终的结局可能是经济学中的悲剧。

如果微信成为缺乏治理的公共资源，用户离开是因为受不了大规模的营销信息或者遭受欺诈， 最终导致平台失去生命力，走向死亡。

各平台之间的互联和屏蔽应该有具体的参考规则， 而不是互相玩弄然后指责对方不够开放， 更不是掠夺性思维。

工信部提出逐步推进互联互通，也要考虑。在互通前的时间窗口，这一切都要做好充分的准 备。

**53.** 抖音创作者标签

重磅！ 抖音创作者标签来了！快速完成账号定位~

设置创作者标签， 提升内容被推荐给潜在兴趣用户的准确性，创作者打开抖音-点击右下方 我进入个人主页，点击右上角的三横杠按钮进入创作者服务中心，点击创作者标签的设置入 口，赶紧来试一试吧。暂时针对抖音粉丝 3000 以上的创作者开放。

**54.** 抖音热点宝

揭秘： 抖音热点宝 5 大重磅新功能， 赶快学习~

汇集抖音所有热点： 涵盖每日 3000+条热点， 可查询历史所有热点

潜力热点预测： 预测事件热度趋势， 快人一步发现潜力爆款

细分垂类热点： 社会、娱乐、美食等 23 个垂类细分，随心筛选你熟悉的热点领域

热点数据分析： 展示热点实时数据、传播趋势，开启精细化运营之路

抖音官方日历首次公开： 揭秘抖音运营日历， 提前 7~14 日知晓官方活动计划

**55.** 抖音外卖测试

揭秘： 抖音直播间外卖功能开启？快来看看~

最新消息：抖音外卖业务近期有了新的进展。抖音外卖的测试入口位于直播间中，或采用直 播带货的形式， 向用户推荐外卖。值得注意的是， 抖音外卖的入口除了直播间的窗口外，依 旧可以通过小程序进入。目前外卖配送服务由商家提供， 赋予商家在配送上更多的选择权。

**56.** 抖音 **ICP** 备案

揭秘： 抖音 ICP 备案是什么？需要多久？

第一点呢，就是开通抖音小店， 教育培训类目的时候提示大家要提供电信增值经营许可证或 者是 icp 备案，因为这里办理电信经营许可证的时候难度比较大，要求你的注册资金 100 万 以上， 同时，公司执照以及纳税的一些要求等等， 所以呢，大部分都办理 ICP 备案。

后期你的课程想要做付费推广就是开通或者是小店随便推的时候呢，需要提供资质，这里的 资质呢，就是指的 ICP 备案， ICP 备案办理周期是 10 到 14 天。

**57.** 抖音防沉迷

抖音升级防沉迷：14 岁以下实名用户，直接进入青少年模式！

14 岁以下实名用户已全部进入青少年模式，未来新注册的用户也将直接进入。如果是 14 岁 以下实名认证用户， 打开抖音就能发现， 已经在青少年模式中了， 每天只能使用 40 分钟， 每天晚上 10 点至次日 6 点也无法使用。推荐奇有趣的科普实验、博物馆美术馆的展览， 全

国各地的美丽风光、历史知识讲解等等。激发起孩子们对某个领域的兴趣， 看视频的时候也 有所学、有所收获。

**58.** 解析抖音爆款方法论

重磅揭秘： 深度解析抖音爆款方法论！必看~ 抖音作为一款日常活跃度比较高的短视频 APP，已经有很多品牌入驻抖音。同时，品牌的增 加意味着流量成本的增加和交付的不稳定性， 品牌容易陷入残疾状态。面对这样的情况，梳 理平台的相关政策法规， 有利于推动账户变更。从抖音新政策、新玩法、热门案例、抖音高 手发布四个方面进行了剖析。 抖音拥有一个现象级的短视频应用， 日活动量达 6 亿， 明确最新的平台规则政策， 了解热 门视频的内在规律，摸清热门内容播放趋势， 是有效提升品牌广告效果的关键。 抖音发布了哪些新政策？有哪些新热点？ 什么是最热门的案例？哪些优质的抖音高手值得 入手？ 对以上内容进行了深度拆解。

平台政策及趋势

关键词：抖音搜索 每天超过 4 亿的抖音视频搜索，这意味着 6 亿抖音用户中有 60%以上每天都会使用它，近期 搜索功能全面升级，可以说抖音搜索可能会成为下一个流量爆点， 是电商和品牌自营“直通 车”红利的短视频版一定不能错过。本次搜索功能的优化主要体现在： 1) 相关词搜索加强 只要进入用户首页打开视频， 就会有搜索视频顶部的框。大多数情况下，这个搜索框会根据 视频画面、口头内容、复制内容形成搜索推荐词。 2) 包含搜索关键词的更多渠道 在抖音评论区， 当评论内容中出现一些名字时，文字会变成黄色， 并出现搜索在右上角，点 击后会跳转到抖音搜索页面。 3) 新增在线抖音店铺搜索功能 抖音店铺首页新增搜索图表，用户可以通过关键词搜索找到自己需要的商品信息。至于账户 的推荐窗口首页和搜索功能页面，增加了搜索结果分类， 整体页面与淘宝类似。 图片 2.关键词：抖音品牌自播

新增抖音电商自播激励政策和玩法，平台流量将继续向品牌自播倾斜，帮助更多品牌通过持 续自播实现新的增长。

1) 品牌自播激励政策

2021 年 8 月， 抖音电商推出全行业品牌自播激励政策。单个品牌参与成功可获得最高 1 万 元的流量奖励。品牌商户，只要在“购物车直播有效天数” 、“增量自播有效结算 GMV” 、“购 买人数”三个条件下完成相关任务 ，他们可以获得相应的奖励。

2) 品牌自播峰会

抖音每月“品牌自播峰会”充分调动品牌自播积极性，不断优化奖励政策，升级直播亮点，同 时也推动品牌打造自播长线运营能力，助推业务增长。

热门内容和玩法趋势

随着抖音在图文和长视频方面的布局，抖音的内容生态越来越丰富，发现以下玩法趋势：

①玩法趋势： 视频小品文化风潮兴起，“伪书”成为热点。

玩法解读： 以文字形式展示内容，通常以高信息密度的干货形式， 主要使用清单、收藏(但 不同于小红书的纯图形形式) 。在呈现形式上， 采用“伪书”或“备忘录”的视觉感， 将文字打 入书本或备忘录中， 干货满满。 这种玩法行业的适应性更强。美妆、美食、3C 等行业比 较实用，视频制作比较纯，内容输出速度更快。

②玩法趋势： 品牌拟人玩法火爆

“如果品牌/产品会说话”的热点恰逢其时视角赋予品牌和产品新的温度和个性，让冷淡的产 品瞬间活起来， 让人有亲近感。是品牌不能忽视的抖音新方式。

③玩法趋势： 内容扎实、干货十足、节奏欢快的合唱榜开始流行

玩法解读：多人(通常是一男两女)踩到不准确的节奏， 拍拍手和是不是类似 广播体操、 说唱的基本舞蹈动作？合唱？快板？ , 对同一品类或同一需求场景下的产品(通常以红黑 名单为主题方向)进行尖锐评论。

在抖音，商业爆款比日常爆款更难。在一个视频中，如何更好地平衡日常内容和商业广告的 基调， 从而达到粉丝掌声和广告效果的双丰收？在打造抖音商业化热销视频内容方面，还是

有很大优势的。

从视频总时长看：大多商业化爆款视频， 平均时间为 1 ：47，最短仅有 38 秒，最长也没有 超过 3 分钟。

从内容类型上看：没有纯产品种草的爆款视频，剧情成为最大爆款源，占比最大 90%，其中 爱情剧情爆款占比最大为 58%，另外，生活记录 VLOG 类占比同样较高，达 16%。

从广告植入时长看：大多商业化爆款视频的广告植入时间集中在 5-15S 之间，平均植入 10S， 最长的植入没有超过 20S。

**59.** 抖音电商 **APP**

重磅消息： 抖音电商 APP 真的要来了？速看！

字节电商的阶段性成功确实归功于抖音， 但字节很早就涉足电子商务。

2014 年 7 月， 字节跳动旗下今日头条 APP 开通“特卖”渠道，通过导购引导用户在淘宝、苏 宁、唯品会等平台下单。

2017 年 9 月， 今日头条再次推出“放心买”，主打货到付款模式。

2018 年 9 月，字节才正式推出了第一款独立电商 APP 值点。天猫双 11 当年的交易额为 2135 亿，拼多多的年交易额超过 4700 亿。

值点的定位和当时的拼多多差不多。主打物美价廉，工厂货源好，几乎看不到任何标题引流， 所以值点只是昙花一现。

同年，抖音还推出了“抖音店”，并与淘宝达成战略合作。 随着短视频的火爆，淘宝也尝到 了短视频的甜头，直接促成了抖音和淘宝这几年的百亿合作。 正是这种成功的合作，让字 节跳动看到了短视频+直播+电商的模式有着巨大的想象空间，电商希望从今日头条转移到抖 音。

抖音电商

心，也一定要保护自己的身体健康。注意饮食健康，忌吃辛辣食物

字节的战略业务，对于字节跳动来说， 最大的优势就是流量。拥有今日头条、抖音、西瓜、 虾皮十几个流量矩阵。

说到流量变现，大家很容易想到广告。当然， 这是字节收入中非常重要的一部分，但这还够。

经过多年的试错，今日头条的半娱乐半新闻内容对电商变现极为不满意，对广告贡献不大。 但抖音短视频， 因为个性鲜明， 内容输出更直观， 人与人之间的互动链接迅速， 从而形成了 兴趣电商模式。

2019 年 6 月， 抖音成立“直播”部门，成为直播的重要内容阵地。

2020 年 618 年初， 字节跳动正式成立一级事业部，明确命名为“电商”，统筹公司电商在抖 音、今日头条、西瓜等多个内容平台的业务 视频。商业运作。 在字节大力支持电商的情 况下， 抖音电商 2020 年全年 GMV 将突破 5000 亿元，是 2019 年的三倍多， 是拼多多 2020 年 GMV 的 1/3 事实充分证明了抖音电商的成功，但在超过 5000 亿的交易总额中， 只有超过

1000 亿元是通过抖音门店销售的，另外 3000 亿元的交易额 分别跳转到京东、淘宝等第三 方电商平台完成。 如何把抖店的交易比例变成 3000 亿、 5000 亿甚至 1 万亿？ 而且， 电 商业务规模越大，可以反向推动字节电商广告收入的增长，所以抖音成为自己独立的电商公 司势在必行。

图片

抖音要减肥

电商要生娃， 虽然现在基于抖音的直播和短视频电商发展很快， 包括其他一些新的电商 商 业形式。在抖音试试。 但抖音毕竟还是一个内容为主的娱乐平台，先内容后交易。 抖音 不可能是巨无霸，把所有业务都堆在一个 APP 上。抖音现在在同城做团购，旅游，电影票， 住宿， 包括之前报道的抖音外卖，都是和电商有关的。

如果用户打开抖音，观看了 10 个视频，其中8 个是短视频推荐、同城团购广告或直播销售。 你觉得这个时候用户还会继续使用抖音吗？ ? 所以这也是注定的， 无论是抖音做电商， 还是商家在抖音做电商， 都是有天花板的。

利息催生了交易，但利息和交易到了一定的阶段又要权衡利弊，其实微信是最好的情况。除 了使用微信聊天，为什么人们很少在朋友圈上阅读和发帖，因为朋友圈已经变成了广告圈和 营销圈，这就是用户会在这个时候转向短视频平台的原因，同样的道理，如果开通抖音，把 所有产品都卖掉，用户肯定会找到一个新的内容和社交平台。

图片

抖音一定要平衡一下。不仅要追求电商业务的增长，还要注重用户的留存体验。独立的电子 商务应用程序是一种可能性的尝试。

但作为一个独立的电商 APP，抖音绝对不会放弃电商，而是将抖音打造成一个试验场、孵化 器和流量池。某项基于抖音的业务测试成功后，再衍生出来， 独立发展。目前， 专注于抖音 直播、酒店、机票、电影票、同城团购、外卖等电商业务的电商业务， 要么独立开发多个应 用程序或暂时打包在一起一款电商 APP。

其实抖音就是这么做的， 对于其他平台来说也是一个很好的流量防御策略。通过多矩阵、多 服务的策略，整合自身流量。否则， 用户会在没有抖音购物的情况下去其他平台， 但如果字

节捕捉用户的吃、穿、住、行、娱， 整体流量会增加， 因为用户有更多的选择， 再加上现在 强制执行反 ——垄断法。

那么对于字节跳动来说， 抖音作为一个独立的电商 APP 有什么优势呢？

主要有四个方面：

一是流量优势， 字节 APP 矩阵可以引流新的电商应用，从字节开始就一致了。我们经常在 头条上看到广告，包括飞书产品。

二是数据优势。只要用户下载抖音电商 APP ，用户在今日头条、TikTok 等中的浏览和搜索相 关数据就会得到精准匹配和有效推荐。 对于卖家来说， 只要将店铺评分与抖音相关的账号 评分、内容推荐、权限相关联， 就可以有效解决一些产品质量、配送等问题。

三是内容优势。无论是头条还是抖音，已经有大量的内容创作者。只要他们呼吁推荐， 抖音 电子商务应用程序就会在短时间内爆炸。

四是订单优势。目前，抖音电商日均发货量已超过 2000 万单。通过直播电商近三年的发展， 抖音电商也积累了一定的供应链、物流、电商组织、直播基地、产地。 另外， 预测如果抖 音电商 APP 真的上线了， 最初的商家可能是邀请的。 例如，最初在 抖音 上制作的好主播 可能会首先选择质量，路线。

此外， 抖音一直在布局支付相关业务。电子商务发展得越好，头条支付就越好用。 因此， 无论是对于字节还是抖音，抖音电商业务的独立性势在必行。 不过，抖音电商独立后如何 上线， 目标是什么， 目标是谁， 还得等具体发布后再分析。

**60.** 什么是抖音网感

学会抖音网感， 上热门一点都不难！ 速学~

一、多看热点， 想培养网感就一定要知道，什么样的视频能在网络上爆火， 所以我们平时要 多去看热点视频，在抖音直接打开抖音热榜就可以看到当前的热点，只有看得多了，才慢慢 知道， 什么样的视频能在抖音上火了。

二、学会拆解，一定要去简单分析一下这条视频，为什么会火，如果是想培养抖音网感的话， 就需要去分析一下这条视频是如何不断的吸引我们能够一直看完，并且还能激发观众点赞， 评论的欲望，那么只要分析的视频越多，不仅仅是具备了基本的网感， 而且还能够知道抖音 到底该怎么创作了， 所以大家在做抖音的时候，一定要好好的分析视频，拆解视频，才能不 断的提升内容创作水平。

**61.** 抖音搜索流量

重磅干货！ 学会这几点， 轻松搞定抖音搜索流量~

如果你是 85 后、 90 后、 95 后、 00 后出生的你， 有没有发现自己的搜索习惯逐渐转变为使

用抖音、快手、知乎？百度搜索不再像以前那样频繁使用。

你买了一部新手机， 你安装的第一个 APP 变成了微信、抖音、快手、微博、淘宝……而手机 百度和百度贴吧已经不是第一批安装的 APP 了。且抖音已经实现了“内循环”的内容，可以自 产内容，无需从抖音以外的平台上抓取东西。

01

如何获客

①推荐页面视频流量：

系统根据创作者输出的视频内容和账号的标签和权重，分配自然流量，并根据交互数据反馈 的质量，推送逐层流来判断视频是否可以推荐。就是人们常说的流行， 让大量的目标客户看 到自己，联系自己， 获得销售线索。

图片

②关注页面粉丝流量：

通过持续输出，打造优质内容， 吸引对此类内容感兴趣的人，吸引他们的注意力， 从而圈， 长期发送相关内容， 打造个性人设。加强粉丝的信任， 激发他们的购买欲望，从而达到客户 变现的目的。

③搜索页面搜索流量：

用户主动搜索行为， 在抖音放大镜中输入您的需求，搜索优质、排名靠前的内容， 点击进入 首页对比，最后选出最有趣的内容，留个小红心和评论。最后主动咨询账号的创建者或企业 主， 留下线索。搜索行为更是一种强烈的需求。用户首先有需求， 经过筛选，与创作者或企 业主进行第一次对话。那么这种线索一定要交给后端销售，质量一定要好一些。对于高质量， 转换周期将变得更短。

02

抖音搜索布局技巧

抖音搜索应该如何布局？ 这个应该从抖音放大镜门户研究。您现在可以打开抖音搜索门户 来搜索您想查看的关键字。系统默认的搜索排序一般是综合排序并且不限时间， 如果想从 0 到 1 布局搜索流量，那这几个点不容忽视：

①热门话题标签， 包含关键词

比如： 你是卖口红的， 那么#口红#就是你要打的话题。热度话题的标签很重要， 用户搜索想 要的内容， 你打了这个标签，那用户一定会搜索到你~ =

2. 发布视频的标题有产品关键词

继续例子：你是卖口红的，那么你的标题中必须出现口红关键词，你的视频内容是关于阿玛 尼 416 试色的。关键词“阿玛尼 416”将出现在您的标题中。主要是将标签细节化， 这样搜索 #口红#阿玛尼 416 这样的关键词，你都可以展现到用户面前！ 3. 视频封面、字幕、音频都应该展现关键词

另一个例子：你是卖口红的， 那么你的封面中必须出现口红，阿玛尼 416 关键词。系统在筛 选视频的时候，会在视频左上角出现“阿玛尼 416”字样， 说明这条视频的字幕或者是封面或 者是音频里出现了这个关键词。同样也提升了你的展现入口！ =抖音搜索广告具有更大的信息量和更强的传播能力；与抖音的个性化推荐相比，搜索是用 户对信息的积极获取以及更高的接收度且准确度会更高。只需要根据用户的痛点逐步进行设 计标签等，提升用户准确的搜索到我们的视频，掌握了抖音搜索的流量密码，后续也要持续 输出优质的内容！

**62.** 抖音新流量密码

从“沉浸式”到“咆哮式”：造梗、追梗成为新流量密码？

对于“沉浸式”的内容，想必经历了一个多月的视频洗礼，大部分用户已经不再陌生。所谓“沉 浸”，就是利用人们的感官和认知体验，为参与者营造一种身临其境的参与氛围，从而加倍 展示效果。

在抖音中搜索关键词“沉浸式”，可以在大量的话题模块中看到“沉浸式”的内容。其中， 观看 次数最多的是“沉浸式化妆”，其次是“沉浸式护肤” 、“沉浸式穿搭” 、“沉浸式凡尔赛”等，均 获得了数亿浏览量。 在“沉浸式”内容铺天盖地、占领生活方方面面的同时，另一个与其表 达相反的“咆哮”话题悄然走红， 连续三天霸占抖音热榜。

与“沉浸式”内容相比，内容的本质是在安静的环境中，尽可能排除用户对感兴趣内容的其他 干扰，吸引用户更加“沉浸”地观看内容创作者想要表达； “咆哮”的风格内容寓意好笑， 主 要通过咆哮的台词和夸张的表情来激起用户的笑点，并带内容出圈。

“咆哮”的内容为什么会流行？

在抖音中搜索关键词“咆哮”，我们还可以找到大量的话题模块，涵盖：化妆、护肤、卸妆、 吃饭、穿衣、吵架、恋爱等，其中浏览量最高的是 还是“咆哮式化妆”。

我们一起来追查一下“咆哮”内容的来源吧。8 月 16 日，时尚达人@胡楚靓发布视频宣传“吐 槽”沉浸式，并创建了新话题，其中“让风暴来得更猛烈”这句台词与之相呼应。胡楚良惯用 夸张的画风表现，刻意营造音效(如用 b-box 模仿沉浸式化妆声，用快板弹妆盘，用口红当 笛子等)， 展现出别样的喜剧效果 ，视频的点赞数迅速突破 170 万。 视频发布后，很多

创作者纷纷效仿。

8 月 18 日，闫智仁@李予诺加入话题挑战。在保留原梗“用快板做化妆盒”打造音效的基础上， 妈妈说“天哪， 你吓死我了”画外音，也带动了不少人加入话题创作， 同时，围绕“吓妈”梗， #Ranging 式彩妆也衍生出半夜版、逼疯男友、办公室版、疯狂同事等“新梗”。更多人也加入 了咆哮体创作梯队， 进一步将话题带出圈子。

目前这个话题的视频播放量已经超过 3 亿次，不仅美妆达人加入了创意赛道，更多的垂直人 才也积极参与。

不遵循常识的内容为何流行？

1.视频本身有极强的代入性。

从拍摄环境来看，可以看到： 沉浸式创作，大多数人都选择在安静的环境中拍摄， 这样可以 消除噪音干扰，让用户在专注于内容本身的同时 放大在后续的视觉和听觉刺激下， 用户也 更容易跟随创作者的镜头和语言进入内容，随着内容的推进，走向创作者预设的场景，从而 产生共鸣和互动。

但不同的是，由于表现手法上的明显差异，一个强调“优雅”，一个强调“狂躁”，用户的感官 体验完全不同。因此，“授予方式”发生了变化。 “内容也能很好的处理之前的视频流量，延 续内容的热度。

2.带给用户极好的舒压体验。

在沉浸式化妆视频中，我们看到的人往往只是在镜头前静静地化妆。没有 BGM 或旁白。你 只能听到盖子打开， 多余化妆品喷出，以及工具摩擦皮肤的声音。等待原声带， 但恰恰是这 种简单的表情和流畅的妆容展示，能给人一种平和治愈的感觉，吸引了更多的用户观看和讨 论。

另一方面，在咆哮的视频中，虽然表情和动作极其夸张， 但他们却是一致的：可以个性化， 给用户极致的“清爽感”和 缓解压力的体验。不要忘记，用户观看短视频的核心动机是获得 轻松和娱乐，这一点从未改变。

3.都具有极强的话题效应，能够吸引用户

正如“追随者效应”中提到的： 为了让内容成为趋势或引流，第一追随者的作用往往比发起者 的作用更重要， 而如果把这种效果应用到抖音创作领域， 就是我们看到的话题和挑战。

一个好话题的核心是嵌入各种可以激发用户低门槛创作的动机， 吸引用户自发参与和传播， 毫无疑问， 无论是#沉浸式还是#咆哮式的话题，都为用户留下了足够的表达空间， 极大满足 了用户的表达需求，有趣的表达体验也可以唤起他们内心的分享热情，通过话题带来更多的

关注和热情。

从话题核心的涨粉数据， 不难得出结论： 造梗、追梗虽能为达人建立一定的涨粉势能， 但并 不具有持续性，尤其是对于那些不能在黄金时间内追梗，且在追梗内容毫无创新、创意的创 作者而言，盲目追梗更是多此一举—— 不仅得不到流量眷顾，甚至有可能会因同质化的内容 创作引发用户的反感，带来脱粉的风险。除了跟风创作， 打造自有内容深度、回归优质内容 创作本身更重要。

**63.** 如何快速吸粉

短视频内卷的时代， 如何才能快速吸粉？

从 2018 年开始，越来越多的人进驻短视频平台，这让短视频平台的竞争瞬间白热化。到 2019 年，短视频 APP 的安装量和使用时长仅次于社交通讯类软件， 位居第二。越来越多的人习 惯在茶余饭后通过短视频消磨自己碎片化的时间，面对互联网时代带来的未知与变化，有些 人选择观望，有些人则紧紧占据风口，抓住了稍纵即逝的机遇。

很多刚进入短视频行业的人，在搞不清楚短视频的核心是什么的前提下，会花费大量的资金 去采购最好的设备， 请最专业的的演员，服装道具更是准备的无比细致；最后拍出来的视频 点赞却少的可怜，吸粉的成本真可谓是高到离谱， 做到最后也不知道到底是哪出了问题，于 是逐渐有人开始觉得短视频不能做了。

其实， 并不是短视频不能做了， 而是创作者水平参差不齐、账号之间竞相模仿、爆款内容被 翻拍等助推短视频走向了内容同质化的怪圈。作为用户来说，天天看到的视频都是差不多的， 即使在拍摄手法上略有不同， 但也仅仅如此，并没有什么差异化，所以便失去了点赞关注的 热情。

对于短视频原创作者来说，也逐渐失去信心，模仿翻拍者更难以为继。而要如何摆脱内容同 质化的魔咒，打造属于自身的爆款视频，在激烈的竞争中脱颖而出呢？ 有趣有价值的内容以 及差异化的人设，这两个点将成为创作者破局的关键。

一、做短视频， 该怎样去选择内容？

不同的人群感兴趣的内容是不同的，对内容的需要也是不同的，我们做短视频归根到底还是 想要给目标用户观看，所以在定位内容之前， 我们得先明白， 用户喜欢什么样的内容？

首先是利他性的作品，也就是对用户有价值的内容，主要包含以下四个方面：

1. 增长知识， 获得好处

用户能够从你的内容当中获得好处，或者是增长知识的，简单来说就是思考自己所处的行业、 或产品能给用户什么样的好处。

比如说美容行业：如果脸上出现以下症状……

比如说装修行业：帮你打造一个温暖舒适的家…… 2. 降低生活成本， 提高生活质量 举一个例子，比如说原本一套服装要花 1000 元，但是在这个账号上购买， 能帮你省下 500 元，这就是降低成本。除了省钱之外，省下大量的时间成本、人力成本，都算是降低成本。

比如装修行业： 牢记这 8 点，帮你省下 8 成的冤枉钱…… 3. 情感共鸣， 兴趣相投 说白了就是说到用户的心坎儿里去，这里不是去放大用户的痛点，而是要学会去迎合用户的 感受。

什么是迎合？按照我的理解， 可能就是他说什么、怎么想的，我们选择内容的时候就迎合着 来，说出他的想法， 说出他的委屈就行。

4. 解决问题， 激发痛点

这个就更好理解了， 我直接就能给大家举几个例子：

“同样是大学毕业， 为何他已经拿到了百万年薪”；

“二十八岁，终于拥有了一套属于自己的小家”；

“房产交付担心质量不过关？验房学会这几招， 不用担心被骗！ ”……

=

二、如何打造差异化人设，让账号有独特记忆点

想要玩转短视频，人设很重要， 精准的内容定位， 独特的人设可以加深粉丝的印象、提高粉 丝对内容的宽容度、提高账号辨识度、持续吸粉， 提升影响力。

那么应该如何打造差异化、强记忆、涨粉快的短视频人设定位？

1.SWOT 分析法快速定位

我们可以套用 SWOT 这个定位分析公式，来找到自己擅长的事情，从而给账号做出合理的定 位。 SWOT 每一个字母代表一个判断指标，S-优势， W-劣势， O-机会， T-威胁。

S-优势：找到自己的特长，表演？ 做菜？搞笑？ 讲段子？你在哪一方面有深厚的功底？你能 不能长期坚持讲段子？这件事能决定你定位的大方向。

W-劣势： 发现自己的劣势， 然后去避免在短视频创作中展现这种劣势，或者巧妙地让劣势 变成你的特色标签。

O-机会：抖音每天都会有热门话题，其他平台的热点话题也常常会在抖音发酵， 及时抓住热 点发视频， 就是抓住上热门的机会。

T-威胁：找到自己擅长的事以后，分析同领域账号的特点，避免和大家重复，体现差异化，

才能让人有记忆点。

2. 反差定位法

用反差来提升账号记忆点，通过年龄、性格、行为等反差设定账号定位， 让用户产生差异感 和惊艳感。

①.年龄反差

例如： “只穿高跟鞋的汪奶奶”，在大众眼里 80 岁的人，我们第一反应是老、皱纹、没精神 等，这些都是我们对年龄的固有印象。

但是汪奶奶在她的视频中体现的却是，穿着高跟鞋、画着精致妆容，打扮犹如少女一样，温 柔优雅的样子， 让人完全不敢相信这是一个 80 岁的老奶奶。

②.性别反差

性别反差在短视频平台上比较多，以男扮女装为主，有非常鲜明的记忆点，极大程度地提升 了提升用户对账号人设的印象。

对男生，我们的传统印象是，霸气， 阳刚，有力量，但抖音上的短视频达人不走寻常路。

例如：“毛光光”，第一眼看到他的扮相，很难看出这是一个男生。不论是柜姐，还是贵妇人， 扮什么像什么， 举手投足间都是风情，让人想不记住都难。

③观念反差

观念反差， 就是你呈现的观点与人们的常规想法完全不一样。

比如男女朋友之间， 女生在每一件事情上都表现出超乎寻常的懂事，反转是男生表达，我希 望你在遇到任何问题，第一时间想到让我帮助你， 而不是委屈自己假装“我可以”。

例如：抖音上“管叔”，以夸张揉头发的独特方式打造的贴心伴侣人设，普遍男生都希望自己 的女生是懂事、乖巧的时候， 他反之希望女生能够作一些，这种讨巧的方式，使得其在抖音 上很受女性欢迎。

④.典故定位法

典故定位法，就是用传说中的人物来给自己做定位。

例如：抖音达人“孟婆十九”，以孟婆作为“上帝视角”讲故事， 表达人与人之间的真情冷暖。 教你如何谈恋爱了， 看到困难的痴男怨女们， 他们忽视的一面，和被忽视的真相， 告诉你应 该如何关心，体贴彼此。

由于现阶段短视频平台在内容、定位和策略等方面的差异性都不大，难免陷入同质化泥沼。 而在这种条件下竞争，对于创作者而言， 坚持原创，从日常生活的多个侧面寻找素材， 打造 具有鲜明记忆点的人设账号， 是走出内容同质化怪圈， 脱颖而出的有效方式。否则很难在千 军万马过独木桥的情况下存活下来。

**64.** 腾讯视频起诉抖音

重磅： 抖音影视剪辑要凉了？腾讯视频起诉抖音侵权！

由于热播剧《反黑风暴》未经授权被抖音创作者移交和剪切，腾讯视频最近起诉了北京知识 产权法院以侵犯版权和不正当竞争为由提起诉讼。合作要求抖音为该剧策划热点话题和其他 运营活动， 并及时处理了腾讯对本剧的投诉， 并将根据具体情况积极回应腾讯起诉。

腾讯视频要求抖音删除，过滤和拦截平台上的侵权“扫黑风暴”的视频，并停止通过抖声传播 涉案的侵权视频谋取不正当利益的行为。起诉书显示， 腾讯视频发现自开播日当晚以来，在 抖音上继续有大量未经授权直接转移和切割某集“反黑风暴”或部分侵权的视频。其中很多以 集合的形式上传。

同时，相关主题有 3.9 万个视频，播放量高达 12.1 亿次。其中，抖音还设置了“相关的搜索” 功能， 推荐诸如“反黑风暴融合”之类的标签， 然后单击以观看有关“反黑风暴”。其中， 侵权 合集包含数十种剪切视频，播放量高达一百万，个别综合收集的播出次数甚至超过 2000 万。

自发现侵权行为继续发出侵权通知信以来，但博文并未在腾讯录像带发函后 12 小时内删除 侵权视频， 也没有采取有效措施禁止用户上传侵权视频， 而是通过设置列表，相关搜索，关 键字联想等手段来促进侵权视频的迅速传播到微博平台上。

腾讯视频表示，在没有支付版权费用的情况下，抖音通过巨额投资享受合法权益的腾讯视频 的热播剧内容获得了用户关注度，增加用户的数量和平台流量以及增加广告曝光并获得非法 商业收入。

在这种背景下， 腾讯视频向抖音索赔经济损失和维权支出共计 1 亿元人民币。抖音方面称， 此前《扫黑风暴》已经与抖音建立了合作关系，“反腐败风暴”此前已与抖音建立了合作关系， 并与腾讯合作承办了该戏剧。第三方在抖音上开设了一个官方账号，发表 80 幅作品获得了 近千万赞誉，仍在更新中。针对腾讯视频起诉抖音侵犯“反犯罪风暴”的请求，有关律师事务 负责人回应：他尚未收到法院的通知。

没有用户， 就没有会员服务， 也不会有广告收入。长视频平台的广告模式以片头、片尾的贴 片广告和植入广告为主，这些广告都要求观众必须点开剧才能看到。但短视频平台没有贴片 广告，只有信息流广告和创作者植入作品的广告， 对用户来说要好接受得多，而且更有选择 看与不看的权利。

那么， 如果能够不花钱也不看广告就在短视频平台找到影视剧的替代品，这对于观众的诱惑 力就太大了，对长视频平台两项核心业务的打击也太强了。腾讯视频过去 3 年投入 500 亿， 都是“为他人作嫁衣裳”了。经历了疫情的洗礼，长视频平台的现金流更加脆弱， 与短视频平 台的用户争夺战也更加剑拔弩张。

在这之前，腾讯已经先后诉讼过字节跳动旗下今日头条对其文字版权内容的侵权和抖音、火 山小视频等对其音乐版权内容的侵权。但相比文章和音乐，围绕游戏版权的定义有更多争议。

到了影视剧集领域， 虽然此前已经有多场声势浩大的隔空骂战，但对簿公堂却是首次。如果 在《扫黑风暴》相关诉讼中， 法官作出有利于腾讯的判决，那么字节跳动很可能会重演游戏 之争的故事。不过需要清楚的是，拥有更健康现金流的短视频平台既不那么依赖专业自制内 容， 又完全可以跟着自己的节奏少量多次地买入版权或者自制内容。可以预见， 盗版不会成 为短视频平台永远的软肋，留给长视频的出拳时机也不会一直存在。

对于腾讯来说，版权狙击战是必要的，但不会一直是有效的。而对于在自制内容上都尚未整 出真正爆款的字节跳动来说， 在对手的版权之鞭抽打下， 或许要跑得更快一些才行了。《扫 黑风暴》如何判决会关系到未来很长一段时间里短视频平台在这类问题上的话语权。谁能掌 握好内容， 谁就掌握主动权。

**65.** 再造“大众点评”

抖音再造“大众点评”？探店达人能否担此重任？

当下， 越来越多商家平台开始布局本地生活。抖音也不例外， 通过达人探店、内容

分享等途径，抖音也在发力经营本地生活。商家零入驻费，探店达人流量扶持无上限， 抖音 杀入本地生活领域， 这让大众点评抖三抖。但是， 耕耘了 20 年的大众点评， 会被抖音轻易 撼动根基吗？一场本地生活大战，开始抢造“网红餐厅”。

抖音布局本地化生活业务已久。

2018 年， 抖音组建 POI (兴趣点) 团队， 上线基于 LBS 地理位置的生活服务功能， 开始抖音 本地化布局的第一步。随后两年间， 抖音陆续上线抖店、企业号， 推出餐饮扶持计划， 但一 直不温不火。

2020 年开始，抖音加速在“本地生活”的探索，推出了一系列动作计划，并想要对标美团， 瓜分本地化市场份额。

· 2020 年 3 月， 企业号升级，推出团购功能

· 2020 年 6 月， 星图平台上线达人探店任务

· 2020 年 7 月， 企业号页面上线酒店预订、门票预订按

· 2020 年 9 月， 抖音企业号数量突破 500 万

· 2020 年 10 月，抖音推出#我和我的家乡活动，鼓励用户添加 POI 定位拍摄内容· 2020 年 11 月，推出#心动餐厅活动，活动覆盖 6 大城市，入围共计 600 余餐饮类商户

· 2020 年 12 月，推出#城市大玩家活动， 鼓励用户拍摄各类探店视频

到 2021 年 1 月，再增加一万名员工至“本地直营业务中心”，围绕生活服务、文化旅游和餐 饮等行业进行客户挖掘。据悉， 新的本地生活业务近期已出现在抖音上。

毫无疑问， 2021 ，抖音加码本地生活已成定局。

图片

抖音本在同城流量大幅倾斜

2021 年 1 月份以后爆掉的短视频同城流量占比会增大，如果添加了同城定位，初始推荐流 量几乎一半都来自同城推荐。

但实际上， 抖音同城号的流量分配有多少呢？ 抖音同城号除了有自然流量之外， 还会有 500 的推荐流量。很显然，抖音对同城流量有所倾斜， 这种重视程度不言而喻， 早布局可以早吃 肉。

2021 年 2 月底，抖音推出 "优惠团购 "和 "人气榜 "功能， 涉及北上广深等热门城市。

随后在 6 月中旬， 抖音在上海召开了首届线下达人赋能启动大会， 以“商家多！商单多！ 网 红少， 号根本不够用”的口号招募探店达人。

抖音张开双臂欢迎购物者的背后，是对探店短视频的渴求。

虽然手握 6 亿日活，但抖音本质上是一个平台而非内容创作者，如何引导内容输出，建立针 对大众点评的点评内容生态，是地推之外的新挑战。

巨头的新需求在创作者眼中意味着新的机会。目前，短视频的竞争已经进入白热化，借着抖 音本地化布局的趋势，在门店探索的范畴里， 会不会出现新的 KOL？

谁在抖音创作探店视频

根据最新的抖音探店团名单显示，该平台目前已经招收了 6207 名探官。

对于探官的定义，抖音方面解释称， 拥有超过 1 万名粉丝且符合内容要求的达人。

这份榜单中不缺一些熟悉的身影。

比如“浪胃仙” 、“密子君”等前大胃王吃播达人， 去年 8 月吃播禁令发布后， 不少大胃王博主 开始尝试转型， 探店成为他们选择的热门赛道之一。同时榜单也涵盖“大 LOGO 吃遍中国”、 “特别乌啦啦”等美食探店达人。

除了常见的美食达人，探店团榜单中还出现了一些新鲜的面孔。比如将美食与剧情结合的“娘 娘开饭啦”，以及具有地域特征的“苏州城记” 、“六六吃垮深圳”等。

不管展现形式如何，探店视频必不可少的是底部的店铺定位，点击即可进入该店铺的详情页。

抖音能否借探店撬动本地市场

根据相关数据显示，本地生活服务市场规模将从 2020 年的19.5 万亿元增长到 2025 年的 35.3 万亿元。

本地生活服务的在线渗透率将从 2020 年的 24.3%提高到 2025 年的 30.8%。

这是一块任何互联网巨头都无法忽视的蛋糕， 也是抖音近期频频向本地化市场发力的原因。 图片

坐拥汪洋流量是抖音领先于其他平台的独特优势，所以也吸引了众多达人加入。但在内容种 草和优惠券购买之间，存在着天然的跨越性。

一般来说， 当用户有特定需求时，他们会在公共评论中寻找商店并购买优惠券。然而， 抖音 根据用户的浏览情况分析偏好，并进一步进行信息流推荐，此时用户的需求并不确定。这与 抖音基于兴趣的电商概念类似， 主动帮助用户发现其潜在需求。

与图文相比，视频形式往往更加直观和具体。但商家本身并不具备制作内容的能力，这时候 需要抖音平台、达人创作们下场改善生态。

这种熟悉的操作让人想起去年 9 月淘宝发力短视频期间， 要求商家每个月向淘宝投放 100 条短视频。

对于淘宝商家来说， 他们不可能放弃这个根深蒂固的主战场，所以大多选择了合作。然而本 地化商家们有更多选择， 大众点评、美团在前，转战抖音本身具有一定的风险。

面对短视频的冲击， 大众点评的评论区里不乏视频探店内容，抖音本地化布局动作，对于商 家来说不失一个合适的入局契机。

抖音、快手、视频号，短视频全方位对比 ！

短视频内卷的时代， 如何才能快速吸粉？

**66.** 新私域商业化

重磅分享！ 抖音新私域开启全面商业化时代

7 月 27 日， 巨量引擎在北京举办了抖音企业号产品发布会，首次提出以强获客、正循环、 高效率为特征的“抖音私域”概念。

本次发布会正式发布抖音私域的解决方案——抖音企业号 2.0 ，聚焦用户沉淀、流量反哺、 高效触达、智慧经营，为企业实现以粉丝为核心的私域经营。

抖音全面商业化时代正式开始

在“流量——生意”的模式中，抖音私域将充分挖掘粉丝的力量， 实现更高效的转化。这次产 品改版的核心就是四个字”私域流量“。说白了，就是以后在抖音上面花钱买流量可以重复用 好几次，不用在抖音微信倒来倒去，抖音直接把工具给到大家，让大家可以更多的去控制免 费流量。

而这次的变化，每一个做生意的人都要点赞收藏， 并且看完；因为这有可能是抖音重构商业 模式的开始，就像当年百度排名、淘宝电商、微信微商一样， 抖音将重新改变生意的方式。

首先这次平台给的定义是：抖音给生意的新增量，有三个关键词，强获客、正循环、高效率。 另外， 流媒体营销已经影响到所有的生意，这是每个人和企业未来都需要必备的一种基本技 能。

那么， 私域流量对应公域流量而言， 是可以多次重复触达，它是可以和粉丝去建立联系，最 重要的是免费，这个流量获得来之后是不要钱了； 简单的来说，这就是未来你在抖音上面只 需要花一次钱去买流量， 然后可以重复多次使用， 这就是私域流量的运营。下面这张表一张 表是未来抖音流量怎么玩的一个全息图， 大家一定要保存下来。

产品功能的改变

第一， 从现在开始， 抖音可以玩裂变增长，也就是说， 只要你有种子用户， 设置好裂变的机 制，就能够快速低成本地获得更多的流量，就和以前微信朋友圈海报裂变一样。

第二，会给用户开放订阅号的功能，也就是说，我们可以主动给关注我们的那些粉丝发消息 了，可以去发图文、视频、优惠券和商品等等。

第三， 可以去拉群发红包了， 还可以跟群友去一起看视频，一起唱歌， 完完全全的把线下聚 会的场景抖音关，这就是抱团取暖看热闹，非常有效。

第四， 给到你的粉丝进行标签化，基于短视频和直播，可以给到你 CRM 的客户管理系统工 具给你，对于像食品百货、母婴护肤、美妆等等， 用户决策周期短的， 对于活动， 对于价格 敏感的一些粉丝，可以直接多次反复的触达来种草，然后直接通过直播就转化掉，再让这些 人去裂变拉新， 再去转化。

对于像餐饮、美容美发、休闲娱乐、运动养生之类的线上化程度低的一些品类需要到店体验 转化的，可以通过团购工具优惠券工具、小程序功能等等引导在线种草，加速口碑的传播， 再促进他们到店体验进行转换。

对于像 3C 数码、潮玩珠宝、住宿，教育， 金融保险，传统行业商务拓展，加强用户对于品 牌的认知和熟悉。对潜在客户进行持续的种草，增强他们线上的预约咨询和资料的获取。

那对于像房地产、汽车、家居、装修、建材、物流等等之类的行业， 也可以通过私域来提升 粉丝对于企业的信任度， 让客户留下联系方式，再进行转化成交，每一个不同的行业有不同 的玩法。

抖音企业号 2.0 将成为企业商家在抖音做生意的一站式平台，借助抖音私域经营新理念、新 方法和新政策， 能够帮助企业在抖音深化粉丝经营，收获商业价值的持续增长。

**67.** 发力“兴趣电商”

重磅！ 抖音发力“兴趣电商”，会不会改变现有的电商格局？

2021 年 4 月， 抖音电商在其首届生态大会上提出“兴趣电商”的概念。抖音电商对其内涵的 阐释是：“兴趣电商是一种基于用户对美好生活的向往，主动帮助消费者发现潜在购物兴趣， 提升生活品质的电商。”

与传统货架式电商不同， 抖音电商所倡导的兴趣电商， 强调对用户潜在需求的发掘，通过推 荐技术高效匹配供需双方达成交易， 而不是追求做大而全的货架式电商。

货架式电商：通常指传统电商形式， 电商页面以商品的分类陈列展示为主。

一、现在进军电商， 还有机会吗？

电商行业看似被几大巨头牢牢把持，但实际上巨头们依然面临激烈的竞争。新进入者凭借创 新的技术或商业模式，依然可以打破现有格局。

电商网站属于双边市场。双边市场有两大特征。一是， 双边市场存在交叉的网络外部性。即 市场中一方的用户数量和交易量，会影响另一方的用户数量和交易量。如果一个平台吸引了 大量的用户或厂商， 那么会吸引更多用户或厂商的加入， 反之亦然。二是价格的不对称性。 任一方价格的变动， 都会导致另一方交易行为的变化。

无论商家或是用户， 转移到新的电商平台均不需要太高的转移成本。因此，一旦有新进入者 采用补贴，或者效率更高的交易撮合模式，就会吸引大量买方用户加入，进而强化平台对卖 家的吸引力。

从电商行业的产业规模看，我国电商交易规模逐年递增，但增量开始放缓，网购用户规模增 量放缓趋势更加明显。电商行业正逐渐从增量市场向存量市场演变。

我国电商产业规模

因此， 如何更加有效的获取用户，并维持用户活跃度，是电商平台首先要面对的问题。

从双边市场的底层逻辑看，新进入企业要获得竞争优势，有两个选择：一是，提供高额补贴， 吸引价格敏感型用户；二是，提供更高效的交易撮合方式，营造差异化的购物体验。

抖音电商选择的是第二条路径。

二、兴趣电商的底层逻辑

货架电商的痛点，是兴趣电商的机会。

货架式电商， 通过打“标签”的方式对用户的兴趣进行标注， 强调实现“人” 、“货”匹配。但货 架式电商的对用户行为的分析，仅能通过用户购买的商品的特征来判断，数据来源相对单一。 并且用户在购买产品之后，如果其消费偏好发生了变化，在其下次购买行为发生之前，货架 电商很难获得相关的数据，并进行相应的推荐工作。

而兴趣电商，正是瞄准了货架电商的这一痛点，进行了精准的迭代升级。 兴趣电商将关注点放在： 发现用户的潜在需求，把商品推荐给感兴趣的人。

苹果公司创始人，乔布斯有一句名言： “消费者并不知道自己需要什么，直到我们拿出自己 的产品，他们就发现，这是我要的东西。 ”

乔布斯的这句名言， 常常被解读为，用户的需求是被创造出来的。商家可以不必理会用户， 只要凭借自己的“聪明才智”，就可以创造出一个令用户惊叫的产品。

显然这是一个误读。经济学理论认为，需求不能被创造，所谓的“创造”需求，只是发现了消 费者的潜在需求。

拥有海量短视频资源的抖音，具有先天的优势。

根据抖音发布的数据显示，截至 2020 年 8 月， 抖音日活跃用户达到 6 亿； 截至 2020 年 12 月，抖音日均视频搜索超过 4 亿次。

海量的短视频，能够更加精准和快速的捕获用户的兴趣点。用户在抖音上每观看一个视频， 都可以丰富用户的“标签”，这是货架式电商难以具备的优势。

中国社会科学院，经济与科技社会学研究室主任吕鹏认为，抖音做电商，是抖音生态的自然 延伸。抖音电商的最大优势，是通过“前台”的优秀视觉化内容创作和“中台”的精准数据科技， 把原本一些处在“后台”的沉默消费力量唤醒了。这反过来对于提供更符合消费者需求的产品、 加速产业链的发展， 都有重要的意义，给消费侧带来了值得期待的新空间。

由于交易成本的存在，买家和卖家需要克服层层信息差， 才能达成交易。互联网的出现，电 商平台可以使买卖双方可突破地理界限，利用网络平台达成快速的交易，大大降低了交易成 本。

货架电商是基于浏览和搜索的选择机制，而兴趣电商， 则进一步强化了兴趣推荐的机制，减 少用户的搜索行为， 进一步提高了买卖双方的撮合效率， 降低了交易成本。

抖音的兴趣电商是基于视频直播和内容创作的形式，抖音电商总裁康泽宇强调，兴趣电商的 核心是，主动帮助用户发现他潜在的需求。

三、消费结构的变迁，孕育新的电商蓝海

兴趣电商能够发展的另一个基础，是消费者消费习惯的变迁。

抖音发力兴趣电商，重要的原因是行业趋势的到来。如今用户的消费结构正在发生升级和变 化。回顾过去， 在物质尚不丰富的时代， 消费者去商场会直奔目标，购买所需要的商品。而 当物质充裕之后，消费者去商场的行为，就变成了“逛商场”，从海量的商品中，挑选自己喜 欢的购买， 甚至很多商品在一开始， 并没有购买的打算。

这个道理同样也适用于电商领域，货架式电商目录式的展示页面，更像过去的购买形式，用 户大多通过搜索来购买。而兴趣电商则是基于内容的推荐形式，用户边浏览视频，边进行购 买，更容易发现自己的兴趣点。

四、兴趣电商是不是趋势？

要回答这个问题，一定不能简单地从定义本身和文字拆解的维度去寻求答案，而是要从整体 商业的演变以及需求的变迁去看待背后的底层逻辑。

回顾过去， 我们大体可以将“市场主导”分为四个阶段， 即：工厂主导， 品牌主导， 渠道主导 和消费主导。

工厂主导，时间大概在改革开放后，彼时还处于物质匮乏期，商品供应稀缺。当时的市场， 只要有产品就可以。大量涌现出的商品，主要是以满足人们的基础需求为主，对商品的诉求 也很简单， 有没有， 耐用不耐用，贵不贵等。

2000 年后，进入到品牌主导时代，商品供应逐渐丰富，人们对商品的需求，开始逐步从基 础需求到功能性需求满足。商品的功能属性、设计、安全性之外，品牌的形象价值和其所代 表的文化、信任度， 甚至代言人的形象等，成为了消费选择的关键因素。

到了 2010 年， 零售业态开始进入到多线发展的状态，典型的如线下的连锁 KA 卖场、单体 大超、连锁便利店， 线上的电商平台。商品不再是问题， 问题是商品如何高效地与消费者见 面，触达到消费者。

因此， 零售业态的丰富， 实际是在帮消费者做选择。无论是线下的门店，还是线上的电商， 不是再给消费者做无限多的选择，而是帮助用户做筛选。当用户有了主动需求或目标商品后， 去商场去电商， 根据自己的判断，选择自己所属的商品。

到了今天， 2020 年后。好产品多了， 获取好产品的渠道也多了，消费者自己所需要的， 该 有都有。下一步是什么？

回到需求的源头，消费者对生活更好更美更愉悦的追求，从没有止境。每个人都希望让自己 的生活更好，这也是马斯洛需求层次理论中的最高级— 自我实现需求。

回到抖音提出的“兴趣电商”，基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升生 活品质的电商。这与当下的消费市场和消费心态， 不谋而合。

近几年，我们都在提消费升级。消费升级是什么， 我们认为不是统一划齐的高价高品高质， 也不是一味追求低价，消费萎缩。而是怀揣着不同需求的各类人群，在各种场景下，都可以 获得更好的产品，更好的服务， 以及更加令人愉悦的体验。

当然， 四种主导形态的并不是完全的更迭和取代， 事实上，更迭的边界并不是那么明显。尤 其是在后三种时代， 品牌主导、渠道主导和消费主导三种的结合与合理平衡，可能是兴趣电 商“升级”的方向。

但我们可以肯定的是，消费主导时代，消费者第一次站在中心，基于自己对生活的向往，去 发现生活的美，以商品为载体， 提升生活的品质， 或者说，提升购物这个过程本身的体验。 这正是兴趣电商存在的意义。

**68.** 学浪计划

学浪计划： 教培行业巨变是危机还是机会?

7 月 24 日， 教培双减新政落地， 一份《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外 培训负担的意见》的文件在教培行业爆发了一场大地震，多家教育培训机构股价断崖式下跌。

但，这是终局吗？可能不是.......

近几年教培行业的发展， 还得“归功”于整个社会性的“教育内卷” ，“鸡娃”与“虎妈”环伺的当 下， 教育内卷愈演愈烈。双减政策出来了，很多机构虽然被关掉， 但关停机构真的能改善教 育内卷吗？

这么多年家长已经形成了孩子之间这种强烈的竞争意识， 是很难改变的。现在的情况是一大 批关停的机构和没有地方补课的学生之间，又出现了这种严重的需大与供，那市场的机会就 形成了。

所以说，这绝对不是教培行业的劫难，而是一个新的契机，就看有没有能力去抓住了。

教培行业的转型，必需依赖短视频平台

教培行业的转型最好就是做抖音，在收费没有预付款的这种模式下，应该更多的去节省市场 运营的成本，打造属于自己的个人 IP。未来老师之间的竞争， 也会是教培行业个人 ip 之间 的竞争，而不是线下的竞争了。

抖音上有一个名为“英语雪梨老师”账号， 粉丝数量 540 万，这个女孩本科北京邮电大学，硕 士香港中文大学，先在教培机构工作过， 是明星老师， 然后创业在抖音上开账号教英语。她 的英语教学视频，不少都有几万次点赞， 这意味着每条视频至少有 10w+的观看。

小机构、个体老师的能量，在短视频+直播时代甚至有可能远超大公司， 只要你的内容真的

能吸引人。现在的抖音、快手、 B 站，已经不仅仅是消磨时间的地方。它们也成为了“正经 学点东西”的地方。这也导致了大量机构和个人入驻。

图片

什么是学浪计划？

学浪联手抖音教育推出“学浪计划 2021”， 该计划将为 K12、语 教学、⾔考、考研、职业教 育等严肃教育内容提供流量 持。也就是说， 学浪诚心邀请教育行业的创作者们， 帮助这类 人群实现成长和蜕变。

“学浪计划 2021”不仅仅是诚心邀请，还手把手培训， 师⾔驻后，学浪工作⾔员会从各个 环节提升 师教育⾔业竞争⾔， 包括教育短视频入门班、涨粉营销专项提升班、学浪名师进 阶班三大成长模块。

学浪联合抖音教育，对入驻老师传授抖音账号涨粉、直播间转化、爆款课程制作等实用技巧， 手把手“保姆式”帮老师进军短视频赛道， 所有入驻老师均能免费接受培训。对一些有潜 师， “学浪计划2021”还可以进 1V1 打造， "学浪计划 2021"特别打造名师百强计划， 面向学 浪平台上内容和风格亮眼的高潜力老师， 提供一站式课程运营和推广服务， 让更多好老师和 好内容被看见。

如此一套组合拳下来，但凡你有能力，有梦想， “学浪计划 2021”帮你实现！ 同时还为相关 创作者提供运营培训、变现指导等 揽⾔服务。

同时，此次"学浪计划 2021"特别为老师打造了完整的孵化体系，平台上的老师可以通过学 浪大学体系，接受涨粉和营销培训。

图片

在小编看来，在学浪成长的不仅仅是教育行业创作者， 还包括每一个需要从互联网获取知识 的用户。

由于互联网的高速发展， 线上短视频已经渗透到我们生活的方方面面， 就如同很多人在二十 年前无法想象通过互联网就可以获得一切生活用品一样。

在未来， 而且是不久的未来， 我们也可以通过互联网深耕教育服务的所有场景、赋能教育 态中所有参与者， 致 于通过突破性、颠覆性的创新产品， 利⾔⾔⾔领先的技术优势， 引领 未来的教育变 ，最终实现创新教育，成就每⾔个⾔的美好愿景！而这一切已经在慢慢实现。

**69.** “心动外卖”

强势围观： 抖音“心动外卖”是什么？ 目的又是什么？

根据 7 月 14 日报道， 字节跳动旗下的抖音于近期成立了一个针对外卖业务的团队， 并于近 期在抖音 App 内开展了测试。目前，抖音的外卖业务名为“心动外卖”，其 Slogan 为“心动外 卖，吃你所爱”。

“心动外卖”大概率会邀请抖音内的餐饮商家入驻，由商家自主提供配送服务，也不排除成为 一个聚合模式的外卖平台，和饿了么或美团进行外卖业务导流合作。

目前，“心动外卖”小程序还处于内测阶段，近期就会在抖音App 内上线。当前， 其页面显示 为：即将全面开放， 敬请期待。

而通过“心动外卖”小程序的开发者信息可以看到，开发主体为北京微博视界科技有限公司， 该公司正为抖音 App 的运营主体。

一、抖音为什么要做外卖？

一方面抖音场景很适合餐饮， 它的视频推荐影响力大， 抖音视频带跳转入口，还可以收藏店 铺， “我就因为抖音推荐去了好几家餐饮店了”。

另一方面， 反垄断的大环境下， 美团、饿了么在竞争中势必会有所收敛，再加上商家也很期 待第三极的新型外卖平台出现， 抖音此时切入外卖赛道是一个比较利好的时期。

还有另外两个重要因素：

首先是市场方面。现在国内外卖市场几乎被美团、饿了么所占据，还存在巨大的增量市场空 间有待挖掘，而如此巨大的增量市场足以让抖音有机可乘；

其次是在用户方面。外卖行业天然的用户粘性较弱，对价格敏感， 用户转化成本低，规模效 应弱。再加之， 经过美团、饿了么的多年交战，用户早已陷入疲态。

综上来看， 抖音通过资本力量去撬动用户、争夺市场，既是大势所趋， 也是顺势而为。

二、三个重要的信息点：

大概率会邀请抖音内的餐饮商家入驻。

也就是说抖音已经在此前积累了一定的商家， 所以字节早就就瞄准了外卖业务。

去年 3 月， 抖音短视频就开始上线新功能“抖音团购”，这在当时被外界解读为其想冲击“美 团、大众、饿了么”的线下市场，因为该功能提供到店核销和物流配送两种消费模式，而物 流配送则是外卖的一次尝试，该功能的出现让用户能通过抖音在线即可点餐、团购、外卖， 直接实现边看视频，边购买，线上付款，线下快递到家的情景。紧接着，抖音“心动餐厅”

上线。再之后， 抖音上线了“扫码点餐”功能。

由商家自主提供配送服务。

这一点说明抖音目前并没有建立自己的外卖配送系统及团队，想与其他外面平台大差异化服 务， 这在很大程度上，一可以帮助商家节约配送成本、笼络人心， 二也可以为自己平台做一 定减负。

不排除成为一个聚合模式的外卖平台，和饿了么或美团进行外卖业务导流合作。

聚合外卖平台意味着什么？顾名思义，这意味着字节想要通过抖音去收割饿了么与美团的外 卖业务。当然， 能否实现，还要看很多因素， 目前只是揣测， 不排除字节没这么思考过。

就聚合外卖平台，根据报道，有行业人士说，抖音“心动外卖”就像出行领域的“高德打车”， 并不参与实际上的外卖业务，而是为各方提供一个外卖服务平台， 以四两拨千斤的方法杀入 外卖市场。

三、会不会引发价格战？

“价格战”一直是外卖平台抢夺市场份额的重要方式，为了吸引流量、提升商户和用户对平台 的黏性，美团和饿了么之间的“价格大战”没少上演。

但从目前的情况来看，即使“心动外卖”全面上线，抖音也不会去打价格战。

从抖音自身来讲，做外卖只是现有流量变现，而不是吸引新的流量进来。 “心动外卖”成了， 就多了一个盈利渠道，不成对原有的短视频业务也没有影响， 不值得去烧钱。

再者，当年滴滴以价格战进军外卖市场时，政府就明令禁止价格战竞争，客观环境是不允许 价格战的。

如果不打价格战，那抖音吸引商家只能通过降低平台使用费了。

四、总结：

外卖江湖里，美团和饿了么已经“称霸”多年。

抖音的“心动外卖”虽然目前很难撼动二者的地位，但不管怎样，第三方入局对餐厅而言或许 也是一个新机会！

**70.** 大促方法论

关于怎么做好抖音大促， 整理了这些方法论

自“818 购物节”正式启动以来，818 已经走过了 8 个年头。这个原本计划成为继淘宝双十一、 京东 618 之后主流电商圈第三大营销节点的购物节 IP。8 年来，无论是推广规模还是影响力， 都没有能够按预期制造波浪。

原因是苏宁易购自身的影响力与此有关，难以大规模号召其他平台和商家投入本次营销活动； 时机也略显尴尬，818 的注意力总是被其他营销节点抢走。拿掉它，自然就无法有效承担下 半年连接 618 和双 11 之间“补货”节点的重任。不过，这个“不温不火”的电商节点，有望被 抖音电商振兴。超过 6 亿的日活跃用户、独特的消费需求挖掘形式、“滚雪球式”的增长模式， 抖音 818 赢得了越来越多品牌的关注，也有望成为抖音年度电商龙头。

与去年的“818”相比，发现今年的“818 新潮好物节”无论是参与者还是平台投入都有很大的提 升。 在参与的话题上，去年的“818”还是以人才和货品为主。虽然苏宁易购、小米等与抖 音联手打造了“超级直播间”，但总的来说， 这个现阶段的品牌运营还处于“标杆”阶段， 而今 年的新潮好货节，我们已经看到，贡献了抖音店 60%以上收入的品牌已经进场， 成为核心参 与者。

从平台投入来看，今年 818 还囊括了几乎所有抖音电商的流量、互动玩法和丰富的福利，包 括但不限于：话题挑战、排位赛、高额红包补贴等。

对于商家来说，参与 818 等大促活动的重要性不言而喻。有助于大规模聚集人气，促进短线、 大批量中心化交易的引爆。

强化对于抖音直播电商经营，于品牌、商家还另具两重价值：

第一， 帮助品牌/商家跳入增长瓶颈。这是因为：抖音每天有 6 亿活跃用户，不同于传统电 商渠道下的用户。抖音商家获得的消费者中，85%以上是新客户。在抖音， 品牌有机会。专 注于兴趣推荐技术的抖音也可以围绕同一产品分发不同属性和形式的内容。帮助商家扩大用 户半径，持续将精准流量引入直播间。能给用户带来全新的“发现”购物体验。

其次，让处于不同阶段的品牌有机会站在同一起跑线上。在抖音电商生态中，品牌知名度不 再是平台提供流量倾斜的核心原因。产品质量、口碑、内容创意、流量运营能力， 都将决定 抖音电商生态的生存状态。这意味着新老品牌在流量获取能力上的差距已经拉平， 这也为新 品牌的成长提供了弯道超车的机会。

此时， 通过官方重组参与大促， 无疑会缩短品牌的冷启动时间，完成量销量的爆发。

然而，并不是所有的玩家都能利用势头腾飞。如何成为抖音式推广的领头羊，而不是“陪跑 者”也梳理了一些心得。

拆解品牌如何玩转抖音大促？

大促分为三个阶段： 筹备期、爆发期、复工期。而围绕每个阶段， 相应的工作重点也应该有 所不同。

在大促的筹备期，选品和测试的重要性比什么都重要。只有了解用户的真实喜好，才能制定 产品策略来赢得市场；此外，现阶段品牌也要做好底层基础设施： 围绕商家直播， 充分利用 短视频和直播完成活动预告、店铺粉丝、场景优化； 在注重人才和货品的同时，做好前期的 环节和准备工作。形成一个强大的运载营。

至于具体的推广策略，这个阶段的重点还是在“增加粉丝”而不是卖货，增加粉丝的价值无非 是两点。一是唤醒积累的粉丝。二、标定目标用户画像。

当大促爆发时，品牌/商家的重点应该转移到真正的销售爆发上。要实时查看直播间数据， 做好“人-货-场”调整优化工作。

大促后的复工期了。事实上， 这个阶段往往被很多品牌商和商家忽略， 但如果选择得当，价 值可能会超出你的想象。

大部分品牌可能都有这样的感觉，那就是： 参加大促确实可以在短期内享受到流量的积累和 销量的爆发，但是大促之后的大促销投资不能改变。客户保留和更长的生命周期。而做好复 习或许可以减少这个麻烦。

众所周知， 大促之后，平台流量的价格会出现一定程度的下降。此时， 商家可以采用全新的 组织货策略，邀请人才回归市场带货，从而稳定大促期间的销售亮点； 另一方面， 商家可以 带上大促中得到的顶尖人才。货物视频授权和切片投放， 不仅可以加强对购买用户心智的影 响， 还可以进一步触达更广泛的用户，加速私域沉淀； 最后， 商家也要做好审核工作， 找到 覆盖率和转化率都优秀的高配人才， 与其建立长期稳定的合作关系。

手把手讲解如何抓牢大促流量？

一般来说， 我们可以将产品分为爆品、新产品和特殊产品。所谓爆品， 即： 超级单品， 担负 着引爆销量的重任； 而新品的价值是为了吸引眼球，为大促争取更多的关注和流量；同时利

用特色商品差异化大促托盘策略，在增加商品丰富度的同时进一步吸引流量。

那么，如何判断哪些产品有机会成为潜在的爆款产品呢？短视频平台为我们提供了两个渠道， 一个是短视频，一个是自播。短视频测试产品主要评估视频发布后内容的曝光率和互动率， 以及因内容引起的关注率；而自播测试产品主要测试产品的曝光率、点击率和转化率。通过 这种方式，我们可以发现用户的真实喜好，增加潜在爆品的库存深度， 提升用户的客服和物 流体验。

品牌自播已经成为抖音生意的基本盘之一，新品牌要做好抖音生意，做不好品牌自播就相当 于缺了一大块版图， 打造高承载力的直播间是品牌的必修课。在这里纠正大家一个误区，高 承载力直播间不代表直播间在线人数绝对值有多高，而是各项指标在同类直播间都能排在前 列， 优先得到系统推荐。图片盘点 8 月 1 日-10 日的 TOP 主播销售数据时， 发现： 销售额排 名前 1000 的主播(含达人、品牌、电商主播等) ，所产出的预估 GMV 贡献已达到79.35 亿， 这个数值已逼近抖音电商去年发布的 818 整体销售额数据(80 亿)， 虽统计口径(前者为 下单口径， 后者为支付口径)存在出入， 但不难看出：抖音电商在过去一年里的成长速度。

君子谋时而动， 顺势而为。818 已进入最后冲刺阶段， 想必经此一役， 会有越来越多的品牌 选择拥抱兴趣电商，也有越来越多勇于吃螃蟹的品牌， 在经历了这场“放大镜”式的磨合和历 练后， 加速度积累经验， 并找到自身做好兴趣电商的独特生意增长模型。

**71.** 新机遇！抖音 **PC** 端

新机遇：抖音新上线的 PC 端，到底意味着什么？

6 月 21 日，抖音上线网页端。

随着移动端的增长放缓，抖音也面临流量见顶的困境，抖音之后再无王牌产品的字节跳动急 需一个新的增长极， 未被开发的网页端或许是一个新机会。

但此次抖音网页端布局并非 PC 端回流那样简单，还有一个更重要的任务：那就是补全字节 跳动的视频拼图。

一、 “PC，又回来了”

回顾中国互联网发展史，2012 年一定是浓墨重彩的一笔。这一年手机网民规模达 4.2 亿，首 次超过 PC 端，成为主流。

移动端(手机) 短视频的老大有两个——抖音和快手。

最早出生的是快手， “光速”成长的是抖音。

2012 年快手由网页端转为手机端后，2016 年用户累计就达到 3 亿，这在当年是个不可思议 的数字，当时的全体网民规模才只有 7.31 亿。同年，抖音上线，仅以两年的时间就超越了 快手， 2018 年抖音日活达到 2.5 亿，快手也已经达到 1.6 亿。

2020 年 9 月，抖音宣布日活破 6 亿， 稳坐“流量王者”的席位。增长总有尽头，几年的高速 增长后，抖音迎来了流量的天花板。

亮出 6 亿日活的成绩后，抖音没有再创新高。据可查数据，今年一季度，抖音的成绩单仍保 持 6 亿。

短视频月活用户增速由 2018 年的 70.8%降至 2020 年的 6%。

在存量市场中获得增长的关键是扩大业务盘， 移动端见顶后， 被市场忽视已久的 PC 端再次 被关注到。

PC 端被资本忽视近 10 年，仍未被淘汰， 说明 PC 端有其存在的不可替代性。短视频一开始 就是发源于移动端，这也就意味着对短视频市场来说，在网页端还有一定的增长空间和机会。

二、从 60s 到 5 分钟

重新寻找增量， 是抖音的发展战略， 但从整个字节来看， 张一鸣的野心不止于此。与其说抖 音网页端是短视频的网页化，不如说是短视频向中视频的过渡。

从 60s 到 5 分钟切换的背后，是抖音的中视频野望。

客观来看， 中长视频一直是字节跳动的痛点，此前西瓜视频的产品定位便是为了布局中长视 频。在西瓜视频的投资上，字节跳动毫不吝啬。

2017 年，投资 40 亿自制综艺，2020 年，拿出 20 亿扶持中视频创作者，期间不断从 b 站高 金挖掘创作者， 最出圈的时候是在疫情期间投资 6 亿买下贺岁片《囧妈》的独播版权。团队 高管也配备了顶级人选， 前总裁张楠是目前字节跳动的 CEO，如今的总裁任利锋是之前抖音 团队从 0 到 1 的负责人。

但即便全力支持也未能将西瓜视频做活，《囧妈》之后的西瓜视频一直都是不温不火的状态。 根据西瓜视频的运营策略来看， 其对标的是 YouTube，但是其在国内的对手是 B 站。

2020 年，西瓜视频和 B 站经历了声势浩大的挖人大战，如今硝烟散尽， 回过头来看，西瓜 视频和 b 站的这一仗还是输了， 但字节跳动的中视频野心未死。

中视频是任利锋在去年的好奇心大会上提出的概念，他指出中视频是指 1-30 分钟的视频。

长视频和中视频多次试水后， 字节跳动最终把方向定在了中视频，一方面，比起需要靠砸版 权取胜的长视频赛道，以 PUGC 为主中视频显然更容易切入。

另一方面，中视频领域还是一个蓝海。目前中国的中视频市场只有 B 站较为出色，虽然从营 收数据上看，B 站的成绩实在不算好看， 上市以来连年亏损， 甚至亏损还在持续扩大， 2020 年亏了 31 亿， 而且其大部分的营收是依赖视频之外的游戏。

但与连年亏损相对应的是不断增加的市值，2020 年一年的时间，B 站市值增长了 5 倍， 截 至 2021 年 7 月哔哩哔哩市值在 457 亿美元， 远超爱奇艺 118 亿美元。

近年来，抖音追剧、抖音学习成为潮流，抖音的内容不再只是短平快刺激的无厘头娱乐内容。 与此同时，抖音视频的长度也在慢慢增长，15 秒， 1 分钟、 5 分钟、15 分钟，这些现象释放 的信号是， “短视频正在变长，中视频有市场。

实际上，抖音布局网页端的意图，从其页面设计也可以看出，抖音网页端的设计并非是简单 的客户端搬运。

首先在分发方式上， 放弃客户端的滚动式分发，采用瀑布流式分发方式，更适合网页端的使 用习惯。其次， 相比快手网页端横屏竖屏相结合的内容呈现， 抖音采用全部横屏， 与此同时 视频长度大多数在 1 分钟以上， 也就是任利锋所称的中视频的长度。

在内容上是和客户端打通的，只不过是将客户端上合适的内容有筛选的同步到网页端。

再看另一个短视频巨头快手的网页端， 10 年的发展，让它的界面功能设计更加完整，采用 中短视频结合、横竖视频结合的形式，内容上既有娱乐内容， 也有影视短剧等分区，还配合

热榜， 看起来和 B 站有些类似。

三、抖音“打败”西瓜？

要做成中视频离不开优质的创作者。

字节跳动很清楚这一点， 去年西瓜视频花重金在各处挖掘优质的创作者，B 站、快手甚至小 红书都没放过。但结果并不理想，很多创作者来到西瓜视频后因无法适应平台， 最终又回到 原平台。

抖音有自己的优势。经过几年的发展，抖音已经聚集了不少的优质创作者， 这些原生平台创 作者懂抖音也懂抖音用户，更有一部分创作者在抖音已经创作了很多成熟的中视频。而抖音 直接去做中视频，也避免了流量转化上损失。

当然，转向网页端后，大屏和更长的视频对创作者视频质量的要求将会更高，这对习惯简单 剪辑的抖音创作者来说是一个挑战。

无论如何， 存量竞争的信号枪已经打响， 真正的比赛才刚刚开始。

**72.** 抖音新私域商业化

重磅分享！ 抖音新私域开启全面商业化时代

7 月 27 日， 巨量引擎在北京举办了抖音企业号产品发布会，首次提出以强获客、正循环、 高效率为特征的“抖音私域”概念。

本次发布会正式发布抖音私域的解决方案——抖音企业号 2.0 ，聚焦用户沉淀、流量反哺、 高效触达、智慧经营，为企业实现以粉丝为核心的私域经营。

抖音全面商业化时代正式开始

在“流量——生意”的模式中，抖音私域将充分挖掘粉丝的力量， 实现更高效的转化。这次产 品改版的核心就是四个字”私域流量“。说白了，就是以后在抖音上面花钱买流量可以重复用 好几次，不用在抖音微信倒来倒去，抖音直接把工具给到大家，让大家可以更多的去控制免 费流量。

而这次的变化，每一个做生意的人都要点赞收藏， 并且看完；因为这有可能是抖音重构商业 模式的开始，就像当年百度排名、淘宝电商、微信微商一样， 抖音将重新改变生意的方式。

首先这次平台给的定义是：抖音给生意的新增量，有三个关键词，强获客、正循环、高效率。 另外， 流媒体营销已经影响到所有的生意，这是每个人和企业未来都需要必备的一种基本技 能。

那么， 私域流量对应公域流量而言， 是可以多次重复触达，它是可以和粉丝去建立联系，最 重要的是免费，这个流量获得来之后是不要钱了； 简单的来说，这就是未来你在抖音上面只 需要花一次钱去买流量， 然后可以重复多次使用， 这就是私域流量的运营。下面这张表一张 表是未来抖音流量怎么玩的一个全息图， 大家一定要保存下来。

产品功能的改变

第一， 从现在开始， 抖音可以玩裂变增长，也就是说， 只要你有种子用户， 设置好裂变的机 制，就能够快速低成本地获得更多的流量，就和以前微信朋友圈海报裂变一样。

第二，会给用户开放订阅号的功能，也就是说，我们可以主动给关注我们的那些粉丝发消息 了，可以去发图文、视频、优惠券和商品等等。

图片

第三， 可以去拉群发红包了， 还可以跟群友去一起看视频，一起唱歌， 完完全全的把线下聚 会的场景抖音关，这就是抱团取暖看热闹，非常有效。

第四， 给到你的粉丝进行标签化，基于短视频和直播，可以给到你 CRM 的客户管理系统工 具给你，对于像食品百货、母婴护肤、美妆等等， 用户决策周期短的， 对于活动， 对于价格 敏感的一些粉丝，可以直接多次反复的触达来种草，然后直接通过直播就转化掉，再让这些 人去裂变拉新， 再去转化。

对于像餐饮、美容美发、休闲娱乐、运动养生之类的线上化程度低的一些品类需要到店体验 转化的，可以通过团购工具优惠券工具、小程序功能等等引导在线种草，加速口碑的传播， 再促进他们到店体验进行转换。

对于像 3C 数码、潮玩珠宝、住宿，教育， 金融保险，传统行业商务拓展，加强用户对于品 牌的认知和熟悉。对潜在客户进行持续的种草，增强他们线上的预约咨询和资料的获取。

那对于像房地产、汽车、家居、装修、建材、物流等等之类的行业， 也可以通过私域来提升 粉丝对于企业的信任度， 让客户留下联系方式，再进行转化成交，每一个不同的行业有不同 的玩法。

抖音企业号 2.0 将成为企业商家在抖音做生意的一站式平台，借助抖音私域经营新理念、新 方法和新政策， 能够帮助企业在抖音深化粉丝经营，收获商业价值的持续增长。

**73.** 短视频 **3** 大巨头对比

抖音、快手、视频号，短视频 3 大巨头全方位对比 ！

一、产品形态对比：

目前各短视频平台均形成了单双列并存、分发逻辑多元的产品形态。但仔细对比后，每个产 品各有侧重。

1.、单双列

快手的基石仍然是双列， 仅“精选”页面为单列；

抖音在“同城”也使用了双列瀑布流模式；

视频号则在“附近的人和直播”给予了双列模式，均是基于位置分发；视频号的独特之处在于 基于社交分发的“朋友”页面采用了单列信息流模式。

2 、Slogan

抖音的主旨是强调“记录美好生活”，注重用户观赏感。

就像平台早期的发展策略是深入到全国各地艺术院校，并说服一批高颜值、有才艺的年轻人 在抖音上生产内容， 同时帮助他们获取粉丝， 提高关注度。

快手强调的是“公平、普惠”。招股书的产品定位是“基于短视频和直播的内容社区与社交平 台”，标语从“有点意思”更新为“拥抱每一种生活”，鼓励用户从“观察者”变成“参与者”。

相较之下， 视频号的“记录真实生活”更接近于之前的快手， 更关注长尾用户。

3、分发机制

内容分发的核心在于如何高效地匹配人和内容，目前主流策略基于两个层面：兴趣分发和社 交分发。

抖音、快手和视频号内容分发底层逻辑的差异就体现在对兴趣、社交的权重不同。前两者更 加相似，更注重平台私域流量和公域流量的二次分配， 旨在完善内容生态体系， 实现用户增 长与留存。

但视频号是基于社交关系裂变，即“熟人推荐”模式。结合栏目的不同，实质上是纯兴趣分发 “推荐”与纯社交分发“朋友”的双向融合。

二、内容对比：

内容生产的核心是创作者和内容生态，短视频平台通过产品设计、分发及运营机制，引导不 同创作者持续输出多样化内容。

从生产流程来看，生产工具是短视频内容平台的基础设施，降低创作门槛。而提高持续创作 意愿的关键是满足创作者的核心诉求，即表达欲(流量曝光) 和商业化回报，这与平台分发 (流量分配) 及运营(创作者激励、商业化服务平台) 机制密切相关。以下就从这三方面介 绍。

1、创作者类型分布

抖音、快手核心垂类覆盖相似， 均为受众较广的娱乐性内容。从最头部 KOL 来看， 抖音流 量集中在娱乐明星， 而快手以幽默搞笑的素人为主。

视频号核心垂类聚焦在情感、音乐、生活。差异化的原因主要是社交分发约束了视频号用户 的点赞行为，用户对无营养内容(如抖快 TOP1 垂类美女帅哥) 点赞行为更为谨慎， 而情感、 音乐、生活等正能量、实用的垂类则更受欢迎。

2、创作门槛(生产工具) 对比

抖音、快手在内容表现形式上差异不大， 均以短视频和直播为主。创作辅助工具方面， 除产

品丰富的内置曲库、滤镜特效库、剪辑工具等，抖音， 快手亦推出视频模板进一步降低新手 的创作门槛，创作者能在抖快独立平台中完成灵感获取、视频拍摄、后期制作全流程。

对比来看， 除短视频和直播外， 视频号亦支持长达 30min 的长视频。目前视频号发布视频 仅提供基础的剪辑工具和曲库；直播则支持美颜功能， 整体工具迭代相对谨慎， 生产门槛较 抖音、快手平台更高。

三、总结

中信证券《短视频行业深度研究系列： 快手、抖音、视频号对比，竞争趋紧，运营体系成关 键》报告里，复盘了各平台发展史， 认为平台运营能力是核心。

短视频平台需要将海量内容与海量用户进行尽可能高效准确的匹配。只有具备强大的平台运 营能力，才能通过内容生产、内容分发、内容反馈的整个链路使消费者最终得到最优的用户 体验以及商业价值。

国盛证券《短视频行业研究框架：从内容生产、分发、消费，看各平台异同与空间》认为, 目前短视频行业的战局已经进入到考验增量和变现能力的时期，增量来自于对娱乐内容外其 他优质垂类的拓展和使用场景的占领，目的是完善内容社区生态和基础设施能力。

变现的核心看点，抖音直播快速起量，电商正在加码； 快手短期靠广告，电商将带来新增长 曲线。视频号预计在直播上将具备优势， 电商亦可期。

**74.** 再造“大众点评”

抖音再造“大众点评”？探店达人能否担此重任？

当下， 越来越多商家平台开始布局本地生活。抖音也不例外， 通过达人探店、内容

分享等途径，抖音也在发力经营本地生活。商家零入驻费，探店达人流量扶持无上限， 抖音 杀入本地生活领域， 这让大众点评抖三抖。但是， 耕耘了 20 年的大众点评， 会被抖音轻易 撼动根基吗？一场本地生活大战，开始抢造“网红餐厅”。

抖音布局本地化生活业务已久。

2018 年， 抖音组建 POI (兴趣点) 团队， 上线基于 LBS 地理位置的生活服务功能， 开始抖音 本地化布局的第一步。随后两年间， 抖音陆续上线抖店、企业号， 推出餐饮扶持计划， 但一 直不温不火。

2020 年开始，抖音加速在“本地生活”的探索，推出了一系列动作计划，并想要对标美团， 瓜分本地化市场份额。

· 2020 年 3 月， 企业号升级，推出团购功能

· 2020 年 6 月， 星图平台上线达人探店任务

· 2020 年 7 月， 企业号页面上线酒店预订、门票预订按

· 2020 年 9 月， 抖音企业号数量突破 500 万

· 2020 年 10 月，抖音推出#我和我的家乡活动，鼓励用户添加 POI 定位拍摄内容· 2020 年 11 月，推出#心动餐厅活动，活动覆盖 6 大城市，入围共计 600 余餐饮类商户

· 2020 年 12 月，推出#城市大玩家活动， 鼓励用户拍摄各类探店视频

到 2021 年 1 月，再增加一万名员工至“本地直营业务中心”，围绕生活服务、文化旅游和餐

饮等行业进行客户挖掘。据悉， 新的本地生活业务近期已出现在抖音上。 毫无疑问， 2021 ，抖音加码本地生活已成定局。

抖音本在同城流量大幅倾斜

2021 年 1 月份以后爆掉的短视频同城流量占比会增大，如果添加了同城定位，初始推荐流 量几乎一半都来自同城推荐。

但实际上， 抖音同城号的流量分配有多少呢？ 抖音同城号除了有自然流量之外， 还会有 500 的推荐流量。很显然，抖音对同城流量有所倾斜， 这种重视程度不言而喻， 早布局可以早吃 肉。

2021 年 2 月底，抖音推出 "优惠团购 "和 "人气榜 "功能， 涉及北上广深等热门城市。

随后在 6 月中旬， 抖音在上海召开了首届线下达人赋能启动大会， 以“商家多！商单多！ 网 红少， 号根本不够用”的口号招募探店达人。

抖音张开双臂欢迎购物者的背后，是对探店短视频的渴求。

虽然手握 6 亿日活，但抖音本质上是一个平台而非内容创作者，如何引导内容输出，建立针 对大众点评的点评内容生态，是地推之外的新挑战。

巨头的新需求在创作者眼中意味着新的机会。目前，短视频的竞争已经进入白热化，借着抖 音本地化布局的趋势，在门店探索的范畴里， 会不会出现新的 KOL？

谁在抖音创作探店视频

根据最新的抖音探店团名单显示，该平台目前已经招收了 6207 名探官。

对于探官的定义，抖音方面解释称， 拥有超过 1 万名粉丝且符合内容要求的达人。

这份榜单中不缺一些熟悉的身影。

比如“浪胃仙” 、“密子君”等前大胃王吃播达人， 去年 8 月吃播禁令发布后， 不少大胃王博主 开始尝试转型， 探店成为他们选择的热门赛道之一。同时榜单也涵盖“大 LOGO 吃遍中国”、 “特别乌啦啦”等美食探店达人。

除了常见的美食达人，探店团榜单中还出现了一些新鲜的面孔。比如将美食与剧情结合的“娘 娘开饭啦”，以及具有地域特征的“苏州城记” 、“六六吃垮深圳”等。

不管展现形式如何，探店视频必不可少的是底部的店铺定位，点击即可进入该店铺的详情页。

抖音能否借探店撬动本地市场

根据相关数据显示，本地生活服务市场规模将从 2020 年的19.5 万亿元增长到 2025 年的 35.3 万亿元。

本地生活服务的在线渗透率将从 2020 年的 24.3%提高到 2025 年的 30.8%。

这是一块任何互联网巨头都无法忽视的蛋糕， 也是抖音近期频频向本地化市场发力的原因。

坐拥汪洋流量是抖音领先于其他平台的独特优势，所以也吸引了众多达人加入。但在内容种 草和优惠券购买之间，存在着天然的跨越性。

一般来说， 当用户有特定需求时，他们会在公共评论中寻找商店并购买优惠券。然而， 抖音 根据用户的浏览情况分析偏好，并进一步进行信息流推荐，此时用户的需求并不确定。这与 抖音基于兴趣的电商概念类似， 主动帮助用户发现其潜在需求。

与图文相比，视频形式往往更加直观和具体。但商家本身并不具备制作内容的能力，这时候 需要抖音平台、达人创作们下场改善生态。

这种熟悉的操作让人想起去年 9 月淘宝发力短视频期间， 要求商家每个月向淘宝投放 100 条短视频。

对于淘宝商家来说， 他们不可能放弃这个根深蒂固的主战场，所以大多选择了合作。然而本 地化商家们有更多选择， 大众点评、美团在前，转战抖音本身具有一定的风险。

面对短视频的冲击， 大众点评的评论区里不乏视频探店内容，抖音本地化布局动作，对于商 家来说不失一个合适的入局契机。

**75.** 抖音“兴趣电商”

重磅！ 抖音发力“兴趣电商”，会不会改变现有的电商格局？

021 年 4 月， 抖音电商在其首届生态大会上提出“兴趣电商”的概念。抖音电商对其内涵的阐 释是： “兴趣电商是一种基于用户对美好生活的向往，主动帮助消费者发现潜在购物兴趣， 提升生活品质的电商。”

与传统货架式电商不同， 抖音电商所倡导的兴趣电商， 强调对用户潜在需求的发掘，通过推

荐技术高效匹配供需双方达成交易， 而不是追求做大而全的货架式电商。 货架式电商：通常指传统电商形式， 电商页面以商品的分类陈列展示为主。

一、现在进军电商， 还有机会吗？

电商行业看似被几大巨头牢牢把持，但实际上巨头们依然面临激烈的竞争。新进入者凭借创 新的技术或商业模式，依然可以打破现有格局。

电商网站属于双边市场。双边市场有两大特征。一是， 双边市场存在交叉的网络外部性。即 市场中一方的用户数量和交易量，会影响另一方的用户数量和交易量。如果一个平台吸引了 大量的用户或厂商， 那么会吸引更多用户或厂商的加入， 反之亦然。二是价格的不对称性。 任一方价格的变动， 都会导致另一方交易行为的变化。

无论商家或是用户， 转移到新的电商平台均不需要太高的转移成本。因此，一旦有新进入者 采用补贴，或者效率更高的交易撮合模式，就会吸引大量买方用户加入，进而强化平台对卖 家的吸引力。

从电商行业的产业规模看，我国电商交易规模逐年递增，但增量开始放缓，网购用户规模增 量放缓趋势更加明显。电商行业正逐渐从增量市场向存量市场演变。

我国电商产业规模

因此， 如何更加有效的获取用户，并维持用户活跃度，是电商平台首先要面对的问题。

从双边市场的底层逻辑看，新进入企业要获得竞争优势，有两个选择：一是，提供高额补贴， 吸引价格敏感型用户；二是，提供更高效的交易撮合方式，营造差异化的购物体验。

抖音电商选择的是第二条路径。

二、兴趣电商的底层逻辑

货架电商的痛点，是兴趣电商的机会。

货架式电商， 通过打“标签”的方式对用户的兴趣进行标注， 强调实现“人” 、“货”匹配。但货 架式电商的对用户行为的分析，仅能通过用户购买的商品的特征来判断，数据来源相对单一。 并且用户在购买产品之后，如果其消费偏好发生了变化，在其下次购买行为发生之前，货架 电商很难获得相关的数据，并进行相应的推荐工作。

而兴趣电商，正是瞄准了货架电商的这一痛点，进行了精准的迭代升级。 兴趣电商将关注点放在： 发现用户的潜在需求，把商品推荐给感兴趣的人。

苹果公司创始人，乔布斯有一句名言： “消费者并不知道自己需要什么，直到我们拿出自己 的产品，他们就发现，这是我要的东西。 ”

乔布斯的这句名言， 常常被解读为，用户的需求是被创造出来的。商家可以不必理会用户， 只要凭借自己的“聪明才智”，就可以创造出一个令用户惊叫的产品。

显然这是一个误读。经济学理论认为，需求不能被创造，所谓的“创造”需求，只是发现了消 费者的潜在需求。

拥有海量短视频资源的抖音，具有先天的优势。

根据抖音发布的数据显示，截至 2020 年 8 月， 抖音日活跃用户达到 6 亿； 截至 2020 年 12 月，抖音日均视频搜索超过 4 亿次。

海量的短视频，能够更加精准和快速的捕获用户的兴趣点。用户在抖音上每观看一个视频， 都可以丰富用户的“标签”，这是货架式电商难以具备的优势。

中国社会科学院，经济与科技社会学研究室主任吕鹏认为，抖音做电商，是抖音生态的自然 延伸。抖音电商的最大优势，是通过“前台”的优秀视觉化内容创作和“中台”的精准数据科技， 把原本一些处在“后台”的沉默消费力量唤醒了。这反过来对于提供更符合消费者需求的产品、 加速产业链的发展， 都有重要的意义，给消费侧带来了值得期待的新空间。

由于交易成本的存在，买家和卖家需要克服层层信息差， 才能达成交易。互联网的出现，电 商平台可以使买卖双方可突破地理界限，利用网络平台达成快速的交易，大大降低了交易成 本。

货架电商是基于浏览和搜索的选择机制，而兴趣电商， 则进一步强化了兴趣推荐的机制，减 少用户的搜索行为， 进一步提高了买卖双方的撮合效率， 降低了交易成本。

抖音的兴趣电商是基于视频直播和内容创作的形式，抖音电商总裁康泽宇强调，兴趣电商的 核心是，主动帮助用户发现他潜在的需求。

三、消费结构的变迁，孕育新的电商蓝海

兴趣电商能够发展的另一个基础，是消费者消费习惯的变迁。

抖音发力兴趣电商，重要的原因是行业趋势的到来。如今用户的消费结构正在发生升级和变 化。回顾过去， 在物质尚不丰富的时代， 消费者去商场会直奔目标，购买所需要的商品。而 当物质充裕之后，消费者去商场的行为，就变成了“逛商场”，从海量的商品中，挑选自己喜 欢的购买， 甚至很多商品在一开始， 并没有购买的打算。

这个道理同样也适用于电商领域，货架式电商目录式的展示页面，更像过去的购买形式，用 户大多通过搜索来购买。而兴趣电商则是基于内容的推荐形式，用户边浏览视频，边进行购

买，更容易发现自己的兴趣点。

直播电商规模(单位：亿元)

四、兴趣电商是不是趋势？

要回答这个问题，一定不能简单地从定义本身和文字拆解的维度去寻求答案，而是要从整体 商业的演变以及需求的变迁去看待背后的底层逻辑。

回顾过去， 我们大体可以将“市场主导”分为四个阶段， 即：工厂主导， 品牌主导， 渠道主导 和消费主导。

工厂主导，时间大概在改革开放后，彼时还处于物质匮乏期，商品供应稀缺。当时的市场， 只要有产品就可以。大量涌现出的商品，主要是以满足人们的基础需求为主，对商品的诉求 也很简单， 有没有， 耐用不耐用，贵不贵等。

2000 年后， 进入到品牌主导时代，商品供应逐渐丰富，人们对商品的需求，开始逐步从基 础需求到功能性需求满足。商品的功能属性、设计、安全性之外，品牌的形象价值和其所代 表的文化、信任度， 甚至代言人的形象等，成为了消费选择的关键因素。

到了 2010 年， 零售业态开始进入到多线发展的状态，典型的如线下的连锁 KA 卖场、单体 大超、连锁便利店， 线上的电商平台。商品不再是问题， 问题是商品如何高效地与消费者见 面，触达到消费者。

因此， 零售业态的丰富， 实际是在帮消费者做选择。无论是线下的门店，还是线上的电商， 不是再给消费者做无限多的选择，而是帮助用户做筛选。当用户有了主动需求或目标商品后， 去商场去电商， 根据自己的判断，选择自己所属的商品。

到了今天， 2020 年后。好产品多了， 获取好产品的渠道也多了，消费者自己所需要的， 该 有都有。下一步是什么？

回到需求的源头，消费者对生活更好更美更愉悦的追求，从没有止境。每个人都希望让自己 的生活更好，这也是马斯洛需求层次理论中的最高级— 自我实现需求。

回到抖音提出的“兴趣电商”，基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升生 活品质的电商。这与当下的消费市场和消费心态， 不谋而合。

近几年，我们都在提消费升级。消费升级是什么， 我们认为不是统一划齐的高价高品高质， 也不是一味追求低价，消费萎缩。而是怀揣着不同需求的各类人群，在各种场景下，都可以 获得更好的产品，更好的服务， 以及更加令人愉悦的体验。

当然， 四种主导形态的并不是完全的更迭和取代， 事实上，更迭的边界并不是那么明显。尤 其是在后三种时代， 品牌主导、渠道主导和消费主导三种的结合与合理平衡，可能是兴趣电 商“升级”的方向。

但我们可以肯定的是，消费主导时代，消费者第一次站在中心，基于自己对生活的向往，去 发现生活的美，以商品为载体， 提升生活的品质， 或者说，提升购物这个过程本身的体验。 这正是兴趣电商存在的意义。

**76.** 短视频反攻长视频

重磅： 短视频为何反攻长视频？

2020 年是短视频的爆发之年。

截止 2020 年 12 月，短视频用户规模较 3 月增长一亿。

9.89 亿中国网民中， 短视频用户8.73 亿，占网民整体的 88.3%， 占网络视频用户超 94. 1%。

十位网民， 九位短视频用户。

用户规模的爆发对各个短视频网站而言，既是利好也是挑战。一边是庞大稳定的流量的红利， 另一边是如何在激烈保持竞争优势？ 短视频平台的护城河在哪里？

一、视频时长分类标准

目前， 业界大致把视频分为 3 类： 1 分钟以内的称为短视频， 1-30 分钟的称为中视频， 30 分钟以上的称为长视频。

但划分标准不一定这么固化， 比如对于抖音 15 秒短视频来说，它的 15 分钟视频就被称为长 视频。

我们且按照以上 3 种分类，来看看短视频、中视频、长视频各自都如何发展。

二、短视频：用户拍摄时长之争

抖音与快手在短视频领域“你追我赶”，除了拼活跃用户数，还不断延长视频拍摄时长。抖音 最开始只能拍摄 15 秒短视频， 若要开通 59 秒的视频权限， 粉丝量须达到 1000 以上。 2019 年 3 月， 抖音向部分知识科普内容开放 5 分钟视频权限； 4 月向用户全面开放 1 分钟视频拍 摄权限；到了 8 月，抖音逐步开放 15 分钟视频发布能力。

另一边的快手， 也在 2019 年 7 月开始小范围内测“长视频”功能，时长限制在 57 秒以上， 10 分钟以内。而此前，普通用户最长只能录制 11 秒、 57 秒的视频。

从最初的 10-15 秒， 到后来的 10-15 分钟， 短视频时长为何越变越长？ 这与微博从 140 字开 放到不限字数相类似，短视频在起步阶段必须「短」才能迅速吸引流量，而随着用户量的激 增，短视频平台需要思考如何提升内容的价值。

对于知识类、情感类的达人来说，视频时间过短往往不能充分表达，因此延长视频时长可以 让这部分内容得到更多展示。

三、长视频对于顶流的养成价值不光是在人的层面，更是在好故事的层面。

长视频的不可替代还体现在产业链条上。可以说，长视频已经成为了泛娱乐产业的中枢环节。

这并非一蹴而就，国内视频平台大多起家于 2005 年左右。2010 年爱奇艺入局、 2011 年腾

讯视频上线，那时 PPTV、土豆网、56 网、酷 6 网、乐视网、六间房、优酷等行业中第一波 视频网站已经进入稳定期。视频平台们以投入换规模，很快就用“免费”完成了市场教育

四、长视频：在盈利的边缘徘徊

从下表可以看出，爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV、优酷这 4 家长视频媒体平台中，仅有芒果 TV 的 2019 年净利润为正，其余 3 家平台都在亏损阶段苦苦鏖战。

与其他 3 家视频平台相比，芒果 TV 更大的优势在于综艺自制内容。

一方面，综艺节目具有更高的营销价值。影视剧往往因题材限制受众范围， 而综艺节目的观 赏门槛较低，受众十分广泛， 尤其是年轻女性，营销价值更高。另一方面， 综艺内容更易控 制成本。影视剧需要专业的演员，而综艺节目可以启用更多的素人和非流量艺人，人员成本 更低， 制作周期也往往短于影视剧。

除了广告收入， 长视频另一重要的营收板块是「会员收入」。从上面 2019 年长视频网站财 务数据可以发现，爱奇艺 2019 年的会员收入是广告收入的 1.7 倍。早在 2018 年三季度， 爱 奇艺会员收入就超越了广告收入。

图片

然而会员收入增长困难，主要是因为会员数难以提升。会员收入 = 会员数 × 每用户会员收 入(ARPU 值)

随着爱奇艺会员数宣布破亿，新用户获取也显得越来越困难。

爱奇艺 2019 年 Q1 的订阅会员增速是 58%，截至去年 3 月 30 日， 总订阅会员人数同比增长 为 23%。因此， 提升每用户会员收入(ARPU值) 成为提升会员收入最直接的方法。2020 年 11 月 13 日， 爱奇艺宣布实施 9 年来的首次涨价——对黄金 VIP 会员、学生 VIP 会员订阅服 务费用进行调整。

不过， 如果其他 3 大视频平台不跟着涨价，爱奇艺就有流失用户的风险了。

小结：爱优腾芒 4 大长视频巨头，在盈利的边缘摸索徘徊， 目前仅有芒果 TV 凭借与湖南广 电联动的综艺资源优势， 实现利润正增长。不过， 长视频的“吸金”能力很可观，以芒果 TV 《乘风破浪的姐姐》为例， 从今年 4 月到 6 月的商务合作总数从 28 个增长到了98 个， 在长 视频上深耕还是未来可期。

五、总结

短视频讲究快速起量、精准转化，长视频却并非流量生意，核心要做好的是讲好故事、内容 养成， 从而与用户形成更为长期长情的连接， 两者的底层模型是完全不同的。

多说一句， 其实长视频和短视频没必要对立起来， 大家都有自己的价值，一个充满活力，一 个耐心深耕， 而且当下长短配合的打法也丰富了起来。如果非要从抢用户时长的角度来看， 最好可以增加一个维度—— 即用户时间沉浸价值。消费不同的内容，用户的沉浸度是不同的， 有的内容一晃而过， 有的内容却印在脑中。

二：上热门篇

**1.** 如何做出爆款视频

新手小白如何快速上手做出爆款视频？看完就会~

做视频离不开创作剪辑， 也离不开剪辑思维。比如，你会写字，但并不代表你能写出好的文 章来， 你会用笔，但并不能代表你能画出好看的画来。所以， 学会剪辑思维，就能帮助我们 用好手段软件， 剪出有创意的片子来。

① 框架思维(把握整体) 导入素材，真正动手剪辑前，先用一定的时间思考，大致了解所 有的素材和镜头风格，然后搭好剪辑结构，这会让你后面的创作时间大大缩短。

② 写作思维(创作故事) 剪辑创作和剧本写作中的三幕化结构原理相通，剪辑编故事遵循 剧本的基本写作规律。

③ 设锚思维(保留悬念) 用镜头，或者音效， 让幕与幕之间时刻保留逻辑关系和悬念。

**2.** 上热门的方法

重磅： 普通人发第一条视频，就能上热门的方法！ 先记住一个重点，不要盲目发视频，发视频之前先弄清楚抖音所有的赛道， 选择你合适的赛

道：抖音搜索赛道关联词找对标视频，找 60 个点赞最高的视频，总结主题， 爆款视频， 查 抖音各赛道近三天的所有爆款视频， 找到 20 个你能用的形式， 分析优劣镜头、画面、音乐 台词， 细致到每个镜头的时长， 音效，视频形式， 然后只做自己的视频，利用标题撬动搜索 流量。搜索整理出近期出现频率最高的五个搜索关键词，组合成标题，再加上三个热度最高 的话题。

**3.** 抖音 **7** 大热门 **IP** 类型

揭秘： 抖音短视频 7 大热门 IP 类型，看看你适合哪种？

很多人都想打造自己的短视频 IP ，但是不知道怎么拍，不知道应该给用户设置什么形象。 其实短视频 IP 分为很多种类型， 每一种都有不同的表现形式。

只要大家找到合适的短视频 IP 类型，就可以快速拍摄， 打造自己的 IP 影响力。短视频 IP 分 成七种类型，你可以对应哪一种适合你。

短视频 7 种 IP 类型

产品类 IP

如果你喜欢短视频+直播卖货方法，那么产品类 IP 适合你的。

我们必须摒弃一个错误的观念，那就是拍短视频，一定要把粉丝数量提高到一定程度，才能 卖货。

实际上，情况并非如此。短视频的本质是分享和曝光。

分享不受时间因素的影响，尤其是产品消费，这取决于你当前分享的内容是否是用户感兴趣 和需要的。

你只需要向用户展示你的真实状态。

产品 IP 特别适合品牌号，比如鸿星尔克、李宁、比亚迪、小米等。

其实我们现在要看的是罗永浩、李佳琪等相关账号。事实上，我们当然不会回避销售商品。 每一个视频都是关于种草和产品预览。

如果卖衣服、鞋子、茶叶、饮料、家电等产品，可以直接创建一个产品 IP 的账号， 每个视 频都可以介绍你的产品。

核心在于你如何介绍你的产品， 这不仅让用户感兴趣，也让他们信任你。

才艺类 IP

你擅长什么，比如唱歌、跳舞、画画、弹钢琴、武术、跑步、唱戏等。

只要你有任何艺术天赋， 你就有机会成为天赋类的主播， 包括看似普通的朗诵。

以唱歌为例， 也可以细分为唱英文歌、民谣、流行音乐、歌剧和经典翻唱歌曲。想象一下， 1000 首歌足够你拍3 年。

其实选秀主播最容易拿到播放量和钱数， 因为抖音毕竟是娱乐平台，比如搞笑的人。 而且， 以前大家都觉得搞笑 IP 很难做直播传递。其实现在很多大主播都在做搞笑 IP。 ·技能 IP

你会做饭吗？你会做设计吗？你做衣服吗？你能修理它吗？仔细想想， 你懂什么技能？ 在抖音最大的优势是，即使你掌握了一个小技巧， 你也可以在抖音实现放大。

前段时间， 杭州的一位农民伯伯就能做竹艺， 还能织帽子、扇子、草席等产品， 在抖音国内 外获得了上千万的播放量。

例如， 抖音有一些艺术家专门修理手机、翻新钱包、回收和鉴定金银珠宝。他们都通过抖音 找到了准确的粉丝和客户。

创业类 IP

如果你现在刚刚创业，或者你在创业领域有很多经验和资源，那么你可以尝试创建一个创业 ip 的账号。

一种记录自己白手起家创业的全过程，让每个人都能见证从一无所有到成功的转变过程。 为什么人们会看这样的短视频？

①可能会有一群和你一样的人在创业。

②可能会有你这样的同龄人在做类似的事情。

③大家都喜欢看小人物违背自己意愿改变生活的故事。

因此， 你拍摄和分享的内容对他人来说是鼓舞人心、鼓舞人心和商业学习。

另一种是不断分享你的经验、方法、故事、人脉等。关于创业。这种比较考验你讲故事、讲 观点、讲方法等的能力。

那如何变现呢？

第一， 直接卖产品， 比如你卖茶叶、土特产、服装创业的。那么就对应卖货。

第二，是以投资代理的身份加入。我见过一个账号做线下零食品牌，就是记录开店从零到一， 最后实现批量投资的过程。

生活类 IP

比如农业、农村、农民等自媒体，旧房改造、旅游、赶海等。都可以归为生活 IP。 看似每个人都可以用生活 IP 拍一个账号，其实对博主的要求很高。

核心是找到适合你的表达方式， 让用户关注你感到舒服。

生活化的 IP 应该是人性化的，触及用户真实的内心生活。可以说， 乡愁、职场或情感都可 以参与其中。

找到喜欢你的方式的人， 这是生活 IP 的核心秘诀。

媒体类 IP

简单来说， 只要你发一条消息， 就会有播放量， 这样就会提高价格。但是， 你做了之后， 需 要足够的敬业精神和资源整合能力才能赚钱。

因此， 媒体 IP 也可以理解为行业 IP 和垂直 IP。

如果你恰好熟悉这个行业，有足够的经验甚至网络资源，可以做这种账号，既可以增加你在 行业的影响力， 打造行业 IP ，又可以帮助你认识足够的网络资源。

那么行业 IP 如何实现呢？其实有很多方法。

一是更容易做广告， 尤其是汽车评级类别的账号。

二是可以整合资源， 引导一些货源， 赚取差价。

三可以是后端付费社区和资源、人脉的整合。

知识类 IP

从早期的吴晓波、罗振宇到樊登再到抖音的各种网络名人校长，这些本质上都是知识 IP。 只有一些 IP 正能量和分享内容是宏观的， 有些纯粹是包装和割韭菜。

知识 IP 可以分为金融、母婴、科技、生活，也可以细分为运营、产品、办公等类型。

比如我可以教你做表格， 用文件，做设计， 或者我可以教你语文， 数学， 英语， 法律， 考公

务员等等。

知识型 IP 最大的问题是大部分博主的上限是 100 万粉丝， 不能再往上走了。

另外， 实现的形式也比较简单， 要么卖电子课，要么卖网课。

但它也有一个优势， 那就是深度足够垂直，可能有 1 万名粉丝是潜在的付费客户。

以上就是七种短视频 IP 类型。如果你还有点迷茫， 或者你已经在拍摄了，但是没有计划， 可以自己分析一下， 看看自己适合哪一个。

**4.** 爆款视频必备 **6** 点元素

抖音爆款视频必备 6 点元素！新手小白必看~

①选题： 符合平台规范，内容垂直。

②拍摄： 画质清晰，素材衔接合理。

③开头： 制造悬念，矛盾点，高潮前置。

④内容： 紧凑、不废话、再三优化。

⑤结尾： 引发互动、评论、转发。

⑥音乐： 热门音乐、音量适中、搭配音效。

**5.** 什么样的内容容易火

揭秘： 什么样的内容在抖音容易火？ 看完就会~ 抖音要的是差异化 对于做内容的你来说，就是要找到你自己的维度， 想办法找到自己和同行， 竞争对手的差异 在哪， 你的自身优势在哪，壁垒在哪？然后一针捅破天， 把优势集中在一个点爆发出来，在 这一个点的爆发找到突破不要想着在所有方面都要强。 抖音会根据你前五个作品的标签，给你的账号打上相应的标签。标签匹配度高， 垂直度也就 高。

内容： 不能乱发视频，如果今天发健身的、明发风景的、后天发搞笑的，这样做是不行的， 应根据自己的定位发，不要轻易改变。

画面： 画面风格尽量一致，包括字幕大小、颜色等，做到封面整洁统一。

**6.** 上热门必备数据

干货分享： 如何看作品数据？上热门必备数据！ ① 完播率大于 30% 当你的完播率小于 30%，存在问题： 开头不够吸引人或者内容结构有问题 ② 点赞率(点赞量/播放量)大于 3% 当点赞率小于 3%，存在问题：内容不够吸引人 ③ 评论率大于 0.4% 当评论率小于 0.4%，存在问题： 内容缺少共鸣、槽点 ④ 转发率大于 0.3% 当点转发率小于 0.3%，存在问题：内容缺少价值或者新奇 ⑤ 粉赞比(粉丝数/点赞数)小于 1:6

当粉赞比大于 1:6，存在问题：整个号没有鲜明的特点，缺少关注的动机

**7.** 爆款视频有什么共同特点

爆款视频爆款视频有什么共同特点？ 4 点教会你~

一、让用户觉得有趣，留下来看完视频， 提升完播率。

二、让用户觉得接地气、拉近与用户之间距离。

三，让用户感受到情绪， 加强信任感，增加粉丝粘性，增加关注度。

四、 让用户得到价值感， 有用的知识，便于用户收藏点赞。

**8.** 怎么上抖音推荐页

新手小白发布作品怎么上抖音推荐页？

①养成良好的发布习惯，持续稳定发布作品。

②创作高质量作品，让观众喜欢看你的内容。

③形成自己的风格，让自己的作品更有粉丝粘性。

④积极通过阅读评论等方式了解用户反馈，改善内容。

**9.** 如何打造爆款视频

重磅： 如何打造 15 秒抖音爆款视频？ 小白必看~

开场的第一秒放封面、标题和栏目名称， 并详细的前三秒，用视觉冲击，亮点前置，开门见 山，其中一种开头来使用。

第五秒是视频的重要转折期，如果说有价值，观众会停留，通过投放抖加来看，你的完播率、 粉丝画像，在这个期间，观众会思考，要不要给你的视频点赞，你要说出能产生共鸣的观点， 第 15 秒设置互动环节，让用户评论转发提升互动率。

**10.** 热门背后的秘密

抖音短视频的传播属性！ 2 个概念让你明白热门背后的秘密~

抖音上面上热门的内容一定是好内容吗？ 很多人会想，肯定不是，觉得有的内容根本就不好， 能上热门，但抖音上面讲好的内容啊， 这个概念一定是不一样的，它不局限于利益、剪辑、 画面等等的一些原因。

抖音短视频呢，它是一个公开的，谁都可以上的短视频社区，当判断一条抖音短视频是不是 好的短视频的时候， 其实往往就只有一个标准，那就是传播属性，背后蕴藏的是人与人之间 的一个社交属性，那社交属性，在这个短视频社区里是非常重要的，这也就是为什么我们会 经常在抖音上面看到那些，哎，可能画面不是特别清晰，那声音甚至也不是特别悦耳的视频 出现在热门上，那这个时候一定会发现他这条视频肯定是具有它传播的一个属性的，比如说 魔性的音乐，魔性 slogan 那强记忆的一些动作，画面等等的都有可能会成为。爆火全网的 一个传播点，所以当你明白了这一点之后，你就应该好好去想，一想你的视频里面怎么去结 合，这种传播属性呢？

**11.** 上热门 **5** 要素

抖音作品想要上热门，只要做好这 5 要素就行！

(1)内容合规

①视频内容不能违反平台规定， 平台治理大于一切

②风险控制： 抖音风控系统、作弊风险

③账号问题诊断： 自动清粉，提升粉丝质量。 (2)消重 要重视原创，不能照搬照套。 越稀有的内容， 平台越喜欢 (3)受众 由选题决定，不要太自我，要根据用户的喜好来选题创作，创作内容要紧扣选题。作为新人 网感差，可以多看大咖视频，学习他们的网感。 (4)留存

①三要素：留存率、完播率、播放平均时长

②怎么做：用精彩的开头留住用户，标题、封面与视频内容符合；决定用户能否看完视频 的有视频价值(文案结构、视频增量)、文案逻辑、有无反转。

以解说为例：首先要把故事讲清楚， 帮用户节约时间， 注意故事背后的细节，对难点、疑点 的解读，让用户更开心更愉悦， 故事有看点(选剧好) ，开头抓住用户， 剪辑加分项， 文案 紧凑无废话。 (5)互动

①点赞： 一般是除留存之外影响最大的要素， 留存高，点赞高，爆的概率就高 ②评论、转发、收藏对视频播放量影响不大 ③话题性决定互动，选题要有话题性

**12.** 抖音创作的 **3** 种内容

干货整理： 抖音创作必不可少的 3 种内容类型！

抖音创作者想变现这三类内容类型一个都不能缺：

一， 流量性内容， 需要有能带来流量的视频触及到粉丝才能有后续的发展， 但一定要注意要 在内容中设置好记一点， 从而在观众的脑海里占据一定的位置。

二、联系类内容，这类内容的目的是跟粉丝建立情感联系，从而增加粉丝的粘性，简单来说， 就是跟粉丝搞好关系，说说心里话，分享分享自己的故事都可以，就会大大提升你的转化率。

三、硬广类内容，一定要有这类内容，让喜欢你的粉丝， 知道你有哪些可以变现的产品，最

好能在平台上直接让你的粉丝为你的产品付费，要想变现就不能只做流量型的内容，配比一 定要合理。

**13.** 抖音作品内容 **5** 步法

小白必看！ 抖音内容作品5 步法！ 你学会了吗？

一、目标用户，他并不是一个年龄性别等画像，而是拥有某种渴望的一类人，做短视频来讲， 就分为想要破零播放的， 想要破 500 播放的， 想要破更高流量池的已经有流量想变现， 想破

500 播放的人比想到更高流量池的人会更多一些。

二、用户痛点，意味着你的目标用户想达成这个渴望会面临的具体问题是什么， 你这条内容 针对的是哪一个具体的问题？

三、解决方案，也就是你内容提供的主要信息够不够新，够不够硬，能不能解决用户的问题。

四、用户体验的过程就是用户观看你这条视频各个时间点的体验如何，有没有想点赞的部分。

五、看完你的内容有没有让观众感觉到自己解决了某一个问题，获得了一些什么，如果没有 的话， 你的内容就不是一个完整的产品。

**14.** **9** 步搞定抖音作品内容

重磅整理！ 9 个步骤轻松搞定抖音作品内容！

第一步：看视频的主题。大概讲了什么主题？ 传递了什么观点？

第二步：看视频的结构。选题是什么？文案结构是什么？ 段落与段落的衔接？ 第三步：看服化道。穿了什么服装， 妆容是什么样子，借用了哪些道具？

第四步：看表演。人物的动作变化， 表情变化，语境的变化？ (有细心的朋友甚至可以分析 人物背后的心理活动，为什么以这个语气/行为呈现)

第五步： 看画面。景别/运镜/场景/光影等的变换，分别起到什么作用？ 比如： 由远及近起 强调， 突出的作用。

第六步：听声音。什么时候用了用了什么音乐？什么时候用了什么音效？此刻这首音乐/音 效起什么作用？ 用了哪些同期声？

第七步：看后期。镜头与镜头之间的组合/切换。色调，调色。封面/字幕。

第八步：实拍。一比一模仿， 自己拍一次， 毕竟看得再多不去练习， 也是白搭。进步来自于 错误， 不拍永远不会进步。

第九步：复盘。总结自己与视频之间的差距， 为什么拍不出视频中的效果， 找出差距， 下次 弥补。争取每一次拍摄都不是无意义的 NG。根据以上的步骤， 整理成表格， 一一分析拆解 爆款视频。

**15.** 抖音作品内容分享

干货满满！ 抖音作品内容数据分析教程， 快速吸粉！

第一步，观察数据， 通过观察别人和自己的数据来学习， 观察哪些数据点赞量， 评论量还是 粉丝量都不是我看数据重点会观察两个点，为内容，时间轴的观看曲线还有点赞曲线。

第二步，根据观看曲线的波动，找出用户跳出比例高的内容，时间点和跳出比例低的时间点， 去看这一时刻你的视频分析一下原因，根据点赞区间的波动，找到点赞比例比较高的时间点， 去看这个时间点的内容， 找出原因并继续精进。

第三步，复盘。模仿着做，如果能坚持每条视频都做数据分析，重新调整路线， 你有机会达 成任何目标。

**16.** 内容细化实操

重磅整理： 抖音内容细化实操宝典！ 一看就会~

1.发布内容不得含有违规不良词语， 图像等。

2.新号内容一般被审核几率和时间会比较高。

3.视频无黑边尽量竖屏。

4.视频有配音，没有配音就用抖音自带的音乐 5.视频的标题，引导语都很重要，但发布内容引导语的时候不要太过分，一定要动脑筋。

6.适当可考虑热门挑战，抖音挑战的本质是多用户围绕同一个话题进行创作， 官方每天都会 发布，基本在中午和晚上各一条，少数时段会发布多条挑战。要做好一个抖音是需要时间和 耐心的坚持。

**17.** 内容宝典

重磅揭秘： 新手做抖音一定要学的这件大事！

很多人做视频内容明明记录的是美好一天，为什么就不火呢？ 还用了热门音乐， 蹭热点， 有 标签， 以为自己的视频内容质量很好， 但其实是无聊的流水账， 没看点，没亮点， 没看点， 抖音作品要学会写故事， 如： 你今天发生了什么，遇到了什么问题？期间有什么意外？ 得到 了什么启发？所以挖掘背后的故事，升华你的故事， 很多励志情感求职的博主就是这种模式 进行创作。

**18.** 作品内容选题

一招解决抖音作品内容选题！轻松完成日更~

新手做短视频通常会遇到今天发了内容之后， 明天的内容会想很久，甚至会出现，发一个视 频之后一天就盯着一个视频看播放量，这样效率低且做不出高质量的内容， 怎么办呢？

解决方案： 是建立大量的素材库，高质量的素材来源， 素材从哪里来呢？同领域账号， 每天 刷同领域的视频，把数据高的内容选题都用表格收集起来，放进素材库里，从里面筛选出优 质的内容， 结合自己的内容在进行修改。

建立素材库可以极大的解决日常灵感枯竭的问题，不用每天去花时间找素材，高质量的同领 域的素材来源， 可以解决做不出高质量内容的问题。

**19.** 差异化内容

重磅整理！ 两招教你做出好的内容作品(速进)

四字真言掌握内容价值的本质:在任何自媒体平台、任何领域，好的内容价值要么就是激起 “情绪共鸣”，要么就是提供“实用干货”。情绪共鸣， 就是触动人的“七情”，喜、怒、哀、惧、 爱、恶、欲。

利用差异化优势领跑赛道：很多人会问， 我的作品情绪价值有了， 实用价值也有， 内容跟别 人也差不多呀，为什么我的就是不温不火？这里就要提到“差异化”。差异化就是稀有的、非 常优质的、独家的、有特色的、别人很难复制的或者别人达不到的专业程度。例如：你是一 名医学工作者， 你的医学知识和经验是别人达不到的专业程度，那这就是你的差异化优势。

**20.** 优化作品内容

轻松上热门：优化抖音作品，只需这几步！(小白必学)

一、有自己独特的特点！ 例如： 彩虹夫妇， 因为她很特别， 很多人会喜欢她，有很多人会不 喜欢他，但是你看过他的视频， 你就一定会记得他，这就是他独家的记忆点，咱普通人做视 频最大的问题就是太中规中矩了，完全记不住你长得可能不够有特点， 但你可以借助道具， 服装背景， 千万不要一个白墙照，要火真的太难了。

二、有一定的反差和逆袭、反转等。例如： 彩虹夫妇， 她擅长于讲故事， 最开始的时候，她 发了一条“普通女孩的十年”就火爆全网，讲述不好看的自己如何追到了帅气的老公，如何买 房买车，这里就有两个点反差和逆袭，大家都对这些非常的感兴趣。

**21.** 如何引流

重磅干货来了！ 8 分钟就能轻松搞定的抖音引流

今天我要分享这个引流方法， 适合大部分人群，人人可做：大家可以根据自己的时间， 自己 的条件，自己的资源，做不同的定位;

我总结玩抖音的三个重要玩法:

1、注册好一个高权重的账号

2、养号 7 天内认真踏实

3、持续输出作品

今天真正切切给大家分享一个抖音引流，每个人都能轻松做到的，每天视频花费 8 秒钟就能 搞定的引流方法，一起来尝试。

先给大家看几个案例：

这个抖音引流方法就是抖音的很火热的“对口型”，对口型也分为以下多种：

1、搞笑配音

2、片段扮演

3、歌词对口型

最简单的就是“歌词对口型”，因为不需要太多技巧，也不需要太大的表现力，人人可以为之。

虽然简单， 但不是每个人都知道这个定位，你们之前可能只是在抖音看看、娱乐， 肯定也刷 到过， 但是不知道引流方法，用对了就可以引流， 可以变米。

以上分享的几个都是平民账号， 身后没有团队。今天就从账号运营、视频拍摄和文案发布、 热门引流、直播涨粉，这几大方面来给大家进行讲解。

一、对口型账号运营

1、如何注册一个账号：

如何注册一个高权重的账号?如果有新的手机号码，直接就可以注册了!

如果没有的话，要把之前的注销掉，但是由于注销周期是 7 天，首先注册账号需要把抖音卸 载，重新安装上去，关掉 WIFI，用手机自带的流量去申请账号，切记，一机一号，不可来

回切换账号。

2、如何养号?(重中之重)

a、一机一卡一号

养号降低风险最好的做法是，注册新账号之后， 固定用一部手机的一个手机号注册一个抖音 号。

b、前 5 天不发作品

抖音号如果是刚注册的， 前三天不要发布任何作品，只观看浏览， 什么也别发。 c、每天刷视频

每天找到自己的对标视频，给自己的领域视频进行互动，当你看完一个视频后，点赞、评论、 转发， 这个步骤一定要做，给自己的账号进行活跃，同时也可以学习同行的视频， 给自己增 加灵感。

那么这个对口型的也是一样的， 你们可以去搜索， 对口型的用户， 一搜很多，你就可以一边 刷视频活跃账号的同时， 又开始学习别人的视频， 还可以收藏自己要拍摄作品的音乐了。

d、第 3 天填写个人基本信息

抖音的帐号资料信息，一定要去填写完整，越完善越好， 账号头像也要清晰，不要上传看起 来像压缩了几百次，存储了几百年一样模糊不堪。另外，头像上一定不要带广告!比如微信 联系方式， 公众号等等， 要等到粉丝至少 5000 粉丝了再说。

e、有相关账号最好绑定

如果有头条、火山、西瓜视频等第三方账号可以绑定。

在你养号刷视频期间，看到好的音乐或者热门的音乐， 直接右下角的碟片点击[收藏]，或者 [直接]-- [拍同款]，建议直接拍同款的，毕竟 8 秒钟的事情，唱的不好没有关系， 你就相当于 是假唱。

2、如何写文案

这些文案能成为你引流的关键点，就是所谓的干货!

不仅能够保证你作品的完播率，还能让人信任你的抖音运营方法，从而关注你， 并且认定你 学习。

1、我上了大热门，突破 1340w!我一直在用热门公式:热门音乐+热门文案+6-8 秒完播+有效 活跃， 你记住了吗

2、作品连爆，因为我会蹭音乐，表情投入， 然后我会在发作品 30 分钟引爆流量。学会你也 可以天天热!看我是不是又火了

3、好累!别人 22 岁上学追剧谈恋爱!而我的 22 岁每天就是想着怎么赚钱!输在起跑线上的我 只能靠自己，所以加倍努力!

4、很多人问我视频怎么拍清晰?首先打开美化，然后将磨皮调至 30，清晰度调至 100 然后 点画质增强，你学会了吗?

新账号一定要规避的 10 个重点！

1、头像模糊

2、昵称随意

3、信息填写不全

4、签名引流

5、视频乱发胡乱拍摄

6、刷粉刷赞刷评论

7、视频标题或引导文案中出现违禁词

8、视频内容出现明显的商品信息的推广

9、区块链传销等行业进入抖音

10、如何选音乐拍视频

微信经常添加频繁， 加不进好友怎么办?

在这里教大家一个小诀窍

打开你的微信， 设置-- 隐私，把你的微信设置为:加我好友时不需要验证。

1、账号昵称、头像、个性签名、主页背景图等都不能出现违规内容。

2、新号一开始不要发布太长视频，完播率会很差， 难以获得更多流量。

3、抖音有限流期，限流很正常， 不要看见流量不好就频繁删除重发;

4、抖音对视频会有审核， 如果有问题的视频， 记得隐藏就好;

5、定时检测自己的作品有没有问题， 只要打开你的视频， 尝试投豆英，不是让你真的去投， 只是测试， 如果能到支付的环节，说明你的视频没有问题，如果有问题，会显示， 隐藏就好

了!

6、不要停更，停更致命， 只要停更， 流量会很差!

接下来给大家讲一些直播的内容：

开播前要做的工作:

1.垂直标签

2.看直播涨粉送礼物保底 1000 粉

3.开播前 30 分钟发作品(画质清晰、优质文案)

进粉丝团提高最佳账号等级，飘小星星一会飘一个一会飘一个，小的直播间直接挂榜开场就 进入状态， 不要坐那等人。

直播的 14 个技巧：

1、粉丝灯牌要点亮： 加粉丝团， 粉丝团才是精准人脉

2、播前作品要更新(开播前 1 小时更新，预热)

3、同城位置要打开

4、分享大纲做预告

5、状态激情要点燃

6、音乐噪场要到位(音乐-大哥大哥欢迎你，感谢所有的朋友、哈哈、鼓掌、环境、形象、 设备、作品)

7、互关互赞要多喊

8、动作表情要丰富

9、主播个性要鲜明

10、巧用问题控全场(聪明主播主动出击， 直播期间要提问互动)

11、多说礼貌感谢语

12、幽默段子多积累

13、生活感悟勤分享

14、黑粉永远是贵人

最后总结一下：

1.养号养好

2.作品垂直定位

3.作品持续输出

4.抖音的雷区不要踩!

**22.** 发布作品 **5** 要素

干货满满~~抖音发布作品的五要素(必看)

1、标题是决定粉丝停不停留观看作品的第一要素。

作品播放低于 200 的，绝大多数是因为没有一个爆款的标题勾引住观众。标题的作用相当于 视频的黄金 3 秒。标题一定要紧跟时代热点， 直达用户交痛点，让粉丝一看标题， 就有一种 不看内容错过黄金万两的感觉。

2、文案是用来辅助理解视频内容的。

一旦观众专注于文案内容的理解，那么观众停留的时间， 就是视频被播放的时长， 因此，满 满的文案需要更长一点时间来阅读。大大提高了作品的完播率，有助于作品上热门。

3 、#号标签是否准确有助于作品被精准推送给观众。

观众的精准程度决定了作品上热门的几率。作品的标签用#号来表示。#号相当于作文的一个 小标题。是什么内容就#号什么话题。不能做标题党。#号话题可以是 1 个或 2 个， 可以放在 文案中的任何一个位置。 #号话题还有作品分类和搜索的用。

4、发作品时添加一个热闹的地理位置，是作品被爆光的一个小技巧。

你定位哪里?你的作品就推送到哪里。所以， 定位一个繁华的地理位置，就有机会让更多的 人看到你的作品。我的作品一般定位到广州珠江新城， 因为那里是广州的繁华商业中心，那 里车水马龙，川流不息， 也经常有珠江新城的粉丝因为位置情怀， 点赞、关注， 更有热情的 粉丝在评论区留言， 约我请客吃饭， 事实我发作品的地方离珠江新城有几十公里远。

5、一个热辣的封面对提升作品的流量有很大的帮助。

当粉丝进入你的主页，你的作品都处于一个静止被选择观看的状态，如果作品的封面不吸引 人， 就错失了被点击的机会， 影响作品的二次流量，大家可以去分析对比一下自己主页的作 品，看看是不是封面辣的，播放量相对也高。

**23.** 作品上热门

干货满满！ 抖音如何上热门？

1、无违规行为

2、作品质量优质

3、定位明确，内容垂直

4、蹭热点

5、画质清晰

6、控制时长：新手建议在 7~30 秒以内

7、个人信息完善：昵称有风格， 简介描述账号定位

8、发布时间：早上 7~9 点、中午 12~13 点、下午 16~18 点

9、发布地点：定位到附近人群密集的地标

**24.** 核心算法

抖音上热门的核心算法

想要知道楚抖音的核心算法，首先我们要搞清楚抖音的推荐逻辑。

推荐逻辑分为三种： 基础流量、叠加推荐、时间效应。

基础流量：

第一个阶段冷启动阶段， 抖音会给你的作品 300－1000 人推荐量；

第二个阶段是小爆发阶段，有 1 万－10 万推荐量；

第三个大爆炸阶段会有 100 万的推荐量。

叠加推荐：

如果你的作品点赞、评论等用户反馈都不错，那么抖音就会利用系统大数据根据你内容的综 合权重，来进行下一轮推荐。为了方便大家理解， 我举个例子。比如， 你作品的第一阶段抖 音给了你 500 人的推荐播放量， 这个时候有 5 个用户觉得你的视频还不错， 给你点赞、评 论或者转发，那你这个作品会被抖音初步认为受欢迎，系统就会给作品自动加权叠加到 3 万 的推荐量。第二阶段也有一系列指标，如果达标就继续加权叠加到一个更高的推荐量，以此 类推。综合权重的关键指标有： 完播率，点赞量， 评论量， 转发量等， 且每个梯级的权重各

有差异，当达到了一定量级，则以大数据算法和人工运营相结合的推荐机制。 时间效应：

大家有没有发现，有的视频刚开始不火，等一段时间以后这个视频就突然火了。这就是推荐 算法的独特之处，抖音为了避免优质的内容被埋没，只要有人给你原来的作品点赞评论或者 转发， 它就会重新给你挖出来进行推荐， 在行业中有人叫它「挖坟」。

以上就是抖音核心算法的三个逻辑，总之想要获得抖音推荐，就要学会利用好抖音背后的推 荐逻辑，当然除了掌握推荐规律以外，还要准守抖音的相关规则，否则一不小心就会被抖音 关小黑屋或者重置哦！

**25.** 推荐机制简介

重磅整理！ 抖音推荐机制介绍(赶紧收藏)

抖音是一个拥有大量用户和创作者的平台，每分钟有成千上万的视频被上传到抖音上。我们 的用户不可能全部看完，每一个抖音视频之所以需要一个复杂的推荐算法，让用户在海量的 内容中挑选到他最喜欢的。简单一点

来说， 这个算法会从抖音的所有视频中挑选出用户可能最喜欢的那一个。 那么算法是如何知道每个人的喜好呢?

利用大数据，他会用尽可能多的数据来发现用户喜欢什么视频。

比如:视频本身的信息，例如标签、内容等。还有视频发布后其他用户与这个视频的交互历 史。

比如点赞、评论、还有观看多长时间等等。除此之外也会参考用户历史上看过的视频信息， 用户与看过视频之间的交互。比如:是否有点赞、评论或分享等行为。

如何让推荐算法推荐你的视频呢?

答案很简单，让观众喜欢你的视频推荐算法的目标是让观众看到自己喜欢的视频， 尽可能准 确的预测用户的喜好。所以，观众如果喜欢你的视频，就会把你的视频推荐给喜欢你的观众。

**26.** 蹭热门秘籍

抖音蹭热门秘籍，你学会了吗？

为什么要学会跟热点呢？

因为热点本身就自带传播属性， 正是因为大部分人都关心，所以热点的背后往往蕴藏着巨大 的流量和关注度。

那究竟要如何正确的蹭上热点呢？

接下来，我给大家说一下抖音上跟热点的常见三种形式：

1、热点音乐

抖音之所以叫抖音， 抖的就是音乐，音乐才是抖音的灵魂。相信玩过抖音的朋友都听过洗脑 神曲海草舞吧？ 你看现在谁拍视频还会海草舞配音，基本没有了是吧。为什么， 因为如果你 用早就过时的音乐作为配音， 对于粉丝来说麻木了，抖音是也很难主动给你推荐的。为了鼓 励更多新鲜有趣的视频， 抖音更愿意推荐当下比较火的音乐。

大家要经常留意抖音热搜的音乐榜单，看什么样的音乐最近比较流行，然后在此基础上进行 创作。

2、热点事件

还有前段时间很火的新疆棉花事件吗？点燃了国民的爱国情绪，那时候大家都在抵制。只要 你发一个相关的内容，只要素材不错就会收获到用户的点赞。但是大家要记住了，蹭热点内 容的时候， 一定要结合自己的内容定位和人设去蹭，不要乱蹭。

总之要大家记住，蹭热点一定要学会取舍，结合自己的领域去蹭， 不要什么都想着蹭。最后 一点， 就是中国人对于一些大型节日是比较重视的，你至少要在节日前半个月就要提前开始 规划和准备，比如拿春节来说，你可以提前搜集大家关心的点，像年轻人被七大姑八大姨问 很多问题， 你就可以围绕着这个场景结合你的定位设计相应的内容。

3、流行的拍摄形式

市面上有很多创意拍摄模版，有些模版经过达人一推可能就立马火了。如果你在刷抖音时候， 发现这个视频的拍摄形式最近比较流行， 你就可以结合着自己的内容来跟一波热点。

**27.** 抖音热点

什么是抖音热点？

什么是热点？

简而言之就是当下大家都比较在意和关心的事。

跟热点也叫借势营销，这是抖音达人们经常使用的方法。

热点分为两种：

1、可预知的热点，比如大型的赛事或者节假日，比如每届的世界杯总决赛。

2、不可预知的热点， 比如社会重大新闻或者明星八卦。

**28.** 直播间热门三大因素

重磅干货！ 抖音直播间上热门的三大因素~

经常刷抖音直播的朋友会发现一个问题，很多直播间明明粉丝数很少， 人气却很高。如果你 的粉丝很多，是百万千万级别账号， 开播的时候， 你的粉丝正在使用抖音时，有概率会收到 开播提醒。

如果你的作品上了热门，也可以通过视频倒流到直播间，甚至在开播之前砸一波 DOU+。以 上提到的两种直播间人气来源没现金流和粉丝肯定是做不起来的，那直播大厅推荐就成了 0 粉丝做直播带货的突破口。

直播大厅推荐跟以下 3 个因素有关：

1、累计直播时长

2、直播间留存率

3、直播间活跃度

累计直播时间越长， 说明你的内容至少是稳定并且持续输出的

用户在你的直播间停留时间越久，说明你的内容至少是有趣的

用户在看的过程中， 产生留言、分享、下单等动作，增加了直播间的活跃度，说明你的内容 是有价值的。

**29.** 最佳发布时间

抖音发布最佳时间

1、早上 7 点-9 点(这个时间大多数人刚睡醒， 刷一刷抖音提提升， 或者在上班路上无聊看 一看抖音有什么好玩的)

2、中午 12 点-13 点(忙了一上午，工作也好上学也罢， 终于可以歇下来， 趁着吃饭的档口 赶紧刷刷抖音)

3、下午 16 点-18 点(主要针对上班族，手里的工作基本处理得差不多， 有时间翻翻抖音放 松一下，坐等下班)

4、晚上 21 点左右(下课或者下班收拾完，终于可以躺在床上放松一下)

**30.** 爆款黄金 **3** 秒

黄金 3 秒，抖音爆款少它不行！

Q1

什么是「黄金 3 秒」 ?

视频开头的三秒钟被称为黄金 3 秒

黄金 3 秒能够吸引用户看完整个视频,提高完播率。而完播率正是抖音分发流量的重要指标 Q2

如何做好「黄金 3 秒」 ?

黄金 3 秒意味着:

要在三秒内,设置一个让用户产生观看欲望的「点 J 可以是冲突点、悬疑点、共鸣点甚至诱 惑点

冲突点

将冲突片段前置,或制造冲突点

例 1

视频内容:劝情侣和好

视频开头:情侣吵得最凶的片段例 2

视频内容:清除番茄汁技巧教学

视频开头:将西红柿丢到白色衣服上爆汁

悬疑点

通过设问或设悬，引发好奇心

例 1

视频内容:泡面新吃法

视频开头:吃了十几年泡面?但是你都吃错了!例 2

视频内容:落魄明星现状

视频开头:曾经叱咤娱乐圈,如今却乞讨度日?

共鸣点

站在受众角度， 增加代入感

例 1

视频内容:祛痘产品推荐

视频开头:祛痘前和祛痘后的强烈视觉对比例 2

视频内容:小白抖音运营技巧教学

视频开头:如果你的抖音播放量不过 500，一定要看完这个视频...

诱惑点

利用人性弱点， 吸引观看

例 1

视频内容:涨粉技巧教学

视频开头:一招让你轻松涨粉十万(贪婪)例 2

视频内容:《余欢水》剪辑

视频开头:—分钟带你开完《余欢水》(懒惰)

除了黄金 3 秒,

还有以下这些抖音优化技巧

Q3

「发布」优化

发布时间

中午 12:00 和傍晚 6:00 是抖音流量最大的两个时间段

发布地点

定位到附近人群最密集的地标

Q4

「作品」优化垂直领域

明确定位， 固定内容方向

原创内容

搬运内容会被限流

蹭热点

蹭与定位相符的热点,不能强蹭

控制时长

新手建议控制在 7-15 秒内

竖屏拍摄

抖音设计和用户习惯都是以竖屏为主

画质提升

拍摄设备、剪辑导出的画质都调到最高

Q5

「账号」优化抖音官方认证

个人认证、企业认证和机构认证，按情况认证即可

个人信息完善

昵称要有个人风格简介描述账号定位背景图可加文字引导关注

加入「轻抖」， 一起乘风破浪我们会是您在抖音创作路上的

铁杆辅助!

**31.** **17** 个技巧

玩转抖音的 17 个小技巧(速来学习！ )

1、发布内容不得含有违规不良词语， 图像等。(常识)

2、新号内容一般被审核几率和时间会比较高， 不要着急， 都会出来。

3、视频要有配音，没有配音就用配乐。

4、视频无黑边， 且尽量竖屏。

5、视频的标题， 引导语都很重要，发布内容引导语的时候不要太过分，但是这里一定要动 脑筋， 很多方式方法，多看几个爆款作品就知道了。

6、适当可考虑#热门挑战，抖音挑战的本质是多用户围绕同一个话题进行创作， 挑战活动抖 音官方每天都会发布，基本在中午和晚上各一条， 少数时段会发布多条挑战。

参与挑战活动，第一时间参与以及内容可看性这 2 点很重要，抢时间发布在靠前的位置，会 因为先发优势，而得到若干不等的自然流量， 内容的可看性就影响到后续推荐流量会不会源 源不断而来。

7、抖音的流量分配是去中心化的，所有的抖音的用户，你拍的任何一个视频，无论质量好 还是质量坏，发布了之后一定会有播放量，从几十到上千都有可能。

通常在没有粉丝情况下你发布一个内容，系统推荐的基础流量预计会在数小时后才会送到， 有时候甚至更久。

8、抖音的发布时间点，当然这里还是要根据你的号的受众群具体来定。

上午 11 点，下午 6 点，晚上 9 点，这三个时间点发布相对靠谱，这三个时间段是抖音用户 高峰期。

9、点赞量， 评论量， 转发量，完播率，这 4 个指标是直接影响到你的内容能不能在抖音持 续获得推荐流量的维度， 所以想尽一切合理的办法提高这 4 个维度的数据。

10、尽量实拍， 不是手机实拍要考虑手机尺寸显示问题。抖音鼓励真人出境，这类内容流量 上有一定的扶持。

11 、评论互动， 必须要维护好抖友对你内容的评论，进行有效互动。

12、如果你有原创音乐，还是那种容易上口的，可以加很多分，搞不好内容没火你的歌火了。

13 、不要使用买粉买赞买量，很容易被系统关小黑屋出不来。

14、一天发布数量不宜过多，建议 2-3 个内容作品为佳。

15 、精华内容建议每一秒都认真考虑一下画面感以及观众感受，特别是前几秒的画面感。

16 、稳定的更新频率，每天有节奏的进行内容发布，对用户形成粘性。

17、周末和节假日特别重要， 这样的时间抖音平台的活跃用户量是激增的，意味着你的内容 可能会有更多人可以看见。

**32.** 高点赞视频

如何创作高点赞的抖音视频？

掌握利他思维才能有高点赞作品。

何为利他？ 就是你能为别人提供什么价值。这个价值可以是实体的也可以是虚拟的，比如钱、 知识、快乐、情感等。现在抖音号有那么多， 如果你不能提供你独有的价值，那很快就会被

淹没在信息流里。所以， 想要对方点赞和关注，你一定要有利他思维。

那如何才能放大自己的价值呢， 这是我们本节课的重点。

1、从自身点出发

思考自己擅长什么， 比如讲段子、才艺展示、观点输出、戏精表演等等，这些都是你个人的 价值。有人说我啥也不会怎么办，如果你长得好看或者有特色，这也是价值啊， 总之每个人 身上都有可以挖掘的闪光点。

2、找参照抖音号

找到和你提供同等价值的账号，看对方的展现形式，吸收可以借鉴的点，甚至有些爆款的内 容加以修改拿来就用，这是前期做内容的时候最容易突破的。

3、系统收集资料

通过各种渠道以及和用户聊天的方式，收集各种与你价值相关的资料。比如说我是拍搞笑段 子的， 那你就可以上一些像皮皮虾等段子类的软件收集你感兴趣的素材，作为你以后的内容 储备。

4、价值放大镜

这里的放大镜，指的是你一旦确定了你的价值点，这个时候你的内容要反复的出现一句话的 洗脑金句。

5、及时反馈纠错

你所认为有价值的点，可能在别的用户看来并没有什么价值，或者压根不是他们感兴趣的。 这个时候，你就要根据身边人和用户的反馈进行调整， 找到你的问题所在，看是你所提供的 价值不适合你还是你的内容比较浅吸引不到用户。

人都是趋利避害的， 哪里有好处就愿意往哪里去。你提供的价值点越多，也就越容易吸引粉 丝的关注。

**33.** 优质视频必备条件

抖音优质视频必须具备这些条件！

1、选题的稀缺性

这里的选题指的是拍什么方向的内容，你的选题越稀缺，那也就越容易受到粉丝的关注。如 果没有团队的朋友， 可以让你身边的朋友，帮你每期内容的选题进行投票， 看他们对哪一类 选题更感兴趣。

2、剧本的可看性

敲定选题后，你就要开始进行剧本打磨，在创作剧本的过程中，你要思考怎么让你的内容变 得有用和有趣， 你的价值点越多也就越能吸引粉丝。

3、人物的表现力

再好的剧本，只要真人出境就一定要重视自己的表现力， 也只有这样你才能把粉丝带进你的 剧本里。

4、超高清的画质

有朋友拍的作品清晰度和亮度都不够，现在的粉丝对于视频的清晰度容忍度特别低，如果你 作品的画质效果比较差，粉丝就很容易划走。如果没有 5D 相机的朋友，可以用像素比较 高的苹果或者小米手机拍。另外，在拍的时候一定要注意光线亮度，不能让别人感觉很昏暗。

5、毫无违和的后期

优质的内容光靠前期的策划和拍摄还不够，还要具备导演思维，将作品通过后期的方式完美 的呈现出来。这里的后期剪辑，不是说你非得专门去学，而是你要知道如何将你想表达的通 过后期表达出来。

三：涨粉破播篇

**1.** 抖音涨粉密码

重磅整理： 快速掌握抖音涨粉密码！ 看完就会~

涨粉密码就很简单！ 先得找到你的用户画像、性别、年龄、生活环境、消费水平以及这个人 群有什么痛点，围绕怎么解决这些痛点来阐述内容。如果你想做宠物知识博主， 那你就先得 把你的粉丝定位在 20 到 40 岁，生活在一二线城市， 有宠物或打算养宠物的人。这些人的痛 点往往就是不会养宠物， 新手养宠物遇到的各种问题，你的内容只要能解决他们这些问题， 就会有更多的人来关注你。其他赛道也是一样的。围绕着目标用户的痛点进行解决问题，那 你的视频播放量，评论， 关注自然而然就提升了。

**2.** 抖音视频的推荐量低？

为什么你的抖音短视频的推荐量低？ 3 方面解决！

原因是这样的，所有的账号都会有一个后台账号评级，评级主要取决于五个因素， 分别是： 健康度、原创度、活跃度、垂直度以及与互动度，当一个账号达到一个很高级的时候系统就 会匹配给你更多流量扶持找到方法才能保驾护航。

①头像， 个性签名，背景图有违规词和联系方式

②作品不垂直、视频模糊、视频时间低于 7 秒

③有广告，联系方式、有违禁词【建议制作视频时可以使用轻抖违禁词查询，看下有没有 违禁词出现】

**3.** 提升作品播放量

抖音专业运营是如何提升作品播放量？小白必看~

数据反馈主要有 4 个维度：点赞、评论、转发、完播率(用户看完视频的进度)

数据反馈好，你的视频就会有更多的播放量，反之亦然。账号运营也是围绕这 4 个维度去优 化：

**4.** **2** 招解决不涨粉

干货： 播放量很高， 但就是不涨粉！ 2 种解决办法！ ①账号主页不完善，用户再决定要不要关注一个账号的时候，一般会在看完视频以后点进 主页，然后通过主页的信息来判断你的账号能给他提供什么价值。所以，如果你的账号主页 的简介没有明确告知你是谁，你能给用户创造什么价值， 那他大概率是不会有关注的欲望， 要想要涨粉来讲的话，就一定要去好好的完善自己的账号主页。

②内容不够垂直，大家经常会刷到一些账号，这些账号以前都是当成朋友圈在发的，然后

突然无意间可能捕捉到生活中的一个新闻事件，或者啊你拍的东西非常的新奇特好玩，那这 条视频突然爆了，那像这种其实也是没有办法转粉的，拍的世界和自己的账号没有太多的关 联性，和你的上下内容也没有太大的关联性， 它属于内容上的不垂直。所以如果大家想要真 正做出一个有价值的账号，持续的产出对观众对于用户有价值的内容才是最重要的。

**5.** 提升播放量的**9** 个方法

干货： 抖音视频播放量低的 4 个原因， 小白必看~

一、视频清晰度不够

(1)视频拍摄模糊。

(2)视频导出不高清。视频尽量选择高清输出， 一般选择 1080P。

(3)平台压缩。由于本身视频清晰度不够， 平台再进行压缩，则视频画面越发模糊。

二、账号权重低，官方不推荐

三、尽量原创， 切勿搬运视频

视频原创度决定了抖音播放量， 对于任何搬运的视频不仅没有推荐，而且还会降低该账号权 重，严重的还有封号的风险。

四、频繁修改资料信息或大量删除作品

涉及到账号稳定性的问题

以上原因， 都可能导致作品播放量低，涨粉缓慢， 各项数据停滞不前， 就更谈不上变现了。

**6.** 视频播放量低的 **4** 个原因

干货： 抖音视频播放量低的 4 个原因， 小白必看~

一、视频清晰度不够

(1)视频拍摄模糊。

(2)视频导出不高清。视频尽量选择高清输出， 一般选择 1080P。

(3)平台压缩。由于本身视频清晰度不够， 平台再进行压缩，则视频画面越发模糊。

二、账号权重低，官方不推荐

三、尽量原创， 切勿搬运视频

视频原创度决定了抖音播放量， 对于任何搬运的视频不仅没有推荐，而且还会降低该账号权 重，严重的还有封号的风险。

四、频繁修改资料信息或大量删除作品

涉及到账号稳定性的问题

以上原因， 都可能导致作品播放量低，涨粉缓慢， 各项数据停滞不前， 就更谈不上变现了。

**7.** 播放量提升

干货： 如何增加视频播放量？ 7 个方面去提升

一、有内涵的， 有价值的，放松心情搞笑的； 让人产生共鸣， 甚至看见就不由自主地转发。

第二、打动人心；声音的采集， 音质要清楚； 画质要清晰优质，可以选择 1080p 60 帧的格 式；

第三、目前观众最关心的热门话题； 内容要有深度内涵， 触动一些情绪给人一些思考； 采用 一些热点，做好账号的垂直度。做到及时更新，不能有时候没有看到自己满意的汇报就放弃 不做了，初期都需要一个沉淀期，稍安勿躁；

第四、突发事件的； 有头有尾， 注意情节叙事连贯性。要突出重点， 有增量信息， 比如搞笑 的要有笑点，叙事要有重点；

第五、素材要清晰，成品要清晰，画面不要有抖动有跳帧，一定要清晰，最好的建议是竖屏。 上传起标题要注意， 三段式标题最受欢迎，不要假大空；

第六、做好数据汇总调研，看看用户比较偏爱那一类，及时调整，及时更新。有自己的思路， 把镜头都分好；

第七、 拍摄时候用好镜头需要， 该特写特写，该大景大景。剪辑制作要用心， 该加字幕要加 字幕， 使用好剪映类似的软件可以事半功倍。

**8.** **7** 方面提升播放量

干货： 如何增加视频播放量？7 个方面去提升

一、有内涵的， 有价值的，放松心情搞笑的； 让人产生共鸣， 甚至看见就不由自主地转发。

第二、打动人心；声音的采集， 音质要清楚； 画质要清晰优质，可以选择 1080p 60 帧的格 式；

第三、目前观众最关心的热门话题； 内容要有深度内涵， 触动一些情绪给人一些思考； 采用 一些热点，做好账号的垂直度。做到及时更新，不能有时候没有看到自己满意的汇报就放弃 不做了，初期都需要一个沉淀期，稍安勿躁；

第四、突发事件的； 有头有尾， 注意情节叙事连贯性。要突出重点， 有增量信息， 比如搞笑 的要有笑点，叙事要有重点；

第五、素材要清晰，成品要清晰，画面不要有抖动有跳帧，一定要清晰，最好的建议是竖屏。 上传起标题要注意， 三段式标题最受欢迎，不要假大空；

第六、做好数据汇总调研，看看用户比较偏爱那一类，及时调整，及时更新。有自己的思路， 把镜头都分好；

第七、拍摄时候用好镜头需要， 该特写特写， 该大景大景。剪辑制作要用心，该加字幕要加 字幕， 使用好剪映类似的软件可以事半功倍。

**9.** 抖音播放量为 **0** 如何解决

重磅： 抖音播放为 0 如何解决， 怎么恢复正常？ 一、账号问题： 账号问题主要集中于搬运问题， 如果一个账号搬运的视频过多会被抖音警告，收到警告的消 息的账号就会降低推荐率，从而导视频没人观看， 播放量为 0。

解决办法： 删除或者隐藏视频， 重新制作高质量作品(原创或者高级伪原创) ，这样抖音就 会重新审核账号。 二、视频问题： 视频的问题分两方面， 1、视频是搬运的，被抖音识别了出来(本地上传视频特别容易出现 播放为零的情况) ；2、视频违规，抖音不允许视频中出现骂人、抽烟、喝酒、不雅等情况， 所以这两点是大家特别需要注意的。

解决办法：如果账号以前正常，发布新视频之后没有播放量，那就要重新看一下视频有没有 违规情况， 如果存在违规删除作品。

**10.** 解决抖音播放量问题

重磅： 几个方法帮新手小白，解决抖音短视频播放量问题！

内容质量不好： 内容差， 因为没什么可看的， 创作的内容乱七八糟，没有亮点！ 如果内容不 好，那推荐和播放率会更低。

内容不垂直：如内容垂直，抖音会标记您的帐户。标记后，可以把你的视频推荐给相应的人。

如果内容不垂直，如果今天发布一个旅行，明天发布一个有趣的帖子， 那么抖音系统无法确 定内容的领域， 当然也无法提供任何进一步的推荐，当然播放量也不大。

营销太重：账号信息出现大量营销信息，作品内容直接就是硬广告。那基本上没有人喜欢看， 所以， 可以进行软广告进行插入。

**11.** 一招解决账号涨粉慢

一招教你解决账号涨粉慢，点赞少问题！ 赶紧学习~

播放量低： 作品内容不够垂直， 要做到精准定位， 针对粉丝， 用户画像做内容

点赞量少： 作品没共鸣， 文案要爆款，时间长短要适宜

涨粉太慢： 要有利他思维，要有内容输出，有价值的内容。

直播人少： 没有做好留存率、付费率、转粉率、互动率。

**12.** 抖音如何快速涨粉

重磅揭秘： 抖音如何快速涨粉？ 一个公式就学会

两定一新公式： (定内容，定人物) 抖音上的短视频有很多很多， 但最后能够实现变现的却是极少数。其主要原因在于，这些视 频往往不具备两个要素。

定内容：专注于制造某一领域， 就是定内容。内容是固定且垂直的，受视频吸引并选择关注 的粉丝，定位会非常的精准。

定人物：加强粉丝对你个人的印象， 即人设。 如果你的作品是围绕你个人来创作的，不论以何种方式，都要以你个人出镜为主，那么将来 变现的手段就可以靠粉丝打造个人 IP 实现。

一新是指： 用新颖的方法，去创作司空见惯的内容。

**13.** 账号初期涨粉技巧

抖音账号涨粉初期的技巧有哪些呢？ 看完就明白~

①遵循平台规则， 不发敏感话题；

②账号封面、内容要尽量统一；

③领域垂直度高， 就是选择发了减肥视频，就不要发旅游视频；

④选题； 找到一个能引爆用户群的“社交话题”

⑤互动机制；设置互动机制，让用户主动参与互动，就是说你可能内容不怎么高大上， 但 是互动这个很会撩， 也会遇到很多人想评论互动， 这样你的作品就很容易上热门

**14.** 一个方法破播放

播放量如何才能突破 500？一个方法就能破播放！

很多人的视频都破不了 500，原因就是：视频开头说 hello，大家好， 我是某某某， 我今天要 干嘛干嘛干嘛， 这三句话说完已经过去至少三秒了。

在抖音上大家都还不认识你，也不在乎你， 你说你是谁有什么用呢？ 相当于浪费掉了开头这 么宝贵的三秒钟，那你的播放量肯定不会高的，那不管你视频后面多精彩也没有意义了，因 为别人在开头的时候就已经划走了，那怎么办呢？ 你看看那些几十万上百万点赞的视频，他 们是怎么做黄金三秒的？ 例如： 一个化妆视频的开头，你看大特写大对比妆前妆后效果很明 显，

视频开头不是说你就坐在那儿， 然后打个招呼，说一下主题就可以啦。不仅穿着、灯光、音 乐、音效、声音、都是很值得考究的！

**15.** 了解规则快速涨粉

想在抖音快速涨粉,抖音平台的规则你都清楚吗?

1. 账号权重

很多人都说，都是认认真真做的视频，但播放量却极其的低，有时候甚至一个播放量都没有。 这是因为账号权重不高。

2. 推荐规则

抖音给每一个作品都会提供一个流量池，不管你是大号还是小号，作品质量如何，作品后续 的传播效果，就取决于这个流量池里面的数据表现。视频流量分发以附近和关注为主，再配 合用户标签和内容标签智能分发，如果视频的完播率高、互动率高， 那么这个视频就有机会 获得更多的推荐流量。

3. 时间效应

还有一种情况， 我们发现视频发布后， 好久都没火，过了几天、一周、甚至是几个月， 这个 视频突然就火了，这个也是抖音算法里面很有意思的一个机制，叫做挖坟，带火一些优质的 老视频。很多视频一开始没火， 可能后面被系统重新挖出了推荐后，莫名其妙就火了。

**16.** **3** 招教你提升播放量

抖音播放量怎么提升？3 个小办法教会你~

要具备原创性

对大家有帮助或者实用性、有内涵的内容。这样才可能会有很多人来关注你。如果你的抖音， 全是转发的别人的， 还会有多少人会去看呢?有多少人愿意关注你?

把握好数量

把握一定数量度。不要一下子发太多条抖音视频。这样， 别人如果关注或者是收听了你，全 屏都是你的抖音作品，至少我是会反感。要每周坚持发 3-5 篇左右的抖音足够了。

选择好时间段

有很多朋友， 都不会很好的选择时间段去发抖音， 而损失了大量的转发与粉丝。早上的 10 点到 11 点、中午、晚上的 7 点到 9 点这些时间段去发。因为这个时间段上网人数是相对来 说最多的。有 62%的用户会在饭前和睡前看抖音，在公司路上，上厕所等碎片化时间刷抖音 的仅有 10.9%!

如果想要推送的人群更精准，就需要做一个初步的用户画像，根据不同用户的使用习惯来决 定发布时间。

**17.** 涨粉小技巧

干货： 做抖音怎么涨粉？ 抖音涨粉的小技巧！

账号的名字好的名字，是涨粉的第一步。

1 ，学习类。

现在有一部分人刷抖音， 不只是为了消费时间，而是为了学习知识。现在知识类、教学类视 频也有很多，正因为有了需求才会有供求，如果你想选择这方面， 建议你的名字可以是”训 犬师” 、”老班长” 、”咨询师”等等。

名字一定要跟你的内容有关，这样方便用户节省时间，在最短的时间找到自己感兴趣的内容。 2 ，职业类。

把账号内容所涉及的领域、职业当做账号的名字， 会让用户觉得很真实、很放心。比如说”

大胃王密子君” ，”麻辣德子”等等， 这类账号听起来特别亲近没有距离感。 3 ，特定类。

是有自己的品牌，主要目的是为了带货、卖货、做直播、打广告等营销行为。所以这类人的 账号名字一定要吸引人， 比如说”直播那些事” 、”生活美学家”等等， 这类账号会很明确的告 诉用户自己的领域和范畴。

**18.** 提升视频播放量

怎么才能提升视频播放量？5 个核心内容点教会你~

新手想要提高视频播放量，快速起号必须知道内容制作的六个核心点：

第一个，未知， 你要是能说出他们不知道的， 他们就会对你的视频感兴趣。

第二， 实用一招， “教你变身超模脸” 、“三步教你识别莆田鞋”成本低好上手， 谁不愿意试一 下？

第三， 羡慕，让用户觉得你的东西好，产生想要拥有的情绪， 崇拜羡慕的感觉。

第四， 通俗，把复杂难理解的东西， 用一个生活常见的现象， 通俗易懂的类比出来，用户就 会期待你之后会说什么的。

第五， 八卦，八卦是人的天性， 谁都会对未知的东西产生莫名的好奇， 这 5 点只要你能掌握 一点， 视频播放量就低不了。

**19.** **3** 步视频就能破播放

重磅整理： 抖音视频破播放的方法！ 3 步教会你

1 .视频内容优化

①信息的前置

抓住观众的眼球，提高观众的期望值，在中间设置悬念， 让用户期待后续的发展。提高视频 播放率。

②设定彩蛋和福利

通过在标题和视频前 3 秒告诉观众最后有福利，吸引用户，福利可以是干货小 tip、市场新 动态、对观众有用的礼包等。

2 .多参加热门话题

抖音热门话题视频一般热度高、传播速度非常快。选择与自己领域相关的热门话题和音乐制 作作品。它还可以吸引更多的用户。但请注意话题一定要垂直于自己的领域。

3 .视频时间

视频播放率在很大程度上决定了作品是否进入下一个流量池。另外，抖音是一个短视频平台， 视频时间长了观众也看不了那么久，就会划走，所以必须尽量把视频时间控制在 8-15s 之间。

**20.** 全方面涨粉

如何新手做抖音？7 个方法教会你快速度涨粉！

1、要明确自己的输出内容是什么，选择自己感兴趣、能坚持输出的内容去创作。

2、不要一上来就发长视频，因为在抖音的流量池推荐上，会看视频作品的几个基础数据—— 完播率、点赞率、评论率、转发率。其中，又以完播率重要性最高。

3、建议新号前九个视频时间长度尽量控制在 9~15 秒以内， 有助于保证视频的完播率。

4、黄金三秒原则， 即在前三秒内吸引住用户，所以该开美颜的就开，但是视频一定要清晰。

5、如果是上传的是自己拍摄的视频作品的话，建议前期可以先考虑从模仿入手，去模仿一 些比较火且又跟你创作方向一致的作品，但不要照抄，要已超越为目的去对其进行二次创作， 之后再逐步考虑去拍原创作品。

6、要学会写脚本，说脚本可能不理解， 简单说就是你要制作什么样的内容， 是否要真人出 镜，多数情况下都需要真人出镜，因为真人出镜更容易火。

7、适时投一点 DOU+，也就是花钱上热门，有条件的话， 在适当的时候可以付费获取流量， 毕竟现在免费流量变少， 有时候视频要火不火的时候可以付费推广一下。

**21.** 到底怎么才能涨粉

抖音账号怎样才能涨粉？ 5 个方面教会你！

1. 内容垂直

在抖音同一个领域做的人比比皆是，比如你搜美食，你会发现关于美食的账号特别多。同时 你去搜教育、育儿的内容，同类型账号也是一大把，所以如果你做美食你又去发关于科技的 内容的话， 直接后果就是掉粉， 所以内容垂直是涨粉的关键。

2. 账号定位

账号的定位是你上热门的关键。抖音系统推荐精准度非常高，如果你平时比较关注美食方面 的内容，那么系统就会自动给你推荐美食相关的其他作品，当然， 搞笑、剧情类的作品也会 做出相关推荐。而这些都是抖音通过大数据运算。根据用户的喜好来推荐的。

3. 优化视频内容

内容为王， 优质的视频内容是涨粉的基础， 目前搞笑、美食、生活技术、情景剧、音乐等方 面内容更受用户欢迎。用户刷短视频的目的是放松，如果你的视频内容能给用户带来快乐， 那自然会关注你。

4. 文案创意

视频内容作为重要支撑， 而视频文案则是视频的点睛之笔，文案对视频的辅助作用很关键。 文案要与视频内容相符， 能引起人的共鸣，和视频做到一个很好的搭配和衔接作用。

5. 合理蹭热点

平时多注意抖音热门视频内容， 在自己创作的视频内容中加入热门相关话题，热门话题和热 门音乐都是蹭热点的关键因素， 抖音搜索框就直接可以看到最新热度话题内容，这些内容都 是官方推荐的， 你只要赶上这波热点的末班车，那平台自然会支持并且推荐你的作品。

**22.** 提升播放量有哪些方法

重磅： 怎么提高抖音视频播放量？提升播放量有哪些方法?

1、标题内容

抖音标题一定要吸睛，好是有讨论或者反问式的标题，这样可以引起关注，从而“粉丝们” 点进视频去观看更多，而这个标题和简介好能是视频内容的延伸。

2、独特封面

主号账号的显示封面好自己做一个，既美观又独特;每个视频好也做一个封面，封面要做到 统一风格， 内容明确。

3、背景音乐

音乐要选择符合视频基调的，禁止胡乱搭配;多利用抖音热门音乐拍摄视频，达到蹭热度目 的，当然视频要与音乐相辅相成。

4、字幕

加上字幕用户体验较好， 且字幕不要遮挡视频，注意细节！

5、视频时长

建议 15 秒左右，避免过长影响完播率。如果要播长视频的话，视频内容质量一定要把好关， 要能让别人可以完整看下去的。

6、更新频率

一周最起码 3 更， 持续输出有价值的内容，增加粉丝粘性，为之后的变现打好基础。

**23.** 提升视频完播率

干货： 提高抖音视频数据的小技巧， 提升视频完播率！

很多人直播时找我看号， 内容没大问题， 但是上来就是“今天教大家什么，今天给大家展示 什么”态度太平了，观众都划走了，但如果你是把教你剥小龙虾的正确方法换成，【学会这 个剥小龙虾的绝招， 以后每次聚餐我都能交到女朋友剥小龙虾】、【还不知道这个方法，朋 友要比你多吃一半】， 只要用两个点，利益相关， 或者危害相关， 让大部分人对内容产生兴 趣。正在开头把你留下来，包括本来可能没那么感兴趣的人透彻彻。

**24.** 播放率的几个核心指标

关于抖音作品播放率的几个核心指标，到底该如何判断呢？

1、完播率， 多少算好？

•0-10% ——较低

•10%-30% —— 一般

•30%以上——较好

建议： 视频时长尽量控制 15-40 秒、巧用热门音乐等技巧， 科普类可尝试 1min 长视频。抖 音强节奏、重音乐， 每 3 秒需要给用户一个看下去的理由，内容不够？ 音乐来凑。

2、作品平均播放时长，多少算好？

•3 秒以下——较低

•3-7 秒—— 一般

•7-15 秒——较好

•15 秒以上——很好

建议： 想要视频吸引人， 前 3 秒是关键！开场即高潮， 才能更抓人眼球，让粉丝带着期待坚 持看完，多留悬念、反转、梗。

3、互动率怎么计算？

•点赞率： 点赞量/视频播放量\*100%

•评论率： 评论量/视频播放量\*100%

•转发率： 转发量/视频播放量\*100%

4、互动率多少算好？

•点赞率： 5%以上

•评论率： 1%以上

•转发率： 0.5%以上

建议： 开头和结尾的设计很关键，打造独特的"记忆点"，可以引导粉丝点赞留言

**25.** 抖音没播放量 **4** 点原因

干货： 抖音视频没播放量就这 4 点原因，赶紧学习！ (1) 账号标签过多，平台不知该如何推荐； 没有标签，不知该给你推荐什么样的人；标签 不准， 推荐用户就不精准，所以要强化账号标签， 让系统准确识别，推荐精准人群。 (2)视频标签 系统没有感情， 靠画面和文本描述提取关键词，所以文本描述一定要准确 (3)视频内容 ①选题最最重要， 选题不对，努力白费。

②留存： 开头抓住用户

③内容质量

(4)账号权重

可以决定账号的下限，权重越高，播放量越大。

播放量不好，从以上这些问题排查就好了

**26.** 完播率和封面有什么关系

干货： 完播率与封面字幕，竟这么大关系！赶紧学习~

字幕在短视频中的重要性啊，要比传统剪辑大得多，字幕甚至会影响视频的播放量。

第一种情况说不清， 比如平翘舌不分，有的时候还说东北话， 那么这时候字幕就很重要了！

第二种情况，观看短视频的用户在有些情况下不方便开声音，但讲的内容对他来讲就很重要 时，必须得有字幕，那到底怎么加观看体验更好？给个建议，每行字幕尽量不要超过八个字， 并且大一点，这样看起来读起来才更轻松，那字幕搞得再努力，最后因为位置不对，被评论 区等等，其他地方遮挡了，那么前面这些努力就白费了， 剪映专业版翻译字幕很准确， 字幕 大概三到五分钟就可以上好了。

**27.** 涨粉的运营技巧

重磅： 如何让抖音上热门？粉丝暴增，抖音运营技巧

做抖音的小伙伴们最忧虑的便是新号没有流量，没有扶持，没有方向怎么做。

1、首先要有一个噱头， 一个我们都重视的话题，往往能吸引住我们的眼球和好奇心，在视 频中你能够解开谜底，可是牢记，为了留住粉丝， 你要懂得在内容上去引导粉丝后续重视。

2 、要懂得拉近和粉丝之间的间隔，不要给人一种飘在空中的感觉，比如说最近的炫富摔， 虽然十分有新意，可是不能引起太多粉丝的后续重视，往往是一些更贴近粉丝日子的更容易 吸引人。

3、拉近与粉丝的间隔。增加互动。有互动才会给粉丝留下深入的印象。

**28.** 抖音什么视频涨粉快

必看！ 发什么视频涨粉最快？干货满满~

第一发能够解决用户问题的干货内容，很多账号发的内容是那种博眼球的，吸引用户注意力 的， 给用户提供情绪刺激的， 这样的内容，用户看了也许会给你点赞， 也许会给你评论，但 是他不会关注你，但如果你的内容用户看了一条， 觉得你解决了他的一个问题， 然后他后面 还想再看到，解决更多问题，学习更多， 那它就一定会关注你，

第二，解决的问题是大多数人的大问题，而不是小众的小问题，第一点保证的是用户看了你 的视频，关注你的概率会很高，第二点保证的是你可以让更多的人看到你的视频，所以总结 下来其实就是一条公式， 叫高播放量乘以高关注率等于快速涨粉。

**29.** 一夜涨粉 **180** 万

揭秘： 一夜涨粉 180 万，是怎么做到的？

这两天你一定也被陈老师给刷屏了吧，他的口头禅，您下载了国家反诈中心 APP 了吗？ 更 是霸占抖音热榜第一名， 究竟他是如何一夜之间涨到 180 万的？

第一抱大腿 9 月 3 日当天早晨就和疯狂的小哥哥 20 多位主播共同连麦直播间在线人数 78 万直接涨到 130 万。

第二反差感，打破了以往官方的严肃感， 让反诈知识宣传更加的接地气、大众化， 而主播面 对老陈的不打自招还有惊慌失措，产生了大量的爆笑名场面， 引发二次传播。

第三用户价值， 大家都愿意成为“反诈宣传的编外人员”，就是民心所向。

**30.** 破 **500** 播放量

重磅整理： 一个方法让播放量秒破 500！就这么简单！ 轻轻松松涨粉破 500 播放的方法就是拆分爆款视频作品元素，模仿加创新短视频的组成，短 视频看似复杂， 但其无非就是内容、声音、画面三个大框架。

画面里面： 包含人物服装、化妆、道具、特效、场景。

内容上：包含开端， 发展，高潮，结局。

声音上：包含音色，语言、BGM 总共差不多就这些元素。对一个爆款视频的关键元素进行 拆解之后， 在几个点上稍微改变一下，加入自己的想法， 就是一个全新的作品。 观众看视频看的无非就是这些关键元素，所谓创新，无非就是旧元素新组合。这样可以提升 播放量，而且还不是照抄照搬！ 在模仿成熟的内容中做一些新增。总有一天，你可以找到自 己的风格！

**31.** 作品“破播放”

关于“破播放”？

视频破播放上热门的五个维度：

1、完播率： 人家看你的视频，从头看到尾的为一个完播率，完播率越高越容易破播放上热 门

2、点赞率： 点赞量越高， 越容易上热门

3、评论率： 评论数越多越容易破播放上热门

4、转发率： 转发你视频的人越多越容易破播放上热门，复制你视频音乐链接，拍你视频同 款也算转发量

5、复播率： 同一个人看你的视频，看了一遍又重复看的叫复播率， 复播率高越容易上热门

破播放的七大技巧： (破播放的公式)

1 、黄金三秒(也叫开篇三秒)， 吸引住人家的眼球，人家看不看你的视频决定于前三秒， 三秒钟你不能吸引人家， 人家就会划过你的视频， 所以前三秒很重要

黄金黄秒表现形式： 夸张的动作吸引人家的眼球(例如说视频开场打自己一巴掌，看视频的 人会好奇你为什么打自己一巴掌，他会继续看下去)

有核心点，抬杠点，吐槽点，共鸣点，好奇点，争议性的标题：例如：零粉丝能开播吗？ 直

播能赚多少钱？

2 、7 秒视频，视频太长人家没耐性看完， 太短抖爸爸不推荐

3、热门音乐：用高潮部分，跟场景搭配的，把热门音乐变成自己的音乐

4 、55 字热门文案，好的文案有核心点，抬杠点，吐槽点，共鸣点，好奇点，争议性，总得 占一两点，刚才说了视频七秒，大家都知道七秒看不完五十五个字，从而达到完播率跟复播 率

5、作品清晰度要高清

6、上热门机制： (一小时播放量 1000，点赞量 100)

7、把同城定位打开， 添加热门话题

写文案：捉住人家的眼球，一定要设置疑问， 设置槽点： 你们知道抖爸爸如何赚米，你们知 道零粉丝能开直播吗？

**32.** 提高视频热度

干货满满~如何提高抖音视频热度？

可以查看「抖音推荐算法」相关原理：

算法会利用数据从抖音的所有作品当中，实时的选出观众最可能会喜欢的那一个

1、比如视频本身的信息，包括标题、内容等，还有视频发布之后，其他用户与视频之间的 交互历史。比如点赞、评论以及观看多长时间等等。

2 、除此之外，也会参考用户历史上看过的视频信息，用户与看过的视频之间的交互信息， 比如是否有点赞、评论及分享等行为。

所以让观众喜欢视频是获得推荐的最重要因素，与此同时要遵守社区规则，保证帐号健康成 长，多多参与线上挑战， 不断提高内容制作水平， 用内容打动观众！

**33.** “破播”六个核心

掌握这“六个核心”，你的作品就会火

想要作品被转发，必须要激发起人们的分享欲望， 归纳起来有六个核心：

一、社交货币

两年前一条微博火了，被转发了 1.6 万次， 内容是这样的：

在电商行业找女朋友有一条定律。不能找买连衣裙，单价低于一百二十八的，因为这个价格 被淘宝系统打标成了低价人群，这类人特别喜欢讨价还价，而且各种售后问题，非常难伺候。 这条微博当天冲上热搜，背后的逻辑就是社交货币，转发的人截图自己在淘宝搜索连衣裙的 价格， 证明自己是高价人群。

【结论】这就说明， 如果分享某项内容， 能让别人觉得自己优秀与众不同， 这个内容就会被 疯狂转发。

二、诱因

当你听到一首歌，突然想起初恋女友，这首歌就是拨动你心弦的诱因。而当你看到在 k t v 唱 杀猪刀的油腻大叔，你就会想到年底收到工程款的老板阿牛哥。其实阿牛哥的第一条视频发 出来反响平平。半年后被加上年底收到工程款的老板这个诱因之后，才一下子火遍全网。

【结论】所以想要你的视频被更多传播， 就要把它和一件人们喜欢的事情关联起来。

三、情绪

上个月有条视频刷爆抖音，七点五万转发八点一万，评论两百二十万赞，标题是《他们总是 孤独》。先讲两位大佬， 周星驰和周润发早年拼搏奋斗的艰辛。再讲博主自己年少孤独打拼 的经历。“人生在世，江湖风云，世间冷暖只有自知”一句话戳中无数人泪点，纷纷点赞转发。

【结论】情绪永远是人类最大的软肋，抓住这点你的作品就成功一半了。

四、模仿

模仿其实是抖音成功的一大核心。拍同款从互联网诞生之日，就有无数模仿的案例在刷屏。 风转早些年的冰桶挑战， 还有这次让杨幂都来蹭的热点细腰； 太多经典这里不在赘述。

【结论】如果你会策划模仿，你就掌握了顶级流量密码。

五、实用价值

这类内容是抖音排行榜上的常客，例如：买房须知、女人三十岁以后必须知道的十件事等等。 最具实用价值的几个主题：男人赚钱，女人变美， 儿童教育， 老人健康等等；

【结论】只要你能够提供给粉丝价值，就必然会被转发。

六、故事

一个好故事胜过千言万语。很多人问作品一直徘徊在五百个播放量如何破播？ 第一件事情就 是要学会讲故事；一条视频讲清楚我是谁，我经历了什么，关注我能得到什么， 很多人都被 打动；

【结论】学会讲故事，下一个被疯狂转发的就是你。

**34.** 作品卡“**500**”

为什么作品播放老是卡在“S00”左右？(赶紧收藏)

首先， 绝大多数作品都是卡在“S00”，所以不用焦虑。

很多朋友以为被限流，其实这种担心大可不必。

因为这个级别的播放量根本没有限流的资格；所谓“限流”，起码是要上万播放以上，有流转 的趋势但是不符合平台规定的作品才会被限流。

可以通过投 DOU+来测试， 能投的就是正常的作品！

播放量卡在”S00“就是因为你的内容不吸引人， 平台懒得给你推荐， 浪费流量了； 所以好好去做内容吧，不要总觉得自己被限流了！ 加油！

**35.** 卡 **1000** 常见问题

抖音播放量卡在 1000 以内的常见问题

1、画质不清晰(灯光暗/抖动)

2、内容有违规

3、账号权重低

4、选题对用户没有吸引力

5、内容拖沓、完播率低

6、呈现形式有问题

7、朋友圈式玩抖音

**36.** 表情包引流

引流涨粉玩法！ 利用微信表情包抖音引流(实操干货)

大家好，我是轻抖君，今天主要给大家分享讲解一下如何利用微信表情包通过抖音引流。

相信微信表情包大家都用过，在这个一言不合就斗图的时代，能用表情包表达的人们都懒得 用文字了，并且受众群体广泛，从 00 后到 80 后，甚至年龄更大的群体只要玩微信的，不管 男女老少都在玩。既然需求广泛我们当然可以通过它来引流了，再抖音上就有很多通过表情 包来被动引流的。

操作原理很简单，常见的方法就是将成套的个性表情图片，使用视频编辑器制作成音乐相视 频， 或者使用微信聊天发送表情包录屏的形式制作.而后发布，对于想要表情包的人，就引 导到微信号还有公众号来进行转化。做抖音前期最重要的就是养号!!!讲养号之前我给大家说 一下怎么自检账号:

1、僵尸号

僵尸号:如果是持续一个星期新发布作品在播放量 100 以下，视为僵尸号。几乎等于废号。 建议重新注册抖音号。僵尸号就是说就算抖音好友也不会给推荐。相当于你发朋友圈别人也 看不到

2、最低权重号

最低权重号:如果持续 7 天新发布作品，播放量在 100-200 的播放量徘徊，就是最低权重号， 只会被推荐到低级流量池，如果持续半个月到一个月没有突破的话会被降为僵尸号;做抖音 引流最好是用全新的账号来做， 或者没怎么用的老账号也可以注销了重新做，注销 7 天之后 就是全新的账号了。

3、中途降权

中途降权:那另外还有一种情况就是搬运号或者后期发的广告，复制的其他平台的视频没有 经过二次创作，或者说这个视频被多人搬运或者被识别出是广告，那当这个时候被平台识别 到的时候， 他也是会给你降权的;

出现这三种账号都不要了，直接申请新的账号， 所以看下自己的账号，自检下;如果没有多

余的手机号去重新申请账号可以把原来的账号注销掉再申请， 就是一个新的账号 养号的具体操作再来说下:

3 要素:

1.设备， 一定要一机一号

2.IP，前期最好用手机流量来养号

3.账号， 用全新的账号

养号:

第一天:注册好抖音号，放 24 小时(不填资料)简单的看视频，保证完播率，一天 2-3 个账号 关注。看的视频主要是政府部门，大网红，自己相关领域的对标。10-15 条视频点一个赞(正

能量， 大网红， 自己领域)

第二天:

增加一个步骤有效互动(去评论别人视频， 在评论下面评论，找没有回复的点赞高的，可在 评论中找文案好的)

改头像，找一个好看的表情包头像，所有信息都填一下。尽量一次填好后期别随便改。10-15 条视频一个赞，刷同城的视频去评论，目的是为了让别人回复你。然后每天去搜索自己的标 签的视频(表情包视频)

”，可以关注几个粉丝多的看个 5-10 分钟， 然后去首页刷新一下，刷到自己领域的视频多完 播几遍，然后划到博主首页，可以看其他的， 也可以不看的，等在首页刷到视频质量下降， 如只有几千几百的点赞， 去首页刷新。刷 5-10 分钟在进行同样的操作。

重复第二天步骤直到第五天

第三天到第五天重复前面的步骤，继续每天关注 2-3 个同领域账号，多刷同类视频并且互动。 五天整个养号流下来 20-25 个有效互动，关注不超过 20 个， 大概 15 个。点赞 80-100 个

如何看自己养号是否成功，刷推荐视频 60%以上是自己领域表情包视频，此时养号就是成功 了，养号时间 5~7 天最佳，我建议七天后开始发作品，别着急。

发视频:发视频前刷 20-30 分钟养号步骤， 在发视频后， 重复养号步骤， 不要频繁去看数据， 有人评论 1-2 小时再去回复一次;发视频时间:中午 12~14 点， 下午 7 点以后， 晚上九点十点

也不错。其实抖音日活量在三亿只要作品质量好， 不管你什么时间发都会有人看的。主要是 作品质量。

下面再讲一下完播率

在抖音用机器审核你的作品的时候，审核的第一个第一关叫做完播率。也就是你的完播率越 高，那你就会被抖音推荐到下一个流量池，一般你发一个作品。抖音会自动匹配正常账号， 正常用户会匹配给你 300 到 500 个的观看群体。是考核这 300 到 500 人，他们有没有完播 你这个作品。来决定要不要再给你投下一个流量池，就是 3000 人 5000 人的流量池。

首先你要保证。前三秒到五秒能不能抓住看的人的心?也就是说，你认为你拍的挺好。那你 要考虑。用户看完了之后能不能看完。你的每一个点之间能不能衔接的上。就像你看电影， 大家都能看完不?因为看着看着。你还想知道这个人主人公到底死了没有，他们俩在一起了 没有， 相爱了没有， 这就叫做完播率。

所以结合着这个点， 你们就要知道在开始发作品的时候。不要发的太长，除非你对你的作品 足够的有信心。不要发的太长， 一定要简约简单， 让大家一看就能被吸引， 被看完，甚至看 几遍。所以刚开始我们的作品最好在 10 秒左右

把你的作品列为需要人工审核的时候，也就是已经给了你相对来说比较大的一波流量。这个 时候呢，需要人工审核， 就是第二轮审核。在这个时候他们考虑的这个。考核的是你的互动 数据。什么叫互动数据就是评论以及转发下载、分享， 这叫互动数据。所以说， 你的一个作 品有多少互动量也很重要。也就是意味着大家再发作品的时候，你一定要有话题点。我们

通常把这个叫做槽点。就是啊， 我在抖音上看了一个人的作品，说啊， 看上去这个美女挺美 的， 这个作品挺好的，但是我不知道要给他评论什么， 他没有槽点，不知道该怎么吐槽。举

例说，我们的表情包视频制作的挺好的，但是没有话题不知道推荐给谁，所以我们发作品尽 量挑一些可以转发的对象或者闺蜜的视频来制作。然后我们进行下一话题短视频的文案。

编辑文案时，我们就可以选择热门话题，这些话题本身的流量是比较大的， 哪怕本身话题与 我们内容不是那么的精准，因为热门话题流量非常大， 也会在前期阶段带来不错的流量。有 些视频很平常文案很好也会引起共鸣，所以点赞评论人也会很多，有时候我们视频的播放量 一直卡在一个点上不去也可以试着发热门话题文案。

文案要好又长，视频要简短， 别人文案还没看完时你的视频已经播放完了。配音尽量去选择 抖音上最新最火的去蹭热点，文案也可以去知乎还有微博上找一些热门的段子来编辑创作。

作品一定要原创才行，可以参考同行对标账号里播放率点赞率高的作品，用同样的配音还有 文案， 只需要搭配另外的表情图片即可， 一样也属于原创

号养好之后我们来学习如何制做表情包视频

第一步我们需要搜集表情包素材—表情包素材哪里获取

1:通过微信搜一搜搜索表情，蜜桃猫、一二都是比较火的表情包

2:直接去淘宝搜索表情包，几块钱就可以买到各种打包好的表情包素材 3:还可以去微博、小红书上搜索表情包关键词，都可以找到各种热门的表情包

收集的这些素材就是引流最好的诱饵，引流效果好不好很大程度取决于你收集的素材和作品 质量。

制作表情包视频:、

收集好表情包素材之后我们可以去抖音上面找一些同行点赞比较高的作品保存下来，后期可

以用来提取音频，

演示视频:

大家可以看一下制作视频，看不懂的可以多看几遍，自己试着操作一下，后面就会越来越熟 练。一个原创视频做好之后也可以多个平台去发布。还有引流是需要坚持去做的，不要发了 几个视频没有流量就放弃了，任何事情都需要持续去做才会有收获的。

还有新号前期没做起来的时候在简介上最好不要直接放联系方式，等后期粉丝量流量起来了 账号的权重高了之后在加上。最后再给大家分享 2 个可以在线自定义表情包图案和文字的小

程序，萌闪表情还有表情在线，大家也可以在这里面找到各种热门的表情包素材，然后修改 适合自己文案的表情包来引流。

**37.** **6** 个思维方式

重磅干货： 玩转抖音的 6 个思维方式！(赶紧收藏)

1、任何时候做抖音都不晚

因为抖音的算法推荐机制和流量分配模式，任何时候进入到抖音这个生态， 只要你的内容能 够被用户喜欢， 你都可以获得高额的流量！

2、懂算法更要让算法懂你

忘掉内容为王， 先研究算法。举个例子， 雅诗兰黛的两句广告词：

“雅诗兰黛小棕瓶 伴你熬过这个冬天”VS“雅诗兰黛小棕瓶 保湿效果非常好”

从文学色彩角度来看的话，第一句话肯定是完虐第二句话的。但是，从算法推荐的逻辑来讲， 算法根本就识别不出来什么叫做“伴你熬过这个冬天”，算法只能拆出“保湿效果”。

如果说算法识别不了你的内容时，他就很难给你推荐到精准的人群。所以说这个思维逻辑一 定要记住， 先想办法让算法能懂你的内容，然后再去想怎么能够让内容更好！

3、粉丝真的不值钱且没用

除了证明你过去很厉害以外。它的价值在于你的粉丝更多以后，可以获得更高的基础推荐值， 就是你比如说 100 万粉丝号和 1 万粉丝号， 100 万粉丝号，可能一上来就给他推荐 10 万个 用户， 1 万的号也就 800 顶破天了。当然这只是一个基数推荐，只要你的内容足够好， 你可 以去通过不断的迭代，一次两次迭代，快速的碾压过那个百万粉丝的曝光情况。

4、努力让观众反馈， 是通往爆款的必经之路

机器不知道你的内容值不值得被推荐给 10 万个人， 机器只能通过用户的反馈去做是否推荐 的判断。你如果在内容里边积极的让用户给你点赞、给你反馈、把用户吸引住， 让用户把你 的视频看完的话，那么这些行为就会反馈给算法： 这个视频值得去做继续的推荐。

5、明确内容边界，才能获得稳定的流量

做抖音最重要的事情就是保证流量稳定。我们不能今天百万曝光明天一个赞没有， 这样的内 容， 是不适合商业化、不适合长期发展的。获取稳定流量的关键就是明确内容边界，要保证 你的内容只会被一类人喜欢，其他人看了也不会给你反馈，把你的内容修正到只会被算法去 做定向推荐，才能够不断的扩大，不断的扩张。

6、数据驱动

因为算法推荐是完全基于用户的反馈数据做推荐的，所以说你在做内容的时候，一定要通过 数据来观察哪些账号、哪些内容是被系统推荐，是受到系统认可的，只有数据才能作为参考 条件。

之前所有内容形态的涨粉情况， 都是斜率的稳步往上涨的，但是在抖音里最健康的涨粉方式 是脉冲式的，就是一个视频爆一次， 不存在稳定的缓慢增长， 只有爆点式的突破式增长，所 以一定要找到那种非常优质的在增长的账号。

**38.** 优质作品小技巧

重要！ ！持续产出优质作品的小技巧(快收藏)

我们讲过关于创作相关的知识点，但是还是有很多人反馈自己拍了上条，不知道下条该拍什 么。这是为什么呢？ 说到底，你没有掌握持续跟新的方法

所有的创新其实都是在现有的基础上进行优化和改编，只要你在合适的渠道找到和合适的信 息，就会有源源不断的素材供你参考。

那究竟要如何做呢，在这里我给大家提供 5 大渠道，只要按照我提供的思路去找与你人设 相关的信息，也就不用担心自己要拍什么的问题

1、短视频平台

像快手、抖音、微视、火山小视频美拍和秒拍等这些短视频平台，有很多与你相关的同类型 作品， 可以多关注这些平台与你相关的作者。关注的目的，就是跟优秀的同行学习，把他们 已经验证成功的思路和创意直接加以修改拿过来就用

2、新闻资讯平台

有很多的抖音账号需要收集一些相关的时事热点或者其他的内容，就可以关注今日头条、一 点咨询、腾讯新闻、搜狐新闻等平台，这些平台目前中国信息量最大的门户网站

3、新浪微博平台

如果你做明星、情感、鸡汤、动漫、段子等内容， 就可以在微博搜索相应的关键词， 关注你 感兴趣的博主，找那些在各个领域都是 KOL，也就是所谓的意见领袖，他们的内容都是经 过精心策划的， 很多都是直接可以拿来就用

4、微信公众号

微信经过多年的沉淀，储备各个垂直领域的干货文章， 特别适合那些做护肤、养生、减肥等 知识分享的朋友，里面有很多你想要的小常识资料

5、各类垂直网站和 APP

如果你的目标用户是做特别小众的垂直人群，你就可以上对应的贴吧去找相关的信息。还有， 一些行业靠前垂直类的软件， 比如说你是做女性姨妈保养的， 你就可以下载「美柚」这样的 APP；如果你是做健身类的，你就可以下载「keep」等等；其根本原因就是， 里面都是你非 常精准的用户群，他们所讨论的话题以及关心的点，都可以作为你下一次内容创作的素材和 选题

**39.** 什么作品容易火

抖音什么样的内容最容易火(干货满满！ )

简单把抖音容易火的内容总共分为 10 类，大家可以对号入座，看在你的人设下你适合拍什 么样的内容。

1、颜值类。

毕竟好看长得帅的人谁都喜欢， 这个比较适合对自己颜值有自信的小哥哥小姐姐们选择。 2、剧情类。

这种比较适合有团队运转和有一定演技的人。

3、生活类。

比如说男女之间的生活或者自己的体验， 比如说蹦极、旅行、奇特的自然现象、极光这些不 常见的内容，只要你喜欢记录生活就可以用这种。

4、美食类。

如果你是吃货， 喜欢找寻或者制作各种好吃的，这类无异于适合你。

5、知识类。

就比如说丁香医生， 每段视频都有一个知识点，让人在十几秒内感觉能学到东西。

6、技能类。

你有自己的兴趣爱好，比如弹钢琴、绘画、摄影、唱歌有一样还不错， 你就可以展示你的技 能。

7、解说类。

如果你喜欢电影或者游戏，又愿意花时间研究可以选择此类。

8、特效类。

比如说黑脸、疯狂的特效师这一类，他们主要做的是视频特效，可以把我们平时看的一些大 片特效在十几秒中做出来，引起很多人的猎奇心理。

9、图文类。

这类比较适合那些不想上镜的朋友，可以在网上收集一些段子和鸡汤，然后用原作者或者自 己的声音展现出来就行。

10 、动物类。

相信不少人被抖音上的哈士奇和短美萌到了， 如果你喜欢小动物，正好家里有小猫小狗，完 全可以记录你和它们之间的故事。

除了以上十类， 还有其他的。

但不管什么内容，你的人设定位一定要清晰， 不能什么都拍。

其次是内容一定要符合人性，用四个字总结就是： 有趣有用。

大家在拍视频前，一定要思考下你的作品到底满足了用户的什么需求点。

四：直播篇

**1.** 带货到底多赚钱？

揭秘： 头部带货主播薇娅跌落神坛！ 带货主播到底多赚钱？

又有带货主播栽了， 这一次是“一姐"薇娅，因为偷逃税薇娅被追缴并处罚款高达 13.41 亿 元， 涉案金额之高令人震惊。那么通报当中还提及薇娅经税务机关多次提醒督促，仍整改不 彻底， 可以说是明知故犯，错上加错。目前薇娅发布了致歉信，表示愿为自己的错误承担一 切后果，此时的道歉，不管他的万千粉丝会不会接受， 监管部门的态度已经很明确了， 免除 刑事处罚的前提是在规定的期限内要缴清税款和罚款， 国家支持新业态的发展，但是创新不 应也不能够成为违法行为的护身符，依法纳税是每个公民应尽的义务。当前直播带货经济如 火如荼，网红主播快速的蹿红， 流量变现太快太容易， 一些人被冲昏了头脑，以为网络直播 是法外之地，从雪梨林珊珊被罚九千万到薇娅被罚 13.41 亿，无异于给这些主播们当头一棒。 今年的九月份以来， 已经有上千名的网络主播自动的自查补缴税款。

那要知道薇娅偷逃税都能这么多亿，那带货主播收入得多高啊！要知道带货主播收入分为三 部分， 坑位费， 销售提成以及直播间打赏！一般头部顶流的主播， 一个货品的坑位费大概五 位数，六位数那是常态，而一个晚上主播要卖 20 个-40 个产品，那就是这个数乘以20 或者 是 40，看看光这笔收入， 那就是天文数字， 那为什么这么高啊？ 因为顶流主播手里握着商 家趋之若鹜的东西， 两个字流量！以千万为单位的直播间人气，而且用户就奔着来买东西的 来的， 流量多且足够精准！

**2.** 宇宙尽头是直播带货？

重磅揭秘： 宇宙的尽头是直播带货？

B 站正在筹备在直播间中加入购物车功能，这预示着 B 站也将进军直播带货领域。目前 B 站 和一些 UP 主和品牌方谈妥，基本完成了首批招商工作。灰度测试会在近期进行， 最快不超 过一周，就可以进行完整测试了。

B 站将对率先尝试直播带货的 UP 主给予流量扶持，本次小黄车上线仍处于小范围内测阶段， 并非大规模布局。

**3.** 带货直播常见问题

干货： 抖音带货直播最常见的问题！ 如何解决！

主播带货出常见的问题： 没规则，被观众带节奏， 话术不清晰。主播对自己的要求就是一定 要有自己的节奏，一定要有自己的思路， 自己有一个清晰的套路， 清晰的策略。千万不要在 意观众说了什么，要在意的是我说什么给观众听，我能不能牵着观众走，而不是被观众带偏。 了解消费者的需求， 购买意愿等。一定要有自己的专业话术。

**4.** 直播的 **13** 个步骤

新人直播必学的 13 个关键步骤， 少一步都不会火！ 1、明确直播定位，设定开播环节，选定开播时间。新人可以选择一大早，4 到 7 点开播， 或者中午 12 点左右， 下午 4 到 7 点，晚上 11 点后。

2、笃定内心，自我肯定、自我鼓励， 平常心

3、检查设备，准备水、充电器， 测声卡， 充抖币

4、发作品预热

5、准备另一部手机， 边看边播

6、整点开播，提前上播， 设置封面等

7 、4 个动作加热直播间。自己给自己点赞、评论， 打开小黄袋，给自己送一个小礼物。

8、巧用红包与福袋。发红包、福袋， 用来留人和采集数据。仅粉丝团成员可以参加,再设置 一个口令。

9、暖场留人

10、价值输出

11、正确应对黑粉

12、带货节奏

13、下播延迟 6 秒注意事项。主播界面和观众界面有 6 秒延迟， 下播需要和直播间观众打好 招呼再下播细节决定成败。

**5.** 直播常见 **3** 个问题

直播最常遇到的 3 个问题！看完就能解决没流量！

最常遇到的三个流量问题是：1、第一波急速流接不住，人越播越少。2、零粉账号没有人来。

3、开播来的人很少。

①抖音的急速流就是一旦你经受住了考验，那就是一波又一波的阶梯式增长。相反，如果 直播间第一波流量接不住，整体流量就会呈现阶梯式下滑。

那么，急速流接不住的原因是什么？ 主要就是因为没数据：一百个人过来了，悄悄来了又悄 悄走了，这就属于典型的没有接住流量。

我们接住流量的核心点在于拉数据， 数据考核维度主要有：互动、转粉、停留、成交(比重 最高) 等。

②零粉新号没有人来：很大概率是账号权重出现了问题。因为抖音一般都会给刚开播的新 直播间一定的流量扶持，如果没有，那极有可能是账号出现了一些问题，需要重新进行养号。

③开播来的人很少： 核心其实在于—— 圈层太低，账号此刻处于低阶流程池； 只要核心圈 层低， 外层返流量就少。解决办法其实很简单，就是——破圈！而破圈的两个重要维度就是： 要么大流量要么多成交。

可以使用轻抖 APP 的引流任务增加直播间的流量！

**6.** 爆款话术提高直播间曝光

如何用一个爆款话术提高直播间曝光，转化率？

第一步，预热直接在开播推流的时候直接了当的说我们直播间有什么活动和福利。大幅度提 高，我们直播间曝光进入转化率。

第二步，做好价值包装， 价值不到， 价格不报。如果说你想直播间有大量的成单和大量互动 的，就一定要做好价值包装。

第三步，引导互动， 互动有核心三个点： 1 、爆款关键词， 2 、灯牌， 3、互动量。

第四步，放单， 一定要控好节奏，打好配合速度慢一点， 把数据做全了，把流量吃干净。

**7.** 新人直播必备 **3** 点技能

新人直播必备 3 点技能！看完就会~

1.抖音加强直播， 对直播新人非常友好。都会获得抖音的流量推荐， 所以说直播新人一定不

要错过。

2.粉丝少也可以在抖音开直播。很多人不知道， 或者不敢开。粉丝少不能没有定位， 开直播 一定要有明确的主题。开直播前你要明确你的主题，最好先找到你账号的定位再开直播。

3.新人开直播面临的一个问题是面对镜头的能力。几个人交流你可以讲的很好， 但是一旦打 开镜头，你就蒙了， 浑身不自在。本来有很多话想要讲， 但是你一句话也讲不出来，这种问 题就是紧张造成的。这个时候可以深呼吸放松，把手机当成你的朋友一样去面对，要去主动 适应镜头。

**8.** 直播考核的三大要素

干货整理： 抖音短视频直播考核的三大要素！

短视频考核三大要素：

1、完播率

2、互动率(点赞、评论、转发)

3、转粉率

转粉率直播间考核三大要素：

1、停留(直播间点击率、平均停留时长)

2、互动(点赞、评论、转发、关注、打赏)

3、转化(小黄车点击率、下单成交率、千次观看成交金额)

**9.** 高成交主播话术

赶紧学习高成交主播话术！3 个方法教会你~

高成交主播话术的三个方法：

第一，自用推荐， 关键在于一定要营造使用场景和自用的好处和痛点进行陈述， 告诉观众为 什么需要我的产品。

第二，连环反问，用强有力的语气连续发问，直戳痛点，让观众觉得你说的就是这个方法的， 关键在于要和用户产生一个共鸣，先解决问题，再推荐产品。

第三， 过往爆品返场，通过体现产品订单数量，高素质的产品真的超级棒， 可以这样说，之 前直播的时候， 这个品一上架就秒空啊， 超级强， 所以进来的宝宝千万不要犹豫， 下单就行 了。

**10.** 直播带货关注的数据

直播带货更应该关注哪方面的数据？ 小白必看~

做直播带货只需要看这些数据， 帮助播后复盘。

这些数据包括：GMV 、UV 、UV 价值、成交件数、成交人数、成交转化率、千次观看成交金 额、成交粉丝占比、平均在线人数、在线人数峰值、累计观看人数、新增粉丝数、评论人数 占比、转粉率、人均看播时长、千川消耗、千川转化率、互动次数、流量来源分析、客单价、 直播商品数、商品点击率等。

其中这五个关键数据一定要看：

第一， 直播在线人数

直播间能不能带货，就看这个数据，一般平均值大于 50，就说明能直播带货赚钱。根据数 据的实时变化， 能做出实时调整，促进直播间爆单！

第二， 停留时长

粉丝停留时间越长， 说明你这个直播间越有吸引力，而你的在线人数也会越高， 一般停留时 长超过 3 分钟就算不错的了。

第三， 转粉率

转粉率等于新增粉丝数除以直播间总人数，一般用这个数据来判断主播的吸粉能力，转粉率 低于 3% ，就是低于行业平均值， 这时候就要好好提升直播能力。

第四， GMV

这是所有数据的最终呈现，衡量一个主播能不能赚钱，就看销售额。

第五， 直播间流量来源分析

直播间的流量来源分析是抖音直播电商需要分析的关键数据，掌握直播间的流量来源，可以 为接下来的直播提供引流参考， 从而改进引流方案，给直播间带来源源不断的流量。

**11.** 直播间流量体系

重磅整理： 直播间流量体系！直播小白必看~

用户进入直播间之后的完整路径，从点击率、停留时长到转化率、 GMV 和 uv 价值， 这些数 据又可以划分为人气指数和销售指数。

以上每一个数据，抖音都给你设置了一个阈值，只有当你达到这个阈值的时候， 抖音才会给 你推流，推向更大的流量池。

**12.** 直播复盘方法论

重磅整理： 一套直播复盘方法论！优化直播内容！ 更易变现~

第一， 为什么要做直播复盘？

虽然“直播+”模式已经成为行业趋势，但当产品连接直播模块产生的支付收益并不明显时， 其意义和价值往往会受到挑战， 因此首先要验证其价值。

同时， 新领域缺乏可复用的方法论， 只有通过不断的探索、优化和沉淀，才能促进其健康成 长。

最后，在产品范围下的直播领域，定向吸引主要是产品用户，是“直播+”模式对产品的直接 价值， 不断探索直播能为产品打开的新赛道， 带来新的产品。

二、如何做直播复盘？

直播节奏快，竞争激烈， 在考虑快速复工的同时， 也要考虑直播数据的逐级监控。因此，有 必要将直播复播分为快速复盘和阶段复盘两大方向。

1.快速复盘。

直播结束或者第二天，昨天的数据会很快重新发布。此时， 我们将重点关注直播下的数据表 现和用户反馈。目的是获取当天直播的结算经验， 并快速应用到后续直播中，这是一个持续 PDCA 的过程。在维度上， 可以分为数据端和用户端:1)数据方面， 我们重点关注这一时段的 数据表现，横向对比其他直播时段，明确这一时段的数据表现。 ①横向比较时，需要将直 播关注的四个核心数据(总人数、最大在线人数、评论人数、平均在线时长)与其他时段进行 对比， 以明确这一时段直播的“优劣势”。

②关注这个问题的时候，要关注直播数据的整体在线人数变化趋势，定位在线最高点， 与 直播内容契合， 可以帮助我们定位直播的“高点”。

2)用户端更关注主播在播、用户在听、答的过程， 包括:①直播过程中，用户情绪和反馈异 常(如负面言论等)，并定位用户可能的痛点。②发现异常问题(如信息连接不自然等)，并及 时复盘。③在直播间的互动评论中，呼声最高的内容可以作为后续直播中可以“返场”的内

容，纳入直播内容需求池。

2.阶段复盘。

在积累了多次直播后，此时最需要的是周期性的复盘。从宏观角度对多个直播进行融合分析， 可以帮助我们明确直播对于产品的核心价值，定位直播应该具备的核心用户圈、吸引点和“节

。

奏”

在阶段回顾中， 除了数据端和用户端，我们还需要关注市场端:

1)数据端——不同于快速复盘， 在数据端， 我们从整体宏观角度关注直播对产品的价值， 以 及直播的整体数据表现和热点分布。

(1)从直播对产品价值的定位来看， 直播能为产品做的是吸引新用户， 增加用户活跃度，延 长用户在产品中的停留时间。

定义了价值之后，就要明确如何把直播做得更好。在这里，数据可以分为两大方向，一是热 点分析，二是直播节奏分析。

①热点分析，要看单个问题、分类、拆词。首先，单级直播简单来说就是对单级直播数据 进行排序，找到“好”的直播来提炼其特征；其次，分类分析注重各类直播数据之间的横向对 比，从分类数据对比中可以看出哪类直播对用户更有吸引力。

最后， 通过拆解每次直播标题中的词，过滤掉无意义的词，乘以对应时段的直播次数， 对于 出现两次或两次以上的每个词数据，取出对应的单时段直播平均次数，就可以定位出用户最 关注、最吸引的核心关键词。

②在直播节奏分析中，得益于周期复盘的海量数据，可以对多阶段直播聚类下的直播趋势 线进行聚类。在趋势线上，我们也关注“创新、成长、亏损”三个核心点。用户进入直播高峰 (即新高峰)，可用于定位直播亮点并对应布局留住用户。通过比较高于直播中位数和低于直 播中位数两种直播数据的趋势， 可以看出一个好的直播应该具备什么样的数据趋势。应该在 成长的黄金时期，尽力促进成长。

在成长的黄金期，从产品策略的角度来看，我们要做的是留住用户。还是尝试拉新？从数据 来看， 我们有两种判别方法，即相关分析和假设分析:

在相关性分析中，将新增加的人数/周转率与最高在线人数进行比较，并使用数据模型分析 其相关性。从相关系数可以看出哪个指标与最高在线人数的相关性最高，也就是影响最大。

在假设分析中， 我们可以分别比较直播数据“低于中位数”和直播数据“高于中位数”的新增人 数/换手率，其他不变。在这种情况下，最高在线人数更高，数据更好，这样我们就可以定 位我们应该努力的地方。

直播模式作为互联网上的一个新赛道， 可以在产品发布、客户获取、推广等各个方面使用， 挑战与机遇并存。然而， 由于它是一个新的轨道， 相对缺乏系统的方法论。这篇文章系统的 展示直播复盘的几个维度。

**13.** 抖音直播 **0-1** 阶段

新人抖音直播 0-1 阶段到底该怎么做？看完就明白~

直播多长时间合适？ 对于新人来说，直播一周每天至少两个小时，抖音会在给你流量之前判 断你是一个真实的人。各种数据直观显示，后台还可以看到观看时间、在线用户停留时间， 包括礼品奖励，并可以根据这些数据进行一些调整。淘宝的直播不宜少于两个小时，每次播 放 4~6 个小时， 每天培训粉丝。有些大主播每天要直播 4~5 个小时左右，他们的粉丝会根据 时间每天定时看直播。

主播还需要测试直播时间。直播的黄金高峰是晚上 8:00~12:00，但不是每个主播都能在这个 时候走红，因为很多人在黄金时段去看大主播的直播。对于新人来说，前期会不断被要求调 整直播时间数据。根据不同时间段播出的数据，看哪个时间段流量多， 然后慢慢做调整。

同时， 新人可以安排两三部手机同时在不同的平台上直播，以此来测试哪个平台的数据会更 好，反馈的效果将决定他们的直播时间， 最终固定一个时间

**14.** 抖音直播推流机制

为什么你的直播间没有推流？抖音直播推流机制

开播几个小时，为什么只有一波流量就不给你推流了呢？ 解决这个问题啊，你首先要明白抖 音的推流机制知识点与短视频的流量机制是类似的，

就是我们直播间的推流逻辑， 会根据我们直播间的评论互动、涨粉、停留、点击、成交转化 等等， 是否达到停留时长 1.30S，点击成交转化率 30%等等，如果达到就会推送。

**15.** 直播间超级福袋

重磅： 直播间超级福袋怎么设置？这篇文章教会你~

超级福袋又更新了，很多达人都在用的超级福袋，你还没有开通吗？没有开通的商家抓紧时 间去开通， 超级福袋的好处有哪些呢？第一， 他没有次数限制，第二， 它可以提前申请做好 计划， 增加直播效率，第三呢， 他可以直接放上礼品的图片，增加粉丝抽中后的直观感受， 从而呢，提高我们的互动与停留。

开通要满足两个条件，第一口碑分要大于 4.4 分， 达人的等级要达到 L2 级别，在巨量百应 里面找到超级福袋创建奖品， 审核通过后呢，就可以用了中奖条件重点选择任务内容，时间 提前设置好，选好人数和奖品发布到中控台， 开播之后呢，我们就可以随时根据自己的直播 节奏随时发送我们的超级福袋， 你学会了吗？

**16.** 小白怎么做好直播

重磅： 新手小白怎么才能做好直播？ 只需 5 点！

小白想做主播需要注意以下五点，

第一， 能说会道，落落大方，要求主播能切镜头语言表达清晰流畅，

第二， 善带节奏，精通营销主播要具备利他思维， 能切准客户需求进行营销，灵活把握直播 节奏，

第三， 熟悉产品，推进有力带货主播最主要的就是熟悉产品特点，商家特点以及品牌特点， 还有用户人群的需求，一个都说不出来， 你卖啥？

第四， 随机应变，及时控场直播间， 随时可能出现突发的状况，能够及时处理什么样的争议 也是主播的必备技能，

第五，了解直播规避违禁，主播要熟悉抖音平台的规则，通过违禁词考试保证直播的正常运 行， 想做主播标准还是很高的， 平时啊， 多看看别人的直播， 学习一下人的精品话术， 多了 解了解产品提前准备。

**17.** **3** 个方面提升直播间流量

重磅整理： 3 个方面提升抖音的直播间流量！ 必看~ 如果想要直播间进更多的人，最好的方法不是从粉丝身上入手，而是去尽可能多的获得抖音 官方的推荐流量，也就是进入直播广场的公域流量池。 抖音直播间推荐跟 3 个因素有关—— 累计直播时长、直播间留存率、直播间活跃度。

累计直播时长： 内容至少是稳定并且持续输出的。

直播间留存率： 用户在直播间停留时间越久， 说明内容至少是有趣的。

直播间活跃度：用户在看的过程中，产生留言、分享、下单等动作，增加了直播间的活跃度， 说明内容是有价值的。

**18.** 直播间的 **3** 个数据

揭秘： 直播间人气多，3 个最直观的数据提升！

1.不管挂的是上榜人数，还是未上榜人数， 这些人进直播间长时间停留， 能直接拉升平均停 留上时常， 从而获得抖音算法的持续的推流。

2.在前期场观人数基数较小的情况下，能够大幅提高场观人数。

3.抖音推流过来的人，看到直播间人比较多，会潜意识地觉得这个直播间人多，应该还不错。 留存一般会更高。

**19.** **1** 分钟掌握直播介绍

直播必看： 主播 1 分钟掌握直播产品介绍思路！！ 干货满满~

开篇一定要点明特定人群，不点名就没有人搭理，点名的目的就是为了圈定意向人群，让消 费者产生代入感，增加直播间的停留时长。如果产品特定人群比较少， 比如说常规的电器、 数码设备等等，这个时候可以根据痛点来引入，直击消费者最关心的问题， 找到与客户密切 相关的问题根源进行引入。

第二步，就是进行产品的介绍， 在产品介绍的时候，掌握节奏，先把卖点转化为用户的利益 点， 再进行互动展示，营造最后的一个使用场景， 只有真正让用户产生了代入感， 才能够刺 激他们，下单的欲望。

第三步，主播将自己的使用感受表达出来，对产品的认可和喜好，以第一人称的角度来种草 他们的商品会增加用户对产品的一个信任度。

最后一步就是进行下单的引导， 教粉丝整个下单的流程就能够享受到更加实惠的付款价格， 同时告诉粉丝下单， 以后还有惊喜， 让粉丝下单更加冲动，减少消费的决策周期。

**20.** 直播带货 **8** 个技巧

重磅： 抖音直播带货 8 个技巧！ 小白看完就会带货~

1) 找出痛点，引导需求： 联想产品在日常生活中的适用场景， 从而找到痛点。

2) 放大痛点，刺激需求： 升级痛点， 与粉丝产生互动。

3) 结合痛点场景，引出产品

4) 介绍产品、品牌： 展示并解读产品包装、规格、含量、成分；介绍品牌、展示资质

5) 塑造产品价值

6) 售后服务问题：七天无理由退换货、申请免费试吃、赠送运费险…

7) 用户评价：展示买家秀以及大量的好评

8) 限时限量的优惠活动： 用坚定的语言让用户感受到高性价比

**21.** 直播间多人 **PK**

揭秘： 抖音直播间支持多人 PK 了！ 解锁获取更多流量~

多人混战的创新规则和赛制丰富的直播内容和惩罚手段， 分分钟炒热直播间， 操作方式很简 单，只需点击直播间左下角的 PK 按钮选择发起连线，就可以邀请开播好友， 推荐主播或随

机匹配陌生主播进行连线，连线状态下也可以点击屏幕左下角的灰色连线按钮继续邀请更多 人加入，连线成功后，所有主播都可以发起多人 PK，当场上有三至四名主播，连线时点击 发起多人 PK 按钮勾选， 想要参赛的主播点击开始 PK 就可以啦， 没有被勾选的主播将作为 旁观者参与对局，不计 PK 值和胜负结算， PK 时长取决于发起 PK 的主播在 PK 设置中设置的 时长惩罚时间是 180 秒，直播过程中，主播可以查看实时战况和贡献榜。其中 PK 值排名第 一的主播就是本场的胜利者，注意， 如果主播和旁观者任何一方中途退出， 正在进行的 PK 都会被打断，多人 PK 能让其他直播间的观众也能看到你的精彩表现，从而获得更多的流量。

**22.** 使用直播伴侣搭建直播间

干货整理： 如何用直播伴侣，搭建绿幕直播间？

首先得有一块平整的绿幕，其次需要一台高清摄影机， 再次要懂得好莱坞三点布光，最后在 电脑上安装一个抖音直播伴侣，有了这四个东西之后呢，你只需要做上去就好了，分享几个 小 tips：

第一，绿幕的光需要打得很均匀，绿幕距离人物要大于 1.5 米，不然会有绿色的光散到你身 上，你就会变成隐形人。

第二， 相机连接电脑之间，你需要一个高清采集卡。

**23.** 直播间高效转化

干货满满： 直播间高效转化！注意这 3 个方面~ 1 、立住人设。不管是做做短视频运营还是带货直播，都要垂直人设， 让粉丝记住。而且， 短视频和直播间人物形象不能相差太多， 不然很容易让粉丝失去信任。 2 、内容为王。不管是在自媒体上需要优质的内容， 带货直播也是一样。富有看点的内容， 卖货不枯燥，用户才会有停留， 进而产生爆单的机会。

3、粉丝(消费者)为主。只有清楚消费者需要什么，我们才能针对性地提供什么。

**24.** **6** 个留人方法

干货满满： 超高人气直播间的 6 个秘诀！快看~

一、时时销量好观众不会少，

二、用户停留时间长，说明组货能力强

三、互动点赞评论多，直播间氛围没得说

四、关注加购物车点击高，新流量精准度好

五、做好直播间封面的标题，加上产品主图和标题，用户才更想点进去

六、投流计划对，推广不浪费

**25.** 直播黄金法则

抖音直播内容四大黄金法则，赶紧学习~

直播内容的四大法则主要围绕吸引力、信任力、诱惑力和行动力， 进行考虑。吸引力： 是让 用户感受到与他们是有关系的，对他们是有好处的，让他们感觉到也是有意思的，最后是抱 有期望的。

信任力：解决用户的信任问题， 主要包含了真实性、专业性和背书性。

诱惑力：指的是让用户下单的理由,主要体现在稀缺感和优惠感两个方面，有的产品自带诱 惑力。

行动力：是刺激用户最后的下单和购买的理由，通过短视频的内容说明行动的好处，想要刺 激用户下单购买。直接的方式就是让他感受到产品的性价比之高，这样才能够刺激到用户的 消费， 减少他们的决策周期。

**26.** 实操语汇

实操案例~直播间开场语汇总！

1、欢迎我 X 哥、欢迎我 X 姐，老妹今天刚开播没什么事就上来聊聊天

2、哥、姐能不能先别走老妹给你点个关注，能不能支持老妹几分钟

3、哥，我看到你同城进来的，你也是杭州的吗？动动发财的小手戳戳屏幕帮主播提高一下 活跃度呗(同城美食、景点、人物等话题)

3、欢迎我 X 哥、姐， 好久不见， 都想你了，先别着急走坐下跟老妹聊聊天呗

4、谢谢大家过来给我捧场，今天主播要讲的主题是 XXX

5、欢迎所有的宝宝来到我的直播间， 今天是 2020 年 6 月 4 日，自 520 那天开播今天是我 开启直播的第 15 天， 我今天的主题是希望接下来的内容能对大家有所帮助

6、欢迎所有进来的小伙伴，没点关注的希望给主播点个关注，没加粉丝团希望加下我的粉 丝团， 家人们没有点赞的戳戳屏幕给主播点赞，你们一直戳小心心上面这个地方就会告诉你 们四个字”爱我别停“，这也正是我想跟你们说的话哦~

**27.** 技巧汇总

重磅干货！ 直播的 14 个技巧，你学会了吗？

1、粉丝灯牌要点亮： 加粉丝团， 粉丝团才是精准人脉

2、播前作品要更新(开播前 1 小时更新，预热)

3、同城位置要打开

4、分享大纲做预告

5、状态激情要点燃

6、音乐噪场要到位(音乐-大哥大哥欢迎你，感谢所有的朋友、哈哈、鼓掌、环境、形象、 设备、作品)

7、互关互赞要多喊

8、动作表情要丰富

9、主播个性要鲜明

10、巧用问题控全场(聪明主播主动出击， 直播期间要提问互动)

11、多说礼貌感谢语

12、幽默段子多积累

13、生活感悟勤分享

14、黑粉永远是贵人

**28.** 聊天技巧

必看！ 新主播没有话题， 不知道说什么怎么办？

首先要靠主播个人的口才善不善于沟通、自己平时是不是个爱说话的人。 但这只是先天优势， 并不代表口才不好的人就没得救了。

方法 1：

新主播平时多在网上看些好笑的段子或者轻微暧昧的段子，这样可以在直播时现学现卖

方法 2：

多闲聊生活。闲聊生活是不需要口才的，你生活中有趣的事，甚至觉得疑惑的事比如为什么

你努力运动了体重还没减轻等话题， 让观众去给你建议。

方法 3：

多积累多进步。在不断的直播过程中提高自己的口才、说话更幽默更吸引人，让人有想继续

听下去的悬念， 这些都需要你不断地去学习。毕竟直播是靠嘴吃

饭的， 你如果不进步就只会被淘汰！

**29.** 如何找话题

新手主播不冷场秘籍：直播该如何找话题？

1、拒绝“不好意思”的心理

做直播本来就需要良好的心理素质，可以大家一起嗨也可以沉醉在一个人的世界里乐到不可 自拔。很多新手主播在刚开始虽然和粉丝隔着屏幕交流，很多时候还是会紧张， 担心自己的 风格是不是粉丝喜欢的自己说的话是不是有时候体现出来低情商。

刚开始做直播的时候很多人都会这样想，不过主播在最开始直播一定要战胜自己克服不好意 思的心理， 主动去和喜欢你的粉丝聊天。对于新奇的事物，很多人都有浓厚的兴趣，很多人 对陌生人的看法都有好奇感。因此不必顾虑， 勇敢说出自己的想法和粉丝交流，面带微笑。 直播间很多主播面部表情不是特别丰富， 体现不了自己的性格特点。

其实笑容能够很好的消除自己的紧张情绪，并且能够融洽观众对你的态度，觉得你人很 nice。

2、与粉丝产生“一见如故”的感觉

在直播间和粉丝聊天的时候，要寻找你和观众之间的共同点来作为交谈的话题。在交谈的时 候再次寻找你们之间的契合点，最好找到“一见如故”的感觉。这样双方谈起来才会有兴趣， 你们就会聊的很开心。粉丝也会更愿意和你进行互动，形成一个良性的直播间氛围。

直播间欢乐的气氛中你们有说有笑的听歌、做游戏，忘记眼前的烦恼，这可能是现在社会环 境下很好的解压方式，也是大家愿意看直播的根本所在。这样，看你直播的粉丝会更多，也 会更忠诚、更具粘性。

主播说话的声音要有自己的特点，这样会更有记忆点！

总结：

作为一名主播，与粉丝的聊天沟通极为重要。也许一句话会为你招来关注， 也许也因为一句 话让你失去众多粉丝，做主播， 情商要比智商重要得多。所以掌握聊天技巧是非常重要的。

大家一定要多练习自己的口才、表现能力和说话技巧。前两者可以通过不断地自我练习提升 (比如对镜练习) ，而说话技巧就需要多看优质主播的直播间，观察他们的表情， 体会他们 面对黑粉的应对能力，与同行多交流心得，改变自己。这样才能不断进步！

**30.** 留人方法

重磅整理！ 直播间留人方法(四个互动一个停留)

四个互动：

1、进人就欢迎(大声喊出他的名字)

2、不进人编人欢迎(可以编你喜欢吃的喜欢用的，也可以把粉丝团成员抄下来贴在手机旁边， 不进人就喊名单上的名字)

3、跟榜上面的人互动(没有人送礼物不要喊人家名字，就说感谢榜一榜二送的小礼物即可)

4、跟公屏上面互动的人互动(没人互动要带着大家互动)

一个停留：

进直播间的人看你直播间不停在进人，不断有人送礼物，公屏不断有人互动，你嘴还不停说 话就会停留下来看你在讲什么内容。

注意： 四个互动就是为了一个停留

**31.** 直播间不推流

直播间不推流？ 直播间没人？看完这篇全懂了！

直播间没人？埋怨平台不给流量，不给推人？

其实在流量这一块儿是每一个主播都有的。每一个想开播变现的人要关注的其实不是平台没 有给你流量。而是给了你流量你不会用,你没有留住大家。

在下播的时候，大家可以看到一个数据对吧?如果进进出出的观众人数能达到50 人以上。那 就证明没有问题，是正常的流量。

无论同城来的还是视频推送来的，还是点关注来的，这些流量是正常的。

因为每一个主播，她的高度和能力是不同的。就会存在直播间数据的一个问题。这个就好比 你是老师，你喜欢积极的认真上课的学生所以好学生坐在前面的多，不积极的就都坐到后面

去了。这是一个很简单的道理， 做主播一定要有换位思考能力。

我们先做好数据。把数据做好了，直播间才会越来越好。

数据怎么做好？ 唯一的要求就是你的直播间有内容。不管抓自身领域(比如： 自身领域在现 实中是做什么的？能把哪部分放大来说？ 能拿得出来的东西？ ) ，还是输出对别人有用的知 识，都可以提升数据！

**32.** 留不住人原因

为什么我的直播间留不住人？重磅揭秘！ ！

1、没有口才，不够吸引人

2、眼神不好使， 口才跟不上(说话不回飘屏不看， 新主播要时刻看屏幕)

3、个人形象不够吸引人(网速、环境、背景、妆容、设备、内容等细节)

4、学习能力弱(开直播要有一定的学习能力， 即使成为新主播也要看直播学习， 不断更新优 化自己的直播内容， 重复内容太多没有人喜欢看)

5、有亲和力(让用户觉得舒服很重要)

6、逻辑思维能力(要有框架内容，环环相扣)

7、没有激情，没有状态

8、没有幽默感(多讲讲笑话和段子)

9、直播没有定位(没有 IP 定位)

**33.** 小风车

重磅揭秘： 99%人都不知道！抖音小风车到底是什么？

抖音小风车其实是抖音直播间的一个转化组件。

挂上抖音组件小风车后，直播间的粉丝可以通过点击弹出的卡片或“小风车”，提交相应的信 息或购买相应服务。

商家只要开启直播， 抖音小风车就会在右下角进行展示。当粉丝进入直播间后， 卡片会自动

弹出展示。

企业商家可以借助此功能在直播间直接与企业号组件打通，在直播间中引导用户进行预约咨 询、团购活动、下载应用、小程序展现等操作，帮助商家更好地流量变现。

直播结束后也可以在后台实时查看组件表现数据，进行实时的复盘优化，辅助商家进行全阶 段直播运营。

**34.** 绑定**/**上架小风车

干货满满~如何绑定/上架小风车去直播间？(电脑端)

1、配置卡片

抖音企业管理平台一运营中心一直播管理一直播卡片一新建卡片，据自己的组件配置需求， 可以选择通用卡片样式、团购卡片样式以及预约服务卡片样式;

团购卡片样式可以直接选择在 APP 端配置完成的团购活动;

预约服务卡片样式中可以点击选择在预约服务功能中已经配置好的预约服务组件。

2、填写卡片名称及链接地址

「卡片名称」企业用户可自行命名， 此处不展示给用户;

「链接地址」输入已经创建好的链接(团购、预约服务均可)，点击「下一步」 PS：

链接支持团购服务、预约服务的链接，以及符合机审规则的部分第三方链接地址(不支持直 接下载、小程序，但可以支持二跳)。

完善组件的详细描述信息，上传活动图片(尺寸:224px\*224px)

3、点击提交

按照后台要求选择组件类型， 并上传图片及文案点击[提交] ，[审核通过]即可生成如下直播 间组件;

如组件状态为[审核不通过]时， 需按原因修改组件后重新提交， 只有审核通过的组件才能在 直播间展示。

PS：

组件配置数量不限， 可在开播前提前配置多个组件，以便直播时进行组件添加及选择

4、开启直播

需要先开始直播，才能够在直播间添加团购组件。

5、组件组件上架

在「抖音企业管理平台」点击(直播管理]-[当前直播管理]绑定已经配置好的组件，每次直播 可同时选择绑定多个卡片，依次点击上架，上架后即在直播界面。

6、上架卡片

点击「上架」就可以将已经上架的组件展示到直播间，组件会以卡片的形式在直播间展示 10 秒钟，10 秒之后卡片消失， 粉丝也可以点击“小风车”对上架组件进行查看。每次展示卡 片间隔时间为 120 秒， 120 秒后可以选择将卡片进行再次展示，也可以选择上架下一个组件 进行展示。

7、卡片下架

点击左侧导航栏[直播管理]- [当前直播管理]-点击[下架]，直播间展示团购卡片即下架;

8、更换直播间组件

在上一个组件讲解完毕后，需要点击[下架]，下架当前展示组件，再选择下一个需要讲解的 组件， 点击[上架]，再点击[展示]即可更换新的组件

进行展示并讲解。

PS：

为防止用户被打扰，每间隔 120 秒才能展示一次卡片，如上一个组件讲解时间小于 120 秒就 将下一个组件提前上架， 则也需要完成剩余时间的倒计时后才能点击展示下一个组件。

**35.** **8** 大误区

主播常见 8 个误区，快来看看你中招了吗？

所谓误区就是直播不要干的事

1、不注重包装(个人形象、服装、娱乐效果、直播间装饰、直播设备)

2、不打开同城定位

3、开播前(1 小时)作品未更新， 测账号流量： 抽一天时间在 3 个热门时段(6:00-8:00;11:

00-13:00;18:00-20:00)发布作品， 浏览量 3Q 以下新手每天发 2 个作品， 3-5Q 或以上每 天发布 1 个作品)

4、只注重作品， 从不开直播(作品不上热门不开直播) 5、没有基础粉丝就开播(不是不可以开播， 而是没有基础粉丝开播前期很难有人气， 新手宝 宝要有心理准备)

6、第一次开播没人就断播

7、直播紧张，害怕的语无伦次

8、没有准备就开播， 没有主题

**36.** 话术推荐(**1**)

直播间话术推荐

开播先挂个红包，然后说：主播刚刚开播，我们直播间在陆续进人中， 大家不要着急走，今 天会给大家分享直播间留人话术，破播放的公式(你们讲什么内容的就说什么内容) ，今天 只要在我直播间能留半小时的人，免费送一份直播间留人话术，这话术是我在大主播直播间 做的笔记(或者说是我在大主播直播间买声卡，大主播送的) ，那个大主播直播间每天有一 两千人，人家话术是非常厉害的，大家都知道我们新手很难留人，现在我们来验证一下大主 播的留人话术有没有用， 你们可以留下来看一下， 有用的话你们也用在你们的直播间

这时候注意一下进直接间的都是什么人，如果是关注页进来的，说上面那段话， 前十分钟重

复说这些话去留人， 如果都是同城的多， 不要期望同城的送礼物，

同城的留人话术：

同城进来的哥哥姐姐，可以停留三分钟吗？我是个新主播，我需要你们支持，我不需要你们 给我送礼物，你们只要为我停留三分钟， 就是对我最大的支持，我由衷的感谢你们，你们都 是我生命中的恩人与贵人，我们大家都知道新主播很难，留不了人， 如果你们愿意留下来支 持一个新主播， 将来你们开播， 大家也会支持你， 我看见直播间为我停留的所有人直播，我 也会去支持你们

关注页或者直播广场进来的人怎么留：

25 级的小花花，我看见你了，你能为我停留三分钟吗？我直播间虽然人不多，但是都是活 跃的， 都是新主播， 在你直播的时候能去你直播间给你点赞评论的人， 你可以留下来， 把你 直播时间打出来，我们一起去你直播间支持你，我会带着礼物去看你

感谢直播间为我停留的所有家人们，你们如果有开直播的，在评论区打一下你们的开播时间， 我会把你们名字跟开播时间记下来，等你们开播，我会去支持你们(拿笔跟纸把打的人名字 跟时间记下来， 记得人家开播， 去给人家支持一下)

如果直播间留下来 8 人以上，去在线用户看一下留下来的人有没有蓝牌等级，一个个针对每 个在线用户喊：20 级的花儿小姐姐，感谢你能为我停留， 能给我送个粉丝灯牌吗？ 如果粉 丝灯牌不行，一颗小心心也可以，一颗小心心对你们来说不算什么，但是对于我们新主播来 说， 是莫大的鼓励与支持，我会由心的感谢你们， 如果是没有等级的， 记得不要叫送灯牌心 心， ：菲儿小姐姐，感谢你为我停留，我不需要你送小心心，你能在评论区打个 111 吗？ 或 者打一句加油，这样已经是对我一个新主播来说最大的帮助了，你就是我生命中的恩人跟贵 人

直播间所有宝宝们，如果你们有开直播的， 在评论区回复 1111，大家相互抱团，等你们开 直播的时候大家去支持你好吗？ 虽然我直播间人少，但是大家不要小看这些人，我相信为我 停留的都是新主播， 都是要开直播的，直播间的人都是活跃的，会在大家开直播的时候相互 支持的

今天特别感谢为我停留的所有家人们，祝大家家庭幸福， 万事如意，吉星高照， 天天发大财

经过不停的说话，不停的留人，你直播间人数一但有上升有突破，一定要说：直播间宝宝们， 你们看留人话术有没有用，我成功的从 0 人留下来 15 个人， 20 个人，说留不了人的主播是 因为你们话术不对， 你们想要话术的，记得送粉丝灯牌给我， 留 30 分钟，我会把大主播的 话术免费给你们，文字版的， 大家给新进来的宝宝点点关注，新进来的宝宝也给我们榜上的 点点关注

除了一直讲话术，注意进来的人，注意 要喊人， 喊人先喊特效飞进来的：25 级的特别代号 哥哥，能为我停留三分钟吗？虽然我直播间人不多，但是都是活跃的，在你开直播会支持你 的，我这 20 多号人胜过你们一百个僵丝粉，你留下来，我让所有新主播给你点关注，让她 们在你开直播的时候去支持你好吗

30 级的猫儿小姐姐，能来我直播间彭壁生辉啊，能为我停留三分钟吗？我需要你的支持， 只要你为我停留三分钟， 我由衷的感谢你，我会让直播间所有活跃的宝宝给你点关注，虽然 我直播间人少，但是我们千军万马正在来的路上， 我一直在给大家见证留人方法，我已经成 功的留下来 30 人了， 我会把这些方法话术免费分享给你们

然后喊下面钻进来的人， 林林哥哥，进来直播间留三分钟哦，我在给大家分享留人的技巧， 很有用，我已经成功的留下来几十人了， 今天来我直播间能留 30 分钟的宝宝们，我免费给

你们发大主播的直播间留人话术，文字版的，大家不要看我直播间人少，但是为我停留的都 是新主播，都是要开直播的，直播间的人都是活跃的，会在大家开直播的时候相互支持的， 我们新主播就需要交这样的老铁，你们来我直播间交到的老铁都会去你直播间支持你的

如果你已经成功留下来几十人，只要比之前数字有突破的，记得问直播间的人： 咱们直接间 又进了好多新朋友， 大家给新进来的朋友点点关注，交个朋友， 新进来的朋友给我们直播间 的人也相互点一波， 大家涨涨粉丝，直播间的都是新主播，在你开直播的时候会去给你支持 的人，大家相互抱一波，大家觉得我留人的方法有没有用？ 觉得有用的，在评论区回复 3333， 我会把方法话术给到你们

直播间所有宝宝们， 你们记得送个粉丝灯牌给我哦，送粉丝灯牌能增加账号活跃度，而且抖 爸爸会给你们送 100 亲密值，送粉丝灯牌你跟我粉丝团成员之间有亲密值，我粉丝团成员会 在你直播的时候去你直播间支持你

除了喊人， 要感谢人，感谢送粉丝灯牌跟飘小礼物的人： 感谢蜜儿的粉丝灯牌， 大家把蜜儿 带回家，感谢兴哥哥的小心心， 大家把兴哥哥带回家

今天直播间都是新主播， 如果你有开直播，需要大家给你捧场支持的， 在评论区打 888，所 有人把打 888 的带回家，大家开直播的时候相互支持

如果你直播间挂了红包福袋的， 记得间隔着提醒大家：左上角有红包福袋， 大家记得领

喊人还可以 点开那个人的头像，了解这个人现在是什么情况，点开头像可以看到四个信息： 粉丝多少， 关注了多少人，送出多少音浪，收入多少音浪，根据这四个条件，抛出引他关注 的话题，

例如说，粉丝低于一千的可以这么讲：小明哥哥， 你粉丝一千都不到， 开不了小黄车呢，你

留在我直播间吧，我让进直播间的所有人关注你， 给你 涨够一千粉丝，开个小黄袋 如果是粉量少， 关注的人多的， 证明他关注的人都没有回关他，就可以这么讲：

小明哥哥， 我看你关注了 3000 人，粉丝才 1000 人，是不是你关注的人都没有回关你啊， 你留在我直播间吧， 我让进直播的所有人给你点关注， 不要看我们直播间人少， 直播间的人 都是进进出出的，一场直播进出几千人呢

如果是有收音浪的， 收入音浪少的， 证明是新主播，有开过直播的，就这么讲：

明明小姐姐，我看你有开过直播的，收入音浪不高，是个新主播吧，我最近在大主播直播间，

买声卡，大主播给我送了一份很有用的直播间留人话术， 你留在我直播间吧，加我粉丝团， 呆半小时， 我把文字版的话术给你

如果是收入音浪高的，证明是成功的主播，这时候要给她戴高帽子：明明小姐姐， 你是大主 播哦，能来我直播间，篷壁生辉啊，能留下来三分钟吗？希望你能给我一个新主播支持一下， 感谢你了

如果是送出音浪高的，没有收入的， 证明这个人是有自己守护的主播的，可以这么说： 小灯哥哥， 你送出了几十万音浪，是送给漂亮的小姐姐了吗？

直播注意： 不停的讲话， 不停的喊人， 脸皮要厚， 嘴要甜， 不停的抛各种话题， 这个话题直 播间人不愿意回复的，就换下一个话题， 直到他们愿意回复为止

开播挂红包，发福袋，发福袋的注意点： 设置 10 分钟才能领， 仅粉丝团成员能领， 要打口 号才能领(可以一箭三雕，达到：留存率，付费率，互动率)

直播间进人的五个维度：1.音浪收入(音浪收入越高，抖爸爸给你们推的流量越多) ，2.付 费人数越多，推的人越多(一个粉丝灯牌等于一个付费人数， 如果他不愿意送灯牌，可以让 他飘一颗心心， 一颗心心也等于一个付费人数) ，3.留存率：进直播的人停留的人越多， 停 留的时间越长，给你的流量越多，4.点赞率：点赞数越高，点赞的人越多，流量越多， 5.评 论率互动率:直播间的人评论的人越多，互动率越高，推的流量越多，6.新增粉丝量：新增粉

丝量越多， 推的流量越多

如何做到上面的 6 个维度呢？

挂福袋可以达到三个维度(留存率， 付费率， 评论率：福袋设置 10 分钟可领可以增加留存 率， 设置粉丝团的才能留增加付费率，设置口号才能领增加评论率，福袋不要挂太小， 几十

抖币的福袋作用不大，建议最少挂 200 抖币20 个人领)

然后话术很重要：

付费人数要提高，平时要多收榜多收飘礼物的人， 因为这些人都是有飘礼物的习惯的，去到 你直播间一样会飘礼物

如果要人家送粉丝灯牌增加新增粉量量的话术：

直播间所有宝宝们， 可以送粉丝灯牌给我，送粉丝灯牌可以增加你账号活跃度， 抖爸爸会给 你送 100 亲密值， 如果你们是要开直播的，要养成送粉丝灯牌的习惯， 因为看直播的人有看 直播的任务：送粉丝灯牌抖爸爸给你送 100 亲密值，呆够 20 分钟，抖爸爸再给你们送 200 亲密值，你经常完成看直播的任务的，在你开直播的时候，抖爸爸会把活跃的人推送到你直 播间去

如果要人家停留下来的达到留存率的，就是不停的讲话，不停的抛话题，告诉你直播间的人，

留在你直播间， 你能给你家得到什么，直播间对人家有利益的，人家才愿意停留， 例如说留 在你直播间，能给人涨粉丝，能教人家方法， 或者可以做一些活动，在直播间留 20 分钟的 人，可以领取话术， 也可以下单购物车的视频课程，视频书，只要半价，你自己给返一半， 因为很多视频课程跟视频书，提成有百分之五十， 你不会亏

直播过程中要注意， 讲干货教方法， 不要没完没了的讲， 讲一两点要跟大家互动， 问大家听 懂没有，听懂的回家 333，顺便再给榜上的喊关注，给飘礼物的喊关注，如果没有人飘礼物， 提示一下： 大家想交朋友的飘起来， 我给你喊关注，如果讲完还是没人飘， 就说你们在公屏 区活跃打字的人，我给你们喊关注， 然后就给评论区活跃的喊，让大家关注活跃的，话术如 下：

直接间所有宝宝们把我榜上的全部带走，他们能来我一个新主播直播间支持我，你们带回去 以后， 他们也会去你直播间支持你， 大家把飘起来的人带走， 把评论区活跃的带走，这些都 是我们开直播需要的人， 直播间要有三类人才能成功， 第一类人， 顶上的大哥大姐，第二类 中间飘起来的， 第三类人评论区活跃的人

直播间所有宝宝们， 如果觉得主播讲的好的给主播送个粉丝灯牌，下次你开直播，我粉丝团 成员都可以找到去你家的路

如果要直播间的人在公屏区互动达到互动率的，话术如下：

直播间所有宝宝们不要潜水， 潜水抖爸爸会认为你是僵丝粉，到时候你开直播， 抖爸爸不会 给你流量的，你们可以在评论区打表情，打文字，活跃你们的账号，而且你在评论区活跃的，

其他人看见你很活跃会给你点关注

如果要人家点赞，话术如下：

直播间所有宝宝们对准手机屏幕空白处无上限的点，点点赞，可以增加你账号活跃度，也能 增加直播间活跃度， 点赞是抖爸爸新出的功能，你们支持抖爸爸，开直播的时候抖爸爸会优 先把流量给到愿意支持他的人， 而且点赞是唯一一个免费活跃你账号的方法

然后每天直播间人数有突破一定要记得截图，例如说之前直播间只有几个人的，今天同时在 线人数突破 30 人，记得截图，第二天开直播的时候开场话术就这么讲： 进来直播间的所有 人不要着急走， 今天要教大家直播间留人话术，我是新主播， 昨天是我第三天开播，我成功 的留下来了 30 个人， 之前直播间没有超过 5 个人， 最近我在大主播直播间拿到了一份很有 用的留人话术， 你们留在我直播间， 我给你们分享，能留 30 分钟的免费给你们文字版的， 你们也可以一起见证一下话术有没有用， 昨天 30 人，我们今天一起见证一下，能不能留 50 人，如果有用， 你们就用在你们直播间

直播间只要人数有所增长，都要重复一下告诉大家你今天要讲的内容，告诉大家你直播间能 给到人家什么

每天的直播数据是可以做引流视频用的，哪个数据好就用哪个，例如说同时在线人数 80 人， 第二天引流视频文案就可以这么写：

**37.** 话术推荐(**2**)

新人主播必看！ 直播间“播报话术”实操案例~

在直播的时候要经常给自己打广告，不断给新粉丝传递自己的直播简介，不仅能吸引新粉， 还能给老粉洗脑。

播报话术 1：直播时间预告

“非常感谢所有还停留在我直播间的哥哥们，我每天的直播时间是 XX 点~XX 点，没点关注的 记得点关注，点了关注记得每天准时来玩哦。 ”

播报话术 2：才艺宣传

“新进来的哥哥还不知道主播是播什么的吧？我现在要宣传一波啦，主播唱跳俱佳，擅长 X 类型的歌， 喜欢跳古典/爵士/民族舞，现在给各位表演一段。”

播报话术 3：个人宣传

“我是一个明明可以靠颜值吃饭，但偏偏还要唱歌唱到肺裂/跳舞跳到腿断的小主播，感谢你 们欣赏我的直率，包容我的粗心，认可我的努力。我希望你们都能一直陪我成长起来。 ”

播报话术 4：希望粉丝得到什么

“我做直播呢，除了想得到别人的认可之外，也希望大家在我的直播间能够在忙碌完一天之 后得到片刻放松，麻木了一天之后真正笑一次。点关注的哥哥们， 谢谢你们的认可。”

**38.** 话术推荐(**3**)

新人主播必看！ 直播间“欢迎话术”实操案例~

每一个进入直播间的人主播都要欢迎一下，最基础的话术就是：“欢迎 XX 进入直播间。 ”但 是这种话术太机械化了， 而且很多主播都在用，观众早就屏蔽了,主播们需要做出改变。

那如何改变呢？ 在进入房间提示的这 2 秒钟，主播能得到某个用户的信息就是等级和名字。 那我们就应该在这上面做文章了。

欢迎话术 1：传达直播内容

“欢迎 XXX 来到我的直播间，很多人说因为我的歌声/舞姿/幽默感留下来的， 你也是吗？” 欢迎话术 2：解读观众名字

“欢迎 XXX 进入直播间， 咦~这名字有意思/套路好深啊。 ”

欢迎话术 3：找共同点 “欢迎 XXX 进来捧场，看名字应该是老乡/喜欢旅游/玩 XX 游戏的，是吗?”

欢迎话术 4：蓬荜生辉

“欢迎 XXX 的到来， 我直播间少有的这么高等级的号，蓬荜生辉呀!”

欢迎话术 5：感动话术

“欢迎 XX 回来， 每一场直播都见到你来,特别感动，真的。 ”

**39.** 话术推荐(**4**)

新人主播必看！ 直播间“下播话术”实操案例~

每一个陪你到下播的人都是真爱，每一场直播都要有始有终，所以每天临近下播的时候，都 需要有一套下播的话术， 这不仅能延续粉丝的不舍之情， 也是给自己做一个简单的总结。

下播话术 1：谢榜谢陪伴

“感谢今天的榜首 XXX 榜二 XXX 榜三 XXX，谢谢你们的礼物， 特别开心。虽然 XXX 没有陪到 我下播的时候， 但百忙之中抽时间过来实属难得。感谢所有送我礼物的哥哥、XX、XXX(榜单 上的一一点名就行)。明天早餐可以多吃一个鸡蛋了！另外，很多人从我一开播就来了一直 陪着我下播，比如 XX 、XX(各种点名) 。”

“陪伴是最长情的告白， 你们的爱意我收到了。 ”

下播话术 2：直播预告

“今天的直播接近尾声了，明天晚上 XX 点~XX 点同样时间开播/明天会提早一点播点就开了， 各位奔走相告吧!/明天休息一天，大家放假啦!后天正常开播。 ”

下播话术 3：最后的祝福

“最后一首歌ㄍ XXX》，唱完下播， 希望大家睡个好觉做个好梦，明天新的一天好好工作， 晚上我们再聚。当歌声响起的时候就是各位哥哥清币清仓库的时候啦！ ”

下播话术 4：总结

“今天一共 XX 万星光，新增粉丝团成员X 个，涨了XX 个关注，比预计的少了一点， 我要更 努力一点才行了。”

**40.** 话术推荐(**5**)

重磅整理！ 直播间气氛话术大全，看这篇就够啦~

直播间的氛围是需要主播有意识的营造的，在不同的情景下应该有不同的话术引导直播间里 的观众参与互动。最纯粹目的就是让直播间里的观众持续不断的发言，增加他们的停留时间。 这类型的话术都有一个共通点， 就是让观众做一些简单的发言。

1、发问式话术

“我给大家唱首歌好不好？你们是不是想找个像我一样的女朋友？你们有没有玩王者荣 耀？ ”

这类型的发问式话术的答案只有肯定或者是否定， 观众打 1 个或 2 个字就能发言了。 2、选择性话术

“想听《XX》的刷 1，想听《XXX》的刷 2。”“换左手这一套衣服的刷 1，右手这一套的刷 2。”

这类型的话术就是给观众抛一个选择题，答案 ABCD 都可以，发言成本很低，能够迅速让观 众参与到直播互动里。

3、节奏型话术

“觉得主播跳得好看/唱得好听的刷波 666 。”

“刷波 520 让我感受一下你们的热情。 ”

这类型的的话术就是要观众灌水发言而已，让新进来的游客看到直播间很活跃，很好奇为什 么那么多人刷 666 ，主播到底是表演了什么？ 这就是带节奏。

4、冷场时的话术

有时直播间聊着聊着就没人发言了，又不太适合再用上面提到的话术，这时就需要主播重新 激活房间里的人了。你可以用类似下面的话：

“喂~有人在吗？我是不是卡了， 都看不到你们说话了。 ”(配合夸张的表情语气和动作。 )

**41.** 开播前准备

吐血整理！ 开播前的准备事项(必看)

1、直播内容要准备(没有准备开播就没有话题)

2、口才准备(要有情商， 说话要有分寸)

3、作品内容和直播内容垂直

4、开播状态，状态点燃气氛

5、心态准备(没人说话、没有礼物、黑粉等心理建设)

6、工具准备(声卡、美颜灯、支架和背景等)

7、个人形象要良好(化妆、服装)

8、心理素质要强大(面对黑粉的攻击要微笑面对， 一笑置之)

9、脸皮厚(镜头面前不露声色， 抗造)

**42.** 直播定位

直播定位该怎么做？ 看完你就明白了！

风格才能让人百看不厌。切记： 三流主播点关注， 二流主播讲干货，一流主播讲干货、讲主 题、讲情怀

1、直播定位：你想做什么类型的主播

2、直播内容定位：脱口秀娱乐主播、才艺类、知识分享类、情感类、吃播、颜值主播、带 货主播等

3、主播性格定位：内外一致，做自己最佳，这样才更真实

**43.** 技巧攻略

直播小攻略(个人经验)

1、尽量让用户在你的直播间多呆一会，没关注你的，你去关注他。

2、你要学会引导人说话

3、不断重复、多讲一讲你要讲的主题。在直播间讲课的过程中， 不断的说一说今天你要讲 的主题，为什么？ 有一些人是新进来的，并不知道你这个主播是在干嘛，不知道你在讲什么， 所以你一定要说新进来的没给主播点关注的点一点，没点亮粉丝灯牌的点亮粉丝灯牌，我一 直在说、重复的在说我今天讲的是如何直播， 直播间没人怎么办， 如何把人留在直播间，

这就是不断重复今天要分享的主题，那如果你今天讲的是作品如何能火的五大配比，或者如 何去养号， 或者什么是雷区， 或者怎么直播。如果这些都是你今天要分享的主题的话， 那你 就可以不断的重复了。

4、直播间人少、人多应该怎么办？

10 、20 、50 个人以下的直播间都是小直播间， 需要完全按照粉丝的节奏走， 什么意思， 你 如果直播间人少的时候， 公屏上的留言不会滚的这么快，就是直播间的人问啥你答啥，直播 间本来就人少，如果这个时候你还不知道抓住机会，直播间的人问你啥你答啥的话，你还在 那当看不见呢，那你想想你直播间的人是不是都跑了，本身人就少， 你还当看不着啊，所 以粉丝问啥你答啥， 千万别装。

怎么控场

如何去控场，想学的打个想来， 什么叫做控场？控场就是在不断的讲 课和喊关注的过程当 中就叫做控场， 不要觉得你不断喊的是废话， 喊关注就是控场的节奏感之一， (欢迎我抖爸 爸， 爱我抖爸爸， 请我抖爸爸给我点流量扶持) 控场就是在你讲干货和你让人点关注过程中 穿 插着就叫控场， 还得给你自己点， 还得给你榜上哥哥姐姐点，还得给 你公屏上刷小礼 物的点，还得给你直播间打正能量的、回答你问题的 点，这些就是带动你直播间的节奏感。

1、你需要照顾好榜上的人，照顾好榜上的哥哥姐姐，为什么，一是他们是今天能让你吃上 饭的人，二是给你安排画面的人，能让你在小时榜的人， 对吗？让你的音浪提高了，增加了 你直播间的热度，记住了到谁家都要学会收前榜五，因为收前榜五的情况下，能给你自己带 来流量，你可以看一看他们的给别都很高，所以能给你自己带来流量， 所以第一你要照顾好 你榜上的人。

2、照顾好公屏送小礼物送小心心小涂鸭的人，为什么，因为他们真的很活跃，而且他们是 真的想经营老铁的人。

3、照顾好公屏给你打字的人，说实话打字真的挺累的，如果一直跟着直播， 一直在那不停 的扣字，手指头都得累抽筋了。

4、如何去带动你直播间的节奏 ，就是你不能一直讲干货， 如果你想干好一个主播， 如果你 想带好直播间的节奏，你不可以一直讲干货， 一直讲干货也不行，人的耳朵都会有疲劳， 在你讲干货的过程当中， 你也要学会时刻带动一下氛围， 讲一些好玩的话， 老说专业也累

得慌！

抖爸爸喜欢的三类人群：

1、花米的人，就是榜上的哥哥姐姐，把他点回去，需要在他的评论 区里评论，让他认识你， 让他也关注你， 你开直播他也去你直播间给 你安排画面去。

2、赚米的人，像我今天开直播就是给抖爸爸赚米了

3、一是做宣传的人，如果你还不能花， 然后你现在还不能赚，因为你还没开播，你是一个 小白， 你正在学习， 那么怎么办呢，你就宣传， 分享直播间，到任何直播间都要分享，有 这个动作会让你是能有用的人， 要习惯做这个动作， 因为做了这个动作才能让抖音平台识别 出你， 知道吗，这个是真有用的，到谁直播间都去分享， 一毛不花，你就分享去呗，分享 谁都行，一米不花， 还能让抖音识别你， 为啥不做呢。

**44.** **5** 个关键

新手做抖音直播的 5 个关键点！ 你学会了吗？

1、开通直播

抖音直播的开通非常简单，实名认证即可。当需要带货时，除了实名认证， 同时需要开通商 品橱窗，将商品链接挂到直播间，开通商品橱窗的条件如下：

2、场地和硬件设备

直播间的场地要光线充足，给人明亮舒服的感觉。不同的带货产品对空间的要求也不同，零 食， 美妆等产品可能需要给观众展现细节，样品体积也不太大，空间需求较小。带服装类产 品需要模特展示，同时也要有空间展示服装， 离镜头较远，所需空间更大。一定要根据产品 来决定或装修直播间。

3、产品选择

直播产品的选择是重中之重，带货的真正重点，在货，不在人。

在产品本身过硬的情况下，价格又便宜， 出现翻车事件概率一定很小。如果货不是很好，那 么足够便宜，也可以。

选过产品之后，首先要对产品试用，在直播的时候才能更好的分享给观众体验感。产品的外

在和内在的特点，包括卖点都是要提前在直播前规划好， 跟同类产品相比的优势在哪里？是 价格便宜， 售后过硬，还是产品功能丰富，提前准备才能在直播时游刃有余。

4、互动

直播的时候除了要介绍产品， 用户的评论也要及时回复。用户得不到回应，可能就离开直播 间了， 对于人气和转化都是有损失的。人数不多的情况下，尽量回复每个评论， 多互动，提 高直播间的活跃度。

5、直播后反馈与售后

正式直播结束后可以在账号内发详细的产品使用方法， 提升用户体验，增加用户黏性。同时 要及时跟进订单处理，确保用户的消费体验， 避免出现未发货、漏发等情况。

做好直播最重要的就是用心！

**45.** 常见违规

抖音直播间常见违规(必看干货 )

一、虚假宣传

1.售后与详细页不一致

- 例如详情页不支持 7 天无理由，口播/贴纸说 24h/48h 无理由退换货

- 例如主播宣传假一赔十，商详页展示假一赔三

2.极限词

主播出现极限词史上最低，全网最低，史无前例最低等等一系列极限词

3.主播宣称有产品独家专利或成分， 但没有提供展示证明(例如：口述商品相关专利， 则专 利证明需标明在商详页中)

4.讲解产品与展示链接不一致

二、 站外引流

1.直播中出现二维码

2.主播或管理员提及具体线下地址或第三方联系方式

3.主播或管理员提及或引导顾客到个人主页， 主页中有联系方式等

三、未按平台分享功能售卖商品

1. 进行售卖动作前(含贴纸， 主播介绍商品)前未挂购物车

2. 贴纸/口播 提到回收

四、违反法律法规

涉及政治人物， 敏感人物与政治热点

历史人物不能说！政治人物不能说！ 政治热点不能说！敏感地区名不能说！

五、口播野生保护动物被永久封禁直播间

禁止发布信息及管理规则

<https://school.jinritemai.com/buyin/web/article/102116>

**46.** 直播切片

抖音大 V 常说的直播切片，到底是什么？

在直播过程中，可以把比较吸引人比较精彩的部分剪辑出来，形成新的短片。这个就是直播 切片。

**47.** 直播封面

直播封面重要吗？有什么用？明白了！

好的封面可以表达直播的主题， 获得平台更多的推荐及曝光， 吸引更多观众观看你的直播。

**48.** 红包福袋

抖音直播间的红包福袋怎么发？ 学会了！

1、进入直播间， 点击右下角的礼物图标， 找到“红包”

2、可以选择“礼物红包”或者“抖币红包”，点击”发红包“即可

**49.** 打光技巧

不能错过！ 直播间打光技巧科普

三点布光： 主体光、背景光、辅助光

主体光：直接在对象前方，主要是为了来照亮场景种的主要对象于其周五区域

辅助光：增加主体的层次间的亮暗对比

背景光：增加背景的亮度，从而衬托主体，并使主体对象与背景相分离。一般使 泛光灯，亮度宜暗不可太亮，反正就是让背景和对象之间有层次感；

**50.** 电脑设备

超详细干货：电脑直播需要哪些设备？ 1、摄像头 摄像头是直播间的摄像的设备， 最少要满足 3 个要求： 高清、平稳、低延迟。这样才能在直 播时呈现较完美的画面， 如果要高配的就选择索尼，性价比就用罗技的摄像头。 2、电脑 如果不懂组装电脑， 购买品牌机就可以。配置：一般 CPU i5 以上，最好是 i7，内存 8G、独 立显卡和声卡， 其他的没什么要求。 3、声卡+麦克风 声卡主要是链接电脑，选择上可以多咨询几家对比；

麦克风主要分为两种：电容麦、动圈麦， 不需要详细区分两者区别，只需要记住： 室内用电 容麦， 室外用动圈麦，根据自身情况选择就可以。 4、手机支架 手机支架的种类格外多， 有多个机位(手机+声卡+麦克风+补光灯)一体的， 也有分开单个 独立的，有落地的、台式的等等。根据自己的需求选择就可以，重点考虑的是稳定性、不占 空间就可以。 5、直播灯光 一套完整的基础灯光设备，一般是由环境灯、主灯、补光灯和辅助背景灯组成。环境灯刚刚 上面说过， 就不在赘述了，主要是是让整个直播间有亮度，而不是局部亮。 然后是设备灯，主光源建议使用球形灯，因为球形灯打出来的光足够柔和，以显色度 96% 以上为佳。 补光灯一般都是侧面 45 度打光， 不能直接打， 也不能后面打。主要是为了让画面更柔和， 达人的皮肤看起来有光泽、细腻。现在很多直播间在使用的，都是达人专用的圆圈补光灯， 既能补光又能柔光。

**51.** 手机设备

小白必看， 不踩坑！ 手机直播需要哪些设备？

1、一台用于直播的手机

建议选择苹果 7 以上版本的手机，或华为 mate 系列和 P 系列， 我们测试下来苹果手机清晰 度会更好，还能用来拍视频， 如果想降低成本可以到转转或闲鱼买二手的， 有预算建议直接 官网买。

2、双头领麦

主副播各一个麦克风，不然会出现达人距离手机过远， 导致声音太小， 观众听不清晰， 观看 直播体验不好； 对了如果是苹果手机还得需要一个转接头；

3、手机支架，美颜灯

手机支架一般是和美颜灯连在一起的，也有分开的，然后有放在桌面上的支架， 也有放在地 上的长支架，可以根据自己的直播类型去选择，比如你是半无人直播就可以选桌面的短支架， 全身景直播就可以选择长的。

**52.** 直播间布置

重磅干货： 直播间该如何布置？ 看这篇就够了！

1、背景

直播间的背景最好是纯色，但不建议是一堵大白墙，因为我们直播间的灯光打得都会比较亮， 如果是纯白色容易反光，灯光直射在墙面会直射在观众眼睛里，长时间看你直播的人会视觉 疲劳；

建议直播背景墙的颜色是深灰色或浅棕色，这样的颜色会比较突出达人，可以在网上买墙纸 来贴，成本不高， 尽量不要在背景墙上搞很多花里胡哨的的东西，那样给人的感觉太 low， 也会容易分散用户的注意力， 当然， 也要根据售卖不同的产品布局不一样的背景， 服饰、鞋 包、零食等场景；

2、灯光

直播的灯光和背景墙的颜色一定要匹配，顶灯灯光足把场景照亮，左右灯光负责增加人物和 产品的立体感， 卖什么产品， 打什么样的灯的配置，比如圆形灯更柔和，光线更散，不懂灯 光设备，建议直接找天猫店铺客服， 多问几家。

如果你是实体店，一般上面装一个顶灯和照货架的射灯就行了，大部分实体店装修就具备这 些灯光，不需要重新再装修花钱装灯。

3、道具

常用的道具有： KT 版/窗帘，摆放产品的货架， 多台手机， 让达人看互动评论，或则抽奖使 用；

制造氛围的道具有： 小黑板、秒表、计算器、鼓、 ipad 或则电脑屏幕， 屏幕够大， 打开产品 或则淘宝网站看到实际售卖价格多少，让粉丝有对比心态；

主题道具：服饰的衣架、鞋包的专用田子形货架、衣服展示的圆形站台、生鲜零食的电煮锅， 要一眼就能看出你是卖什么的。

4、直播间的产品排列

关于产品的排列以及摆放，因为每个类目都不是不一样， 建议先借鉴同行是怎么摆放的。

比如： 护肤品大牌放在显眼位置，让粉丝 1 米抢；零食的要很多很多的样子，看起来产品丰 富，分量十足；工厂的直接展示库存在后面，表示真的是工厂，价格实惠有保证；实体门店， 有品牌的多展示品牌 LOGO。

五：垂直定位

**1.** 账号定位的**3** 大法则

重磅： 抖音短视频账号定位的 3 大法则！小白必看！

1.定标签：持续吸引目标粉丝

为抖音账号定标签的作用是识别，让用户识别你、认出你从而使抖音账号抢占用户心智，增 强粉丝黏性留住粉丝。

被系统记住、被用户记住、切忌随意更改标签

2.定人设：镜头前的人物如何打造 IP。

视频中角色的外在形象、内在性格、日常爱好和通过视频传递给用户的印象打造。

做自己擅长的事、结合自己现有的资源不要盲目跟风拍摄、优先顺序：原创一封面标题一画 质色调一背景音乐一时间点。

3.定人群：找准目标粉丝

收集、分析粉丝信息；细分粉丝群体；建立和丰富粉丝画像。

只有做好定位， 内容制作、垂直度打造、账号变现才会有更加明确的方向!

**2.** 打造账号标签

干货分享： 做抖音如何打造账号标签？几个方法教会你~

账号标签的类别：

1、喜好标签 ：所刷视频停留或者互动—— 不会影响账号垂直。

2、创作者标签： 内容标签清晰—— 围绕一个领域产出内容

3、用户标签(粉丝) ：机器根据创作内容，逐渐推送进准用户。

如何打上标签的？

1) 作品垂直(围绕同领域产出内容) 7 条以上

2) 作品播放量(便于机器抓取其中最高的打标签)

3) 粉丝标签(停留， 互动等)

好的内容必须具备的要素：

1、标题有话题， 且强有力的开场(吸人眼球， 引起共鸣)

比如： 有个爱哭的老公是个什么样的体验？

2、有特点或者鲜明的人设

3、两点前置：吸引用户停留时长，精彩片段 4-6/3-5 秒放最前面

4、视觉感： 画质清晰，色泽饱满

5、言语吸睛：字幕+语速好+切勿铺垫太长

**3.** 可变现的定位

做抖音如何建立可变现的定位？ 看完就懂~

定位是一个比较宽泛的概念， 而对于抖音来说，定位就是要在粉丝的心中， 打造一套有别于 其他账号的概念和认知。独特的，一说就能想到你这个人！

举个例子， 一谈到口红， 我们可能就能立刻想到口红一哥“李佳琦”，就会关注他的抖音。 或者很多辣妈想减肥，想做减肥餐， 就立刻能想到“辣妈鳕鱼”，这就是定位的作用。

**4.** **3** 方面打造个人 **IP**

做短视频如何打造个人 IP？3 个方面教会你~

打造个人 IP 要注重三种标签：

首先是职业标签，其次是个性标签， 当然不能少了能力标签。

职业标签： 专业，认真， 靠谱， 执行力强，踏实， 诚信等

个性标签： 文艺青年， 机灵， 幽默， 能说会道； 吃货， 逗比， 真诚， 稳重， 文艺， 进取， 知 性，时尚等。

能力标签： 育儿专家，段子手， 摄影达人，设计达人， 美食达人， 健身达人，时尚达人，比 如非常懂美食， 经常做拿手好菜；比如时尚， 每天穿衣服不重样很懂穿搭， 比如每天做一道 不同的菜， 比如化妆技巧心得分享。

你希望在别人的心中留下什么印象， 那么就要在相应的标签上做强化。

无论是工作还是自由职业，所有的 IP 都有一个共同的标签：专业。与陌生人合作， 专业才 能产生信任，依赖。

**5.** 如何打造个人 **IP**

干货分享： 怎么做个人 IP？2 招教会你！小白必看~

女性更容易做 IP。做个人 IP 最重要的两点是分享欲和价值观， 而女性的分享欲远远比男性 要蓬勃和真诚，女性输出的价值观也更容易吸引到女粉丝，在抖音平台上，女粉丝比男粉丝 有价值多了。

年龄层级， 25 岁以上最好 30 岁左右， 刚毕业的只能影响没毕业的， 工作了几年的只能影响 刚开始工作的你，永远只能影响认知层面比你低的人，如果你太年轻的话， 你的人生经验， 对别人根本没有帮助， 30 岁左右的女性是小姐姐的角色， 能谈感情， 能教赚钱，还能聊育 儿内容，变现方式都很宽广。

**6.** 快速找准抖音账号定位

干货： 如何快速找准抖音账号定位？ 2 个方法教会你~

账号的定位分为商业定位和内容定位。

商业定位： 目前抖音可以变现的方式有短视频带货、直播带货、直播打赏、金主广告 4 种， 先想清楚自己可以靠哪种方式变现。

内容定位：提前需要罗列出自己的优势、 擅长的领域、可使用的资源， 越细分越好，虽然 舍弃了一部分大众流量， 但是真正关注你的粉丝都会是非常精准的，粉丝留存会很好。

**7.** 几个方面搞懂人设定位

如何打造抖音个人 IP 人设？几个方面搞懂人设定位

①丰富内容， 增加流量，形成个人 IP；

②抓住用户猎奇心理， 打造网红场景；

③创意营销活动， 打造极致参与感；

④需要设置一个符合自己人设的 IP；

⑤不能放过热点内容， 匹配热门标签，找到和自己行业相关的内容交叉点；

⑥内容有更广的空间， 内容越是垂直，粉丝越精准，之后也好变现。

⑦明确受众目标， 从根源出发， 找到他们关心、关注和偏爱的内容；

⑧在选题策划的时候， 要跟随热点的脚步；

⑨根据内容与用户的匹配度，找到最合适的发布时间；

⑩根据用户的点赞量和评论转发量， 打造出属于自己的 IP。

**8.** **1** 个方法打造 **IP** 人设

怎么打造抖音短视频人设？一个方法教会你~

1.描述过程， 而非直接抛结果， 不能说我的业绩很牛， 而是说我做到的一些行为， 使得业绩 达到了怎样的增长。让粉丝感到内容有用的同时， 也看到了你秀出的肌肉，

2.在对标账号在相同特质的赛道上形成差异化，比如说我是一个有干货的颜值博主呢，还是 一个有颜值的知识博主呢？

3.保持学习， 在特质上做加法， 不断的去培育自己的能力树。

人设不是孤立的

是内容和 ip 之间的桥梁， 内容建立你的人设， 人设放在你的内容。持续去做，就会形成自 己的 ip。我们不能孤立的去看人设， 要让他架起通往内容、ip 和变现之间的桥梁。成为这几 者之间的合理化、共情化的连接，真实是最好的。

**9.** 搭建 **IP** 人设必备 **7** 要素

干货分享： 抖音短视频账号搭建 IP 人设必备 7 要素！

1.形象和个性

2.你的兴趣爱好是什么

3.周围的环境和人

4.用户需求

5.市场差异化

6.你的世界观

7.可持续性

人设的选择需要根据自身的优势与打法，结合自身特点打造出属于自己的人设，可以优先选 择对比同行进行查漏补缺，更好的提升产品的转化。人设围绕特色出发，拥有自己品牌或是 个人的特点寻找闪光点， 做抖音最怕就是普通、不新颖，扔到人堆难以分辨那种。人设=人 物+性格特点+外在形象特点+内容输出+个人符号

**10.** 短视频定位 **3** 要素

干货分享： 抖音短视频定位 3 要素，看完就明白~

1、领域定位

寻找自身的优势、特长、技能等可以带给观众知识/欢乐/休闲内容，找到属于自己的领域并 扎根进去，系统就会知道给你贴上什么标签，通过你输出该领域的内容给你更多精准的流量。

2、内容定位

认清自己输出的内容定位的是哪方面的价值， 是让人从不懂到懂、还是让人从不会到会、还 是让人从没见过到见过。

3、账号定位

内容被传播之后，能不能让刷到你内容的观众尽可能多地关注你并跟你发生更多的互动。需 要的是精准描述价值，让观众看了就理解、记住并忘不了的账号全面信息的定位。

**11.** **4** 招学会 **IP** 定位

干货整理： 短视频如何做 IP 定位？ 4 点教会你~

(1) 定位能用一句话介绍自己。个人定位口号就是让自己的标签组合成一句话。比如，我 是 papi 酱，一个集美貌与才华于一身的女子。

(2)定位要清楚自己的优劣势。我擅长什么， 喜欢什么， 不擅长什么， 担心什么。

(3) 定位要有取舍。做自己喜欢的擅长的， 扬长避短。那是不是说我不喜欢，是不是可以 放弃？ 不是，你要擅长倒推， 站在未来看现在。必须做什么， 那就要克服心理舒适区， 去做 那些让自己不喜欢但是正确的事情。

(4)定位要明确自己所处的环境，借助他人的眼睛审视自己。

**12.** 三步定位法

三步定位法，决定抖音账号是否能变现！

首先你要做的是商业定位，什么叫商业定位，就是你要想清楚你自己怎么去变现，你比如说 你宝妈到底可以做什么？ 可以输出的内容，未来想通过这个账号怎么去赚钱？

确定内容定位，就是你确定了你怎么挣钱，你确定你的目标用户以后， 倒推你的内容就是内 容定位，最后才是你的个人定位， 因为对于普通的宝妈来说，对于普通人来说，其实你真的， 你只要把内容做好， 你只要把商业定位做好个人定位吧， 只要选题选得好就行。

**13.** 快速做好抖音定位

1 个公式教你快速做好抖音定位！新手小白必看！

第一个爱好并且擅长的领域。这一类的个人的定位，对于知识的储备、分辨理解能力有一定 的要求，但是这一类是最容易产出优质受欢迎的内容的。

第二个的话就是自己独特的资源渠道。比如职业职场经验、车评、赶海、颜值、教师职业、 穿搭风格等等。这一类的个人定位，精准用户就是与你产生关联或者某一方面很相似的潜在 用户， 可以迅速获得对标人群的喜爱。

记住一个词就是差异化，先就是复制一模一样的人设 IP，因为抖音是鼓励模仿的， 在模仿 中学习再超越。这里有一个抖音账号定位的公式： 抖音账号=表现形式+表现领域。

定位=精准人群+内容布局+涨粉速度+引流效果+变现方式。所以定位好了，内容垂直， 触达 更多的精准用户，再通过抖音平台的算法和推荐机制，传播速度和涨粉速度像雪球式地增长， 后面的变现能力也就更加强悍。

**14.** 账号定位垂直优势

干货分享： 抖音账号定位垂直有什么优势？一文搞懂

1) 增加粉丝的基础

在抖音同一个领域工作的人很多。比如搜索美食， 会发现关于美食的账号特别多。同时，您 搜索教育和育儿内容。同类型的账号也很多。如果你的定位是美食，但你一会发美食， 一会 发育儿，还发风景， 那你的粉丝人群就不会精准， 就不会有人关注你， 垂直内容是增加粉丝 的关键。

2) 推荐精准用户

账号的定位是你走红的关键。系统推荐准确率非常高。如果您平时比较关注美食内容，系统 会自动为您推荐其他与美食相关的作品。当然，搞笑、戏剧作品也会做出相关推荐。而这些 都是通过大数据进行的抖音计算。根据用户喜好推荐。

**15.** **4** 个视频内容

抖音视频这 4 个特征， 让你快速吸引用户眼球！

在生产内容前，需要了解平台调性，用户喜欢看什么内容?可以用4 个“有”来形容： 有兴趣、 有共鸣、有用处、有争议。

有兴趣：某一群体更容易感兴趣的话题， 比如美妆、旅游、健身等话题； 有共鸣：让特定群体产生共鸣， 常见有情感、抒情、回忆等；

有用处：干货知识容易激发用户兴趣，进而愿意收藏点赞；

有争议：这个方式用的好可以快速增粉、提高粉丝活跃度，但是用得不好容易引起争议，难 度较高。

新手做抖音时误区—— 以为包罗万象就最好， 以为内容多样化，就能吸引更多粉丝。

实际上，这种定位混乱、试图面向所有人的做法， 往往是吃力不讨好。让你的抖音作品虽多 却没有明确主题，就像是私人朋友圈一样。这种定位上的模糊，不仅影响粉丝增长，更会给 后期变现造成阻碍！

**16.** **4** 个维度提升视频内容

视频没流量？！ 4 个维度帮你提升视频内容， 增加流量！

视频流量持续走低， 用心做内容发出去的数据总是不好，教你爆款内容四个技巧第一点，视 频封面，视频封面作为用户获取的第一眼信息，很大程度上决定了用户留存意愿，所以好的

封面重点信息一定要清晰，

第二点，标题，让粉丝更好地了解视频内容， 并且产生兴趣，如果不知道怎么写文案解释， 视频内容往往是很好的选择。

第三点，背景音乐， 不要执迷于自己喜欢的音乐， 你喜欢的别人不一定喜欢，那别人喜欢的 是什么呢？ 抖音热榜上呢，往往都是大多数人喜欢的

第四点，积极参与话题与挑战， 往往能让你获得更多意外的流量， 以上四点灵活运用， 相信 你的视频就是下一个爆发。

**17.** 抖音定位分析及变现

揭秘： 抖音账号定位分析、内容及变现指南！

经常看到别人的短视频账号赞几十万人，粉丝每天都在涨。我也想做短视频，但是只能看别 人，不知道怎么做。关于别人的账号有什么值得学习的？ 别人的账号应该怎么分析？

分析账号的模板。以后看到好的账号，好的内容， 也可以独立分析写一些有价值的内容。

**18.** 找对标账号

抖音对标账号不精准，再努力也白费！看完就会找对标账号~

照着百万达人账号拍的视频才一个点赞，那是因为你找的对标账号不够精准，对标账号到底 咋找？ 问自己三个问题，

首先你的内容类型是啥？ 抖音右上角搜索话题，可以看到很多的用户和内容。

第二， 你预期的内容及风格是啥？比如你想做街头小店打卡， 找到相似度较高的账号， 第三， 怎么找到更多的同类账号？在已找到的账号中点击三角标志看同标签

确定三到五个对标账号， 前期借鉴对方的场景，拍摄手法以及后期剪辑等等，在内容中加入 自己的创业，这样就完成啦！

**19.** 定位能给账号带来什么

做抖音为什么要定位？定位能给账号带来什么？

①打造互联网 IP；

②给粉丝一个关注你的理由；

③有利于快速生产内容；

④有利于热门推荐；

⑤有利于帐号变现。

想要在线上形成影响力，更好地进行营销转化， 就必须打造出自己的互联 IP，这是定位的 第一点原因。

定位有利于提升帐号的专业性，定位就是内容领域的细分，就是专业内容输出， 可以给粉丝 一个关注的理由。

定位有利于我们对整个帐号的内容输出提前作整体布局，这样，可以提前对内容进行优化、 文案脚本、道具制作、拍摄场景等都可以提前准备，所以，定位可以快速生产内容。

定位有利于帐号变现，定位帐号的粉丝群往往是精准的，他们有共同的需求，精准统一的粉 丝群是抖音变现的先决条件。

**20.** 抖音如何做内容定位

干货整理： 抖音如何做内容定位？3 个思考点

(1)思考三个问题：

同类作者很多， 用户的选择很多，用户为什么要看我们的视频？→领域细分、差异化 看美妆视频关注我的粉丝，如果发了历史视频他们会感兴趣吗？→垂直运营

平台那么多同类型视频，平台凭什么给我流量？→ 内容有辨识度；能帮平台留住用户；有商 业价值。

(2)如何去做？

垂直运营， 专注一个领域分类

领域细分、有辨识度

关注十个以上同领域创作者，学习、分析

(3)定位

要做什么内容

内容有什么特色

如何提现：

直接： 账号的名称、头像、介绍，让用户一看就知道账号定位

间接： 通过视频内容反应

先想好做什么内容再去取名、介绍和选头像

**21.** 抖音定位的 **5** 种类型

干货： 做抖音为什么要有定位？ 以及定位的 5 种类型！

为什么要定位：定位就是选择自己的细分赛道。抖音的规则是根据视频创作者发布的内容、 观众的观看习惯给两者都贴上一系列“标签” 。 ①定位是为了获得更精准的粉丝，更好的实现转化； ②决定一个账号商业价值的，除了粉丝体量， 还有“垂直度” 。 2、如何定位？

①网红达人型：适合个人或工作室； 打造个人 IP。

②本地导流型：适合线下门店、本地吃喝玩乐服务号；通过视频将线上流量转化至线下。

③品牌营销型：适合品牌方；增加品牌曝光度。

④主题内容型：适合个人或工作室；不强调产品和个人，以主题下的各细分内容为内容来 源。

⑤电商带货型：适合微商、电商；将产品融入到视频内容中，或产品本身就是内容；抖音 购物车中转化， 或者引流至微信转化。

**22.** **4** 点影响抖音作品标签

揭秘： 4 点影响抖音作品内容标签！ 赶紧学习~

一个视频发出，在没有打上作品内容标签之前，算法会根据封面，关键针及视频里的关键元 素进行识别，还会把视频中标题文案里的关键词作为重点的识别对象，如果视频中的关键元 素和添加的关键词过多， 过于杂乱，就会造成算法无法判断，想要快速的给视频打上作品内 容标签，视频中标题文案里的关键词就一定要准确，能涵盖关键信息的关键元素，也要能减 则减。要针对自己的用户人群进行编辑关键词！

**23.** 抖音账号定位 **3** 个层级

干货整理： 从 3 大方面确定抖音账号定位，小白速看~

表现形式：真人出镜、漫画拟人、宠物、图文、PPT 等， 在这些形式中，分析自己资源，确 定其中一种；

类型：搞笑、剧情、测评、解说、干货、榜单、技术等，最好以具体自己的专长，来决定类 型；

行业： 美食、旅游、三农、教育、娱乐、科技、职场、美妆等，这部分是比较容易决定的。 框定了这三方面，其实用户群体差不多也定了，如果是蓝 V 号，给出定位的同时， 陈述理 由，最好是能与产品相辅相成的，比如， 这样定位，有助于推广产品销售或者助推品牌等。

**24.** 抖音 **3** 步定位法

抖音三步定位法！干货满满~ (赶紧收藏)

我擅长(对什么感兴趣) 什么？ (定位)

想要抖音做成功，定位很重要的，决定是否成功关键因素，对后期的变现影响也很大。

前期的定位不正确， 后期运营过程是非常困难，例如， 你不知道发布什么内容， 用户才会喜 欢你的视频， 才会关注你，你的作品才能上热门。只有把做抖音的定位的方向确定好之后， 根据所定位的领域， 去分析目标人群心理需求，生活现状，去撰写文案，才有机会获得用户 的喜欢。

同行的视频是以什么形式来展示的？

内容要通过什么形式来呈现。你可以用你的做所的领域的关键词，去抖音搜索栏里面搜索， 查看同行的视频都是以什么样子的内容。

后期想要通过什么方式来变现？

任何人做抖音的目的，都是想多赚点米， 做抖音不变现的都是耍流氓。

有的人几千万粉丝就能够变现， 有的人手握几十万粉丝一分钱不变现，这就要考虑什么方式 进行变现。

**25.** 咋做垂直账号

揭秘： 垂直账号怎么做？ 看完你就明白了！

用户是有喜爱规律的垂直账号，所以需要深挖群体特性，成为这个行业有深度， 有质量的账 号，这样才能吸引粉丝， 提升播放率。那垂直账号定位怎么实操呢？首先看你想卖什么？

一、初步定位： 教育，旅游，服装。

二、定向垂直细分的行业：英语教育、户外旅游、女装。

三、细分确定你的目标人群： 少儿英语教育、亲子户外旅游、矮个子女装等只要你的账号越 垂直， 你想收获的目标粉丝就越精准，做账号也不要只盯着粉丝看，能不能变现才是关键。

**26.** 什么是“垂直”

何谓“垂直”？

一是行业垂直

二是内容垂直

三是风格垂直

四是人物 IP 垂直(人物的打造， 如果你是小女人，你就永远是小女人，如果你是个女强人， 就一直是女强人)。

五是表达方式垂直

六是主题思路垂直

七是封面内容垂直；

如果你的作品垂直高，你的一个作品火了，你其他的作品也会火， 如果你的垂直不高， 你的 一个作品火了， 你也就火这一个， 其他的不会火。

**27.** 为什么要“垂直”

玩抖音为什么一定要垂直？(划重点)

很多人在拍抖音的时候都是想到什么就拍什么，要不就是看到什么火就翻拍什么。就算你某 条视频突然火了，也没有任何意义。

因为用户进入你的主页翻开你以前的视频，发现有搞笑的，有跳舞的还有做美食的，甚至还 有分享干货的， 搞得用户一脸懵逼， 不知道你到底是干什么的。就算当时有人关注你， 时间 一长， 用户也会觉得索然无味而取关。

你发布的所有作品， 都要与你设计的人设相关。而定位也就是你要拍什么领域的作品。

账号越垂直，你吸引的用户越精准。这不但能提高用户的粘性，而且也易于你粉丝量积累多 以后进行商业上的变现， 让你玩抖音还能轻松赚到钱。

举个例子。比如说你的英文水平很强，你就可以做一个英文领域的账号。可是， 抖音上面教 英语的那么多， 我怎么跟他们保持差异化呢？

这个时候，你就要从使用场景和受众人群再往下细分。看看哪些细分领域抖音上还没有形成 规模的账号，如果 5-10 岁的少儿英语还没有人做或者对方还没有做起来，那你就可以将账 号定位在 5-10 岁的少儿英语这个垂直领域，把教小朋友在生活中经常用到的口语作为内容 方向，以后只发于此相关的内容，在内容加入你个人的人设，这样的账号不但能快速产生信 任，而且还会让人持续关注你。

**28.** **8** 大垂直

划重点！！ 抖音 8 大垂直

1、行业垂直

2、内容垂直

3、风格垂直

4、封面垂直

5、记忆标签垂直

6、表达方式垂直

7、主题思想垂直

8、个人 ip 垂直

**29.** 为什么要定位

干货来了！ 为什么抖音账号一定要有定位？

目前常能看到的，流量较高的视频号内容，都有一个明确的账号属性定位。可能有些同学日 常会模仿爆款， 偶尔某一期数据也还行， 但这样的出品， 并不能确立一个账号的核心价值。

运营账号最好的方式是结合用户喜好，去讲自己擅长的，再运用运营技巧，最终得到的粉丝 关注， 这才是精准且对这个账号真正感兴趣的一批人。

**30.** 初期定位

展开讲讲， 抖音运营初期的账号定位！(必看干货)

抖音账号开通以后， 不要马上开始制作视频， 发布视频。账号开通以后我们面对的第一个阻 碍就是账号的内容定位， 方向点位！

先确定账号的定位是什么，而且一定要写出来，不能是脑海里的一个灵感。

1、垂直化。

不要上来就搞大而全的方向，抖音几亿用户，人人都是自媒体，你能想到的早就在 2018/2019 年有人开始做了。所以定位一定要垂直化，垂直于行业， 垂直于地区， 垂直去消费人群。

2、人设确立。

方向定了以后， 视频内容不论是真人出镜，还是卡通形象、产品展示、搬运，都要有拟人化 的人设定位。要让观众知道你这个号是做什么的， 什么风格。同样是餐饮抖音账号，有的是 吃播， 有的则是探店、教学、科普、体验等等，要从自身资源和优势出发去设定。

3、差异化。

差异化非常重要。人无我有，人有我精，人精我“二”。差异化核心是账号要有区别于同行、 同领域账号的亮点， 别人做西餐，你可以做中餐， 中餐太多你可以搞甜点， 餐饮都有了你就 玩创意，创意也有了，你就玩二逼。比如很多账号加入了宠物这个角色。总之你的账号一定 要和别人的不一样， 内容主题无法差异， 就增加额外的元素。

在做差异化的时候， 要考虑到反差。具有反差的视频， 也是一种差异化。总是让人猜不到结 局，吊人胃口， 也是很好地选择。

**31.** 如何清晰定位

干货满满！ ！如何清晰给自己的作品定位？

认识自己，认清自己的原生优势、学习能力和愿景，热点只是助力而不是立足点寻找心目中 的样子:

1、按照之前规划的变现路径和垂直分类领域， 找出十个 20 万以上粉丝的账号;

2、翻出这些账号中所有的爆款作品仔细阅读，为每个账号总结一条各自账号的特点与吸粉 原因;

3、每个账号最新的每个作品的点赞数抄录出来，做一个表格， 去掉一个最高

数去掉一个最低数， 剩下 18 条数值做一个平均，用这个平均值除以账号的

粉丝数，得出一个比值， 即活跃占粉比.为 20 个账号的活跃占粉比做一个排 行，排行前五的对比他们的一句话总结， 找共同点;

4、再用轻抖，查找 5 个账号的粉丝舆情， 也就是评论区的留言情况，正面和负面评论各挑 出 3 个最多人提及的关键词

5、把自己设想成他，做一个模拟推演， 思考一下那些好的地方是否能做到， 那些不好的地 方是否可以避免和优化

**32.** 定位 **4** 要素

错过血亏！ 抖音 IP 定位 4 要素(赶紧收藏)

研究了成百上千个 IP，逐渐总结出 IP 定位的四个核心要素：情感定位、故事原型、角色定 位、符号原型。

1、情感定位

IP 定位首先指的，一定是 IP 和人们的情感共振点—— 比如蜡笔小新的‘贱’，加菲猫的‘懒’ ， 漫威的‘英雄主义’，机器猫的‘童年问题万能解决口袋’，龙猫的‘憨’，熊本熊的‘傻缺’，HelloKitty 猫的‘天生粉萌’，等等等等。

这些情感共振点，就像一个个锚，锚定在人类心灵的某个位置，所以很强大。你可以很多年 没看过加菲猫，但不妨碍你一看见它就想到懒，甚至是提到懒就想起加菲猫；我是长大后才 开始看机器猫故事的，但不影响我同样引起对童年感受的强烈共振，因为每个人的童年都难 免像野比大雄那样无力， 所以我们都需要机器猫。

情感是分层次的——

从浅到深， 分别是情绪、情感、情结(潜意识) 。IP 的情感定位越往深里走，能量越强大和 持久， 而且越不受时代喧嚣的干扰。

2、故事原型

什么是原型化故事？ 就是故事定位在基本人性点上，而且表达人性最基本的成长、安全感、 帮助、性、暗黑、萌贱等部分。

比如说哈利波特，背后是一个孩子如何从童年进入少年和青春期的过程，这是人性发展的母 命题，其文化力量是极为强大的，而且还可以跨文化。盗墓作品却是成年人为了发财的寻宝 故事， 力量就自然远远不如。所以《鬼吹灯》等盗墓作品尽管故事也很魔幻、脑洞大看、很 好看， 在中国很受欢迎， 但其 IP 价值一定不如哈利波特。

鬼吹灯故事也有原型，就是夺宝，但这种夺宝背后的母主题欠缺更人性底层的设计，缺少人

性的成长和自我实现，过于功利化、社会化。

海贼王也是寻宝，但后面有青少年成长和完善的人性母命题，所以 IP 的力量就会强大的多， 更容易全球化。

机器猫对应的人性寻求仙女和帮助的母命题， 哆啦 A 梦就是一个代表帮你实现童年任何需 求和梦想的符号。所以是非常强大、经得起时间考验的超能力 IP。

3、角色定位

“角色定位”是指故事的核心角色，能否定位到人性情感层级中，从而实现关键的 IP 定位， 而不是普通的故事角色设计。

因为内容最终修成 IP 正果的，往往不是内容本身， 而是内容中的角色成为超能大 IP。比如 《大雄和哆啦 A 梦》的动漫故事，最终形成超能大 IP 的是哆啦 A 梦这个角色；又比如《星 球大战》系列电影，最终形成超能大 IP 的，是代表人性阴影的黑武士、暴风兵、和整套 JEDI 武士化角色系统。

角色定位是有人性原型的，比如有英雄、仙女、导师、阴影、小丑、变形者、信使、孩童等 等， 还有， 男性角色中的女性气质、女性角色中的男性气质，也往往对角色定位的成功起关 键作用。

4、符号原型

强大 IP 最终在各个领域呈现的是符号，所以如果在起初孵化 IP 时， 不注重符号性， 会造成 非常麻烦的后续发展问题。

符号原型， 简单来说就是两点： 独特辨识度， 和简洁可延展性。

经常出现一些内容， 本身挺不错，挺受欢迎的，但是却和一大批同类作品， 角色的形象、风 格非常相似。这就是 IP 的符号独特辨识度太弱，是很难实现跨越次元壁或内容壁的大发展 的。

只有核心读者能辨识的不是强大的符号， 能让路人也能辨识的才是。

伟大的 IP 一定同时是超级符号， 所以必须要有自己独特的符号辨识度， 如果没有， 就等于 是没有自己独特的文化， 只是从众者，不是大 IP。

小猪佩奇不是普通可爱的小猪， 而是独特符号性非常强的小猪。

它的符号辨识是：粉红、独特鼻子的、童真线条感的。

蓝精灵的符号辨识是：蓝色的(核心)、群居的、弗里吉亚帽。

皮卡丘的符号辨识是：黄色、小胖、闪电尾(核心功能) 、红腮。

小黄人的符号辨识是：黄、潜水镜式大眼、胶囊状。

米老鼠为了加强符号性， 最终简化为三个圆。

在做 IP 角色的形象设计时，应重点考虑以下这三点：

反差、(如何与众不同， 迅速跳出来)

缺陷、(每个成功的动漫 IP 形象都至少有一个人格的缺陷)

简约、(简单了，IP 就是符号。复杂了， IP 成了迷宫)

**33.** 打造定位人设

抖音定位必看！ 目标粉丝的终极干货！(大量案例)

1、吸引的是宝妈

辞职带娃三年， 被老公埋怨，被公婆嫌弃，一双 99 元的鞋我还要看他们的脸色，从曾经的 公司高管到现在家庭主妇，我发誓， 三个月内我要从女仆变为女王，立贴为证！

2、吸引的是成功女老板

我今年 35 岁， 拥有三家公司， 被一个 21 岁的小鲜肉表白，他送花送首饰送问候， 每天都会 跟我报备他的行踪， 但我总感觉他配不上我怎么办?

我用嫁妆两百万开了这样一家 XX 店， 养着老公，养着孩子，养着婆婆公公， 都说女人嫁人 是找个依靠，而我却做了一个甘愿让男人依靠的女人，我在生意风生水起时有很多男人喜欢 我， 向我表白，上半年我亏损时需要人暂时的帮助，他们一个个电话不是关机就是不在服务 区，这个世界没有雪中送炭，只有锦上添花~~

3、吸引的是成功销售人员

今天在厦门 BA 访了 20 个客户， 忙到现在，还没地方住宿，为了生活一直在奔波的路上， 一个礼拜跑坏了五双鞋。

4、吸引短视频兴趣者

我的好兄弟，上个月还住在 300 多块钱的城中村，现在一个月不， 到成了百万粉丝的网红， 一个月 100 多万， 这个世界怎么了。

5、吸引创业者

颓废了 335 天，如今事业感情一败涂地，从风光无限到一无所有，再苦也不放弃，立志一个 月东山再起曾经今年 32 岁，输掉了两家公司， 两套房，一辆车，曾经我坐拥天下， 在人潮 沸腾里用钱换尊言， 现在我一贫如洗，又在低谷里用尊言换钱。

6、你想塑造一个美容老板的 IP (吸引美容业老板，或者对美容感兴趣的)

今天店里来了一个研究生，做完美容后他对我们一脸的轻视，但是我想说的是， 我一天的收 入是您一年的工资。

7、吸引的是实体门店老板

今天妈妈打电话问我什么时候回家过年，我说店里太忙了今年回不了，实际上是我连续亏了 一年， 身上再也没有回家过年的钱， 加油，明年一定回家看妈妈~

我今年 45 岁， 经营实体 18 年，面对现在门口的店铺，放弃了去找工作没人要。打滴滴都嫌

弃我年龄大，好好生活， 每一天都有新的打击~

PS：

一定要有争议性或者有共鸣！！

六：权重问题

**1.** 新账号如何养号

干货： 抖音新账号如何养号？提升权重！

实际操作运营抖音账号发现， 养号是有需要的，最先要搞好“账户装修”，便是把一切能够 自定义的部分都装修好， 例如名字、介绍、头像图片、封面图等， 这些都是能够提高转换的 机遇。养号确实能够根据关注点赞和评价同种类的内容， 吸引粉丝点至自身的首页并关注， 实际只需像正常的活跃用户就可以了。

想在抖音上获得粉丝，不断生产高品质内容的能力才是重要的。播放量、滞留时间、完播率、 复播率、评价率和关注点赞率， 这些层面全是抖音针对视频是否高质量，预测分析的层面。 在抖音短视频优化算法下，真真正正决策存亡的便是开始几秒。如果不被客户喜爱，则会立 即划走，频次久了则难以再得到强烈推荐。原创者必须去除掉无用信息，在第一时间将观众 们正确引导到关键的内容以上。

**2.** 提升抖音账号权重 **7** 要素

重磅： 提升抖音账号权重 7 要素！ 看完就会！

一、认证账号权重更高

官方认证账号权重高于只做实名认证的账号， 在官方认证账号中，政府机构号级别最高，其 次是企业号、MCN 机构旗下账号和个人认证号。

二、基础信息完善的抖音号权重更高

个人信息和绑定内容，能完善， 尽量完善；个人信息千万不要放微信、 QQ 等导流方式。

三、基础数据越好， 账号搜索排名越高

抖音号权重还会影响账号和作品的搜索排名。账号权重越高，搜索排名越靠前；作品权重(主 要来自于转评赞+播放)越高，搜索排名越靠前。此外，在基础数据项中，视频质量、作品 垂直度、原创度，持续创作性， 以及粉丝的活跃度和标签匹配度， 将对一个账号的基础权重 有很大的影响。

四、违规对账号权重伤害极大

五、评论互动越好， 视频推荐越高

六、转发能增加二次曝光

对于一个抖音作品来说， 转发最基础的作用就是提升视频活跃度。

七、播放点赞关注， 不仅看量， 更要看质

**3.** 提升抖音账号权重

干货： 如何提升抖音账号权重？ 2 方面教会你！

抖音账号的权重主要来自于两个部分，一是账号，二是作品。一图就看懂抖音账号权重相关。

①账号权重越高，搜索排名就越靠前。一个新账号的前 5 条视频作品一定要发布原创垂直、 高质量的内容， 这样才能来提升点赞、评论等基础数据， 吸引更精准活跃的粉丝。还应注意 视频内容是否存在违规现象， 除了要完善以上的加分项， 还应规避减分项， 如搬运视频、发 布违规信息等等。

②作品权重主要从账号的数据出发，以下五个作品基础数据，是算法系统推荐最看重的。 (完播率、点赞率、评论数、转发量、关注) 视频质量、作品的垂直度、原创性、持续创作 性等无法通过直观呈现的数据， 以及粉丝活跃度都与一个账号的基础权重息息相关，对于以 上数据进行有目的性地经营，一定会使账号有所成长。

**4.** **4** 个维度提升权重

重磅整理： 4 个维度提升抖音账号权重！ 看完就会~

第一， 我们可以在抖音发布的视频文案、或者视频内容里面， 有意的引导用户完成点赞、评

论、转发或看完视频的动作。举个例子， 我们偶尔会在一些抖音视频里看到“一定要看到最 后”、“心疼小姐姐的快点赞吧”、“如果还有不懂的欢迎在评论区留言，我将会一一回复大家”， 这些视频发布文案或者视频内容，就是为了提升上面提到的这 4 个维度的指标数据，从而提 高视频被推荐到下一个更大流量池的权重。

第二，可以在视频描述里面， 设置一些与粉丝或者观看视频的用户的互动问题， 引导用户进 行留言评论，很多有感同身受用户的参与与讨论， 大大提高了该视频的评论率。

第三，可以通过回复用户评论，提炼出我们所创作的视频核心观点，引导更多用户参与到话 题讨论中来，对于用户评论的管理， 这一点往往很多人忽略掉，但是应用得好， 对于提高视 频的推荐权重还是有很大的帮助的。

第四，我们在做视频创作时， 可以提前准备几个比较有争议性或者创意性的“神评论”，在视 频发布审核通过后，让其他朋友或者同事写在评论区，然后引导用户围绕这个话题展开更多 互动。

**5.** 什么是“权重”

“轻抖”权重分和账号诊断的依据是什么？ 有什么作用？

“权重”可以理解为平台对用户的一套评分体系，有了这套体系平台才能为用户带来个性化的 服务； 比如抖音权重会关系到把什么作品推荐给你？你的作品又会推荐给谁？

所以虽然平台不会公布用户的权重， 但他百分百是真实存在的；

任何平台都有自定义的权重概念，没有统一的标准；

轻抖权重分是依据你账号的活跃度、作品数据(赞、评、转) 、粉丝量等多维度考量经过 AI 算法综合而得。

账号诊断分是轻抖权重分的升级版本！增加了健康度、是否有限流等评判纬度！对创作者认 清账号健康程度具有重要意义！

但账号健康和作品流量没有必然联系；面对海量作品， 想要有流量必须具备很多条件，概率 和中奖一样，账号健康只是其中之一；就好比你的身体健康，血压正常但不意味着你一定会 中彩票！

**6.** “权重”存在吗？

抖音权重真的存在吗？

抖音官方虽然没有对外公布权重一说，但是有降权一说， 大家细品。

**7.** 提高权重技巧

提高账号活跃度和权重的小办法(12 点)

1、进到任何直播间，不要秒进秒出，如果你秒进秒出的话，会被判定是一个浏览客，什么 意思？ 你不是专门来玩它的，就是一个刷着玩的， 所以不会给你流量。

2、在直播间呆 20 分钟，你可以增加你的亲密值和活跃度。

3、在直播间你需要去打字，如果不打字，你在直播间白呆了，这是非常重要的事， 因为会 提高活跃度。

4、你需要有点贡献值，就是你蓝色牌牌都有个数字，要尽量提到 15 以上， 给抖爸爸做点 贡献， 一点不贡献，抖爸爸咋喜欢你啊。数字越高，级别越高， 25 级以上你进入别人的直 播间就是一道蓝光， 你想藏都藏不住，谁都会欢迎这样带光的，等级高的， 你在我直播间都 能给我带来流量。在线榜里是按等级高低排列的。

5、学会做抖爸爸的任务，抖爸爸每天都会给咱们任务，什么任务，一是点亮粉色灯牌，花 一毛把它点亮喽。增加 100 个亲密值，提高你账号的 100 个活跃度，二是分享直播间， 做 一个有用的人，分享给你的抖音好友、抖音群、朋友圈啥的都行， 一次可以分享给十个人， 可以多次分享，没有次数限制。三是点赞， 就是你 CHU 屏幕，你点赞的多，活跃度就高， 免米的，一毛不花， 这些不花米的任务你就去做， 对你的账号有好处。

6、需要你每天看推荐页面一个小时，因为推荐页面都是破播的或者上过热门的作品，没有 破播或者上过热门的不会在推荐页面里出现，记住这一点，推荐页面的就说明他这个作品有 热度， 那么你看到点赞特别高、评论特别高的，你也需要给这样的作品点赞或评论，能蹭到 热度。最好你的评论能有神评论，就是特别有特点，让别人能记住你， 这样别人在你的评论 下面再给你回， 就能把你的热度顶上。

7、不要秒赞，没啥说的， 你要是想赞你就看完， 要不你就滑走。

8、不要秒评论， 要想评论就打打字啥的，别到那打个标点符号你就走。9、你要多维护维护 你的 粉丝，谁给你点赞评论了，你也去给人回一回。10、你最好能创建一 个抖音群，每发 一个作品可以转发到群里，让你的老铁给你的作品点 点赞、评评论。

11、发作品的时间要固定。固定每天几点发作品， 每 天一个作品不要断更，断更或断播对 你的账号有很大的影响。有的大 主播说你可以两三天发一个作品，可以好好打磨一下你的 作品，这是 对大主播说的，对于咱们小主播我不建议你断更，我也不建议一天更 新好几条， 如何你每天发很多的作品，后台就会断定你是一个低质量 的作品，就不会给你流量了，所 以每天打磨一个好一点的作品， 就可 以了。

12 、把个人主页的名称、头像、个性签名写好， 个性签名就是你的名片， 个性签名的禁忌： 一不要写感谢优秀的你关注我， 不要这样，二是不写你关我一下， 我关你八下啥的。三是不

要写互来互去这 种， 不要。需要写有价值输出的东西， 每天几点直播， 让人一看就知 道你 是干什么的，如何你是做服装搭配的，你就写你从事了多少年的服装行业。

七：账号打造

**1.** 抖音底层逻辑

干货分享： 抖音短视频的底层逻辑， 新手小白必看~

抖音算法的好处：公平竞争，专注优质内容

第一次推荐：播放量>点赞>评论>转发。

抖音算法公式： 热度=视频完播率+评论数+点赞数+分享数

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， 择优质视频内容，经由人工审核进入热门推荐。

**2.** 打标签方法大全

重磅整理： 抖音短视频打标签方法大全！ 获取精准流量~ 创作者标签代表你喜欢发什么内容的视频，决定着你是否能够匹配到精准流量，从而赚到钱。 创作者标签又分为账号标签和作品标签。 给账号打标签的方法有两个， ①是官方已经推出了创作者标签功能，粉丝满 3000 后搜索创 作者服务中心，进入后头像下方点添加标签，选择符合你的标签，点击保存就好了。 ②是 利用星图平台申请或修改账号的标签，粉丝满 1 万后注册新图，用来申请或修改你的标签。 但是新图审核非常的严格，必须保证你近期发布的十条视频一定要与标签的内容相关，才会 审核。

作品标签： 这是视频匹配到精准用户的关键环节。给作品打标签的方法主要有三个。

**3.** 爆款的视频封面

干货分享： 如何制作爆款的视频封面？3 方面教会你~

人设类账号：固定人设+吸睛大字幕+统一色调

产品类账号：产品+吸睛大字幕+统一色调

截取视频精彩的一帧画面，配合主题文案，整体设计统一风格，产品以及视频内容一目了然。

系列视频可以尝试三连封面。轻抖 APP 精品课板块有教大家《如何制作三连封面》的视频 课！

**4.** 打造个人 **IP** 人设

抖音打造个人 IP 人设， 最重要三种标签！ 小白必看~

首先是职业标签，其次是个性标签， 当然不能少了能力标签。

职业标签： 专业，认真， 靠谱， 执行力强，踏实， 诚信等

个性标签： 文艺青年， 机灵， 幽默， 能说会道； 吃货， 逗比， 真诚， 稳重， 文艺， 进取， 知 性，时尚等。

能力标签： 育儿专家，段子手， 摄影达人，设计达人， 美食达人， 健身达人，时尚达人，比 如非常懂美食， 经常做拿手好菜；比如时尚， 每天穿衣服不重样很懂穿搭， 比如每天做一道 不同的菜， 比如化妆技巧心得分享。

你希望在别人的心中留下什么印象，那么就要在相应的标签上做强化。IP 人设不是说出来的， 而是根据你自己视频内容进行表现出来的！！

**5.** 打造可以赚钱的账号

干货： 做抖音如何打造可以赚钱的账号？ 看完就会 ①关注你≠成为你的粉丝，点赞是因为喜欢， 关注是想看到更多类似的视频。

②明确的定位有助于平台给你打标签，使你的视频推送更精准，更容易上热门。 ③视频内容定位将会影响粉丝群体， 也决定你账号的商业价值，也就是赚钱能力。 定位没有固定， 不要看什么赚钱，就做什么， 需要结合自身情况来决定。

①你擅长什么②你会做什么③你能做什么④你感兴趣什么

**6.** 赚钱的抖音账号

重磅： 如何做一个能赚钱的抖音账号？小白必看

赚钱书单号：

①明确的细分领域定位，究竟你是做育儿还是做国学；

②作品风格保持高度统一，文字字体大小，位置全部统一，音乐全用热门的；

③文案精选， 符合：吐槽性强， 争议性强，收获大；

④作品时间严格控制在 7-13 秒， 不建议长，每个作品带 2-3 个垂直话题。

⑤真人出镜，像“栗子熟了”这类账号，搜一些情感段子， 加工后自己逐渐讲出来。人们很 喜欢这种情感小故事，完播率很高， 视频带货量很大。

**7.** 如何快速起号

1、定位用户

确定想要吸引的目标用户，针对性输出内容。可以考虑用户的性别，年龄， 喜好等等。 2、定位自身

让人一目了然， 不用面面俱到， 只需要让别人知道你在这个领域拥有优秀的定位。 3、提高自身能力

不断的提升专业技能，扎实的业务能力， 才是引流变现的关键。

4、规划和打磨视频分享内容

选择性对比内容，持之以恒更新内容，保持视频内容的统一性

**8.** 抖音老号如何启动

抖音老号如何启动？ 只需要 4 步！ 快速起号~

第一步，先把之前乱发的视频隐藏掉。

第二步，检测账号点击右上角的三条杠，找到账号与安全，点击账号安全中心没有异常就可 以继续使用。

第三， 找十个同行业同领域的对标账号， 模仿借鉴开设五条内容，

最后一步找十个新起的对标账号，抖加定向达人相似， 选择点赞， 评论六个小时一般呢，七 天就可以起号。

**9.** **2** 步教会快速起号

做抖音怎么七天起号？2 步教会你， 小白必看~

第一步，去抖音搜索框里面去搜索十个你的行业关键词， 把每个关键词里面点赞最高的那三 条文案给他扒下来， 然后去拍视频， 构图灯光场景 1 : 1 ，模拟和复制拍完之后就可以发了。

第二步，把 30 条视频全部发出去，每一条投 100 块钱的豆荚选择粉丝量 24 小时达人相似， 选择五个你同行达人做对标账号，24 个小时结束后把这三条视频里面完播率和点赞率最高 的六条视频保留其他的 24 条视频隐藏，保留的这六条视频持续追投 Dou 加。

这个时候你的账号已经有了一定的精准的粉丝，也打上了垂直的标签， 开通橱窗、团购、达 人这些都没有任何问题。

**10.** 抖音账号标签的分类及区别

重磅： 抖音账号标签的分类及区别！ 一文搞懂~

标签分为： 账号标签、内容标签、兴趣标签。

①账号标签：账号本身被系统识别是生产某一类目的内容，则该账号发布的作品都会被推 送给喜欢该类目的人群。

②内容标签：每发出一个作品，作品如果被系统识别出该作品是某一个类目相关的内容， 则说明该作品有内容标签。

③兴趣标签： 根据你对某一类作品的喜欢(包括你观看某一类目的停留时间、点赞、评论、 转发等)程度， 系统会不断给你推送该类目的作品，这个就是你的兴趣标签。

标签的底层逻辑：抖音是标签匹配，你的账号没有标签， 内容就没办法推送给精准的人群， 没有互动的数据就没办法获得系统的推送量， 因为推送的不精准(对于不喜欢你这类视频的 人肯定不愿意看)这个就是你没有播放量的主要原因。

**11.** **5** 步搭建账号五件套

怎么去搭建账号五件套？ 5 步教会你， 小白必看！ ①主页头图：背景图片是展示个人或企业魅力，彰显账号内涵的窗口。图文创意要精心设 计，满足账号定位以及人设需求，要简单大气，直奔主题。

②头像： 有自己的独特性，围绕个人 IP 和账号 IP 来设计， 企业账号可使用 LOGO，但一定 要清晰大小适中。

③昵称： 账号起名要简单好记有个性，不要过长， 2-6 个字 ，切记不要用生僻字、英文或 字母数字等。

④简介：简介应该简单明了，能展现出个人或企业的优势资源，专业和服务领域等等， 你 是谁？ 你是做什么的？能为大家提供什么样的价值。

⑤视频封面： 风格统一和垂直， 标题简单。

**12.** 如何选择抖音头像

干货分享： 新手做抖音如何取名字？ 三个标准教会你~

1、好记忆

抖音号取名的目的是什么?很明显就是希望这个名字能够快速的被人记住，眼就会被别人记 住，同时还能与其他同类型的抖音大 V 相区别。

2、好理解

理解的第 1 个含义是指，要有美好的含义。并与抖音主播的特征相符,抖音粉丝如果理解不 了你的昵称，那么传播时就可能发生较为严重的错误。

3、好传播

好记忆，好理解是解决识别的问题,好传播才是一个抖音号成长的关键，一个好传播的抖音 小视频昵称,重要的就是要能够产生联想。

**13.** 抖音如何取名字

干货分享： 新手做抖音如何取名字？ 三个标准教会你~

1、好记忆

抖音号取名的目的是什么?很明显就是希望这个名字能够快速的被人记住，眼就会被别人记 住，同时还能与其他同类型的抖音大 V 相区别。

2、好理解

理解的第 1 个含义是指，要有美好的含义。并与抖音主播的特征相符,抖音粉丝如果理解不 了你的昵称，那么传播时就可能发生较为严重的错误。

3、好传播

好记忆，好理解是解决识别的问题,好传播才是一个抖音号成长的关键，一个好传播的抖音 小视频昵称,重要的就是要能够产生联想。

**14.** 高效寻找对标账号

干货分享： 抖音怎么高效寻找

第一， 对标账号，抖音点击右上角的放大镜搜索行业关键词， 比如说你要做亲子， 那你就直 接输入亲子变视频变最右边的筛选选择最多点赞，把点赞高的视频和账号记录下来，再点击 话， 再把这些账号里面点赞高的视频记录下来，想要快速起号，最快的办法就是找到一个已 经被成功验证过的账号， 把他们的选题呈现形式， 文案风格， 人设等等，全部都分析一遍。

第二， 目标人群找到粉丝群体和你一样的账号，按照大赛道、中赛道、小赛道去确定你的赛 道， 比如说你在太原开火锅店大赛， 大赛道就是美食， 中赛道就是火锅，小赛道就是火锅的 品类， 那你直接在抖音搜索中搜索太原+美食+羊肉火锅， 你搜到的就是粉丝群体。和你完全 一致的同行了，观众对他的视频感兴趣，同样也会对你的视频感兴趣， 按照第一步的操作记 录下所有的账号。然后进行实操。

**15.** 带娃的视频怎么拍

宝妈带娃的视频怎么拍才能火？ 4 个方面教你~

小孩子怎么拍才能火？非常简单而且很好变现，如果说宝宝喜欢玩儿，那你就拍你和他玩的 视频， 可以参考小橙子先生。

如果宝宝非常可爱的话呢，那你就拍日常，可以参考屁桃。

如果宝宝喜欢吃，那你就拍你给宝宝做饭，宝宝吃饭的视频可以参考石头。

如果宝宝已经会说话了， 那你就可以拍你和宝宝的对话，可以参考朱两只，每个月变现上百 万。

**16.** 抖音如何确定账号方向

小白想做抖音该怎么选择账号的方向？一文搞懂

这个问题要分两种情况：

有自己的产品， 其实不用思考太多， 直接去看和你卖一样的产品的人， 他在做什么内容，打 探一下，哪种内容的转化率比较好， 选择内容领域，然后直接从模仿开始。

那没有产品的话，你什么赛道是好赛道？ 首先哪个赛道都有，能赚钱的人都有能做出来流量 的内容，所以， 本质上所有的赛道都是红色， 就是看你在这个赛道的内容的竞争力如何，有 没有能力提供相关的付费产品，结合自己的优势去做， 边学边输出， 不要觉得自己没有内容 可以输出就打退堂鼓，对于内容创作者来说内容才是关键的工作。

新人选择赛道有两个关键，一、选项够好就行， 不要追求也并不存在完美， 二， 立刻开始尝 试。

**17.** 如何打造生活类 **IP**

抖音张同学如何爆火的？ 怎么做生活类 IP？

生活型的 IP 在抖音还有很大的机会， 很多普通人来做抖音失败在把自己装得很成功，明明 自己月薪 5000，却说来我教你月入 10 万， 明明是一个没有运营经验的宝妈却说来， 我教你

做短视频， 明明做饭做得一般， 却在教别人做饭。

那张同学是怎么做生活型 IP 的呢？

①要有拍摄技巧。后期剪辑方面做的非常精细，每个视角剪的恰到好处。

②选题很重要。选择了真实的农村生活。

③节奏紧凑， 配乐始终如一，有一定的记忆度，IP 设计成功。

**18.** 口播类账号怎么做

如何做好口播类账号？新手一定要学会这几点！

能够把口播类账号做好的，必须具备以下几个特点：第一种某个领域有一定研究的专家，如 果你已经在某个领域有一定的专业知识积累，不管是职业上的还是兴趣类的都可以，那么你 可以做做口播， 因为口播考验大家的持续输出能力，所以必须是对某个知识领域有一定了解 的人， 才能坚持做出好内容，

第二种，口才特别好的人，如果你现在没有什么专业技能，也没有什么兴趣爱好， 但是又想 做好口播类短视频， 那就需要满足以下两个条件， 第一个是口头表达能力很强的人，能够把 一段枯燥的文案念得绘声绘色，如果你的表达能力很强，能够通过情绪感染到观众，那就能 够吸引观众看下去，第二就是需要具备一定的素材收集能力。从现在开始切入到一个知识领 域，然后不断的搜集这个领域的相关知识，变成符合抖音传播的内容进行呈现出来。

**19.** 好变现的 **6** 大账号类型

揭秘： 抖音最好变现的 6 大类型账号！小白速看

①服装类：短视频带货直播变现

②测评类：接广告、种草、避坑、带货

③美食类：短视频带货、直播变现

④美妆类：接广告，短视频带货、直播带货

⑤母婴类：日常用品、母婴知识书

⑥知识类：直播授课， 短视频销售课程

**20.** 抖音账号的 **4** 大标签

干货分享： 抖音账号的 4 大标签！小白赶紧学习~

兴趣标签： 用户刷到感兴趣的内容产生互动， 系统会根据用户爱好推送作品

内容标签： 创作者作品内容标签，创作同一种领域内容吸引感兴趣的人

直播标签： 对同领域直播内容感兴趣的用户， 用户喜欢这类直播会持续刷到

主播标签： 主播直播内容形成标签， 主播直播的内容风格受众人群。

**21.** **1** 个技巧找对标账号

重磅： 抖音如何寻找同领域的对标账号？ 一个技巧教会你~

市场上最好的老师是谁？ 肯定是同行。找到你自己所处领域的赛道，选择 10-20 个优质同行。 最近半年做起来的、有爆款内容且更新稳定。

搜领域关键词。你做情感的，就挽回、情感、撩妹... ；你做创业的， 就创业、赚钱、运营...

直接从名字入手，好的同行一定会做好账号五件套，从名称到简介到内容封面都会植入关键 词，为自己最大化的提高曝光度。

**22.** 快速起号的几个办法

干货： 做抖音如何快速起号？看完就会~

从同行主页里找 3-5 个点赞最高视频，参考选题和文案，进行二次创作， 可以用轻抖 APP 文 案提取工具快速导出文案。

好的内容说明是别人测试的结果，是有用户喜欢的，是有市场验证的，直接借鉴比你自己去 盲测， 速度要快的多。

抖音是赛马机制，同样的内容只会优先给一个数据好的推流，即便你长得比原创好看，声音

比原创好听，你内容是抄来的，你的流量基本就很难干过原创作者，要想破局，只有换赛道。 那怎么更换呢？

要么换表现形式，比如他做口播，你做文案... ；要么换内容结构， 他说 1234，你说 4321...

镜头感很重要， 唯一的办法就是自己悟， 一个视频没感觉，你就拍 10 个， 拍 100 个，讲的 多了， 表达的流利了，镜头感自然就出来了。

**23.** **3** 方面拆解对标账号

重磅： 如何分析对标账号作品？ 3 个方面进行拆解

1) 整理爆款作品的选题、脚本、标题、文案、视频长度、拍摄手法以及发布时间；

2) 整理爆款作品的封面、前 3 秒、前 10 秒、最后5 秒， 作品中的几个转折点，以及音乐选 择；

3)整理爆款作品的目标受众，评论区(高赞高互动)热评的分类(吐槽、发表看法等)， 并对发表评论用户进行基础画像。

**24.** 美食号怎么起号

干货： 美食类账号的起号思维逻辑， 以及 3 种变现模式！ ！

美食类账号的三个内容形式和三个变现逻辑， 美食账号主流范围有三类：

第一类：美食制作类，也就是美食教程， 但要注意一点的是， 这个教程的形式一定要多想想 让自己与众不同

第二类：美食评测类主流分为网络产品测评和线下探店菜单测评两种，缺点是成本比较分散， 容易造成好像成本很低的假象，

第三类：美食吃播类，这其实就是兴趣电商的逻辑，你吃的越香，别人的口水就流的越多， 单子也就越多， 那如何判断适合自己的盈利模式呢？ 首先手上有货源的。直播和小黄车就可以了， 广告变现对内容的要求很高很高 第二， 如果找不到货源， 那就专注内容生产， 以流量奖励现金和新图广告为主要收入来源。 第三， 如果说你的城市是人口流动量超级大的网红城市， 网红店迭代非常快，可以做盘点， 变现路径上是团购券和商家广告，订单一定要确定好变现逻辑，再回头对应内容形式，你的 思路就会非常清晰。

**25.** 好物分享起号方法

好物分享型账号如何起号？拆解成 3 个点， 看完就会~

第一， 好物分享型的小账号新账号， 建议选择单价较低的产品，二三十块钱以内的，特别是 针对女性消费者的， 比较容易有转化，毕竟在消费市场里，少女>儿童>老人>狗>男人。

第二，怎么拍？不用买特别专业的相机，其实一台好一点的手机就可以了， 但是注意光一定 要打够，而且要把背景布置的好看一点， 像这样的宿舍风 ins 风少女风家居风，来布置就可 以啦。

第三， 从现在开始， 做 IP 。在现有内容基础上，有意识地增强人设，体现自己的生活状态， 体现自己的价值观。人对信息的感情很短暂， 但人对人的感情很长久。

**26.** 文案号的变现方式

普通人做文案号到底能不能赚钱？1 个办法教会你！

单纯的图片轮播文案号，大部分都被官方判定为低质量账号，不仅赚不了钱，连流量都没有， 现在要做就做真人出镜口播类型，一个人也能做简单操作，易上手， 上班族和宝妈利用空闲 时间就可以完成了操作呢，先选择平台上点赞最高的文案修改成自己的话，然后挑选一个合 适的场景， 把文案利用轻抖悬浮提词进行提词，反复拍摄，选择情绪最好的一条， 剪辑添加 适合的音乐，情感+音乐都到位！ 流量自然来~

**27.** 抖音变现方法

干货整理： 做抖音短视频如何变现？ 几个方法教会你~

抖音是多元化的内容生态，做任何内容都有可能变成大 V 和变现能力，你要先想下“你想怎 么变现？ ”比如说：做宠物账号为了啥，肯定是为了能够卖宠物类产品，做育儿账号是为了 啥？就是为了售卖母婴用品。变现路径确定了，再来谈内容质量和垂直性的差异化，也就是 所谓的爆款视频怎么做， 总结五点可以提高爆款视频几率的方法：

第一， 场景对比法， 能在车里吃东西，就不要在餐桌上吃东西。

第二， 性别调换法

第三， 观念搬家法， 以小众观念撬动大众评论和互动

第四， 拟人法， 你说的再多也不如宠物自我介绍。来得更有视觉冲击力。 第五， 逆鳞差异法， 老人的外貌，年轻人的思维加在一起绝对是爆款。

**28.** 普通人怎么做抖音

没颜值，没才艺，没资源的普通人怎么做抖音？

普通人怎么做抖音没有颜值，没有才艺，没有资源，甚至连特点都没有的普通人怎么做抖音？

①你自己给自己做饭不容易火， 但你给室友做饭容易火。例如：“别叫我狗哥”

②自己减肥不容易火， 但哥哥给妹妹减肥可以，例如：“欧文带妹妹减肥(胖萱) ”儿子带 妈妈减肥也可以，为什么我妈吃的越多， 反而掉得越快！

③妈妈自己做抖音不容易火，但妈妈欺负女儿可以

④自己做抖音不容易火，但哥哥欺负妹妹可以

⑤穿自己的衣服， 不容易火，穿男朋友的可以，穿着男友球衣去球场看他打球，

⑥自己一边说话一边化妆，不容易火，但是画完之后让老公来解说可以火

⑦你一个人刷不容易火，但你和你整个宿舍一起可以。

所以当你一直想不到自己要怎么做抖音的时候，想一想你的爸爸妈妈兄弟姐妹，宝宝老公， 男朋友闺蜜，室友。

**29.** 账号变现抖音如何搭建

抖音变现账号如何搭建？ 快速起号的具体操作！看完就会~

一、账号布局(垂直账号：选题、呈现方向)

①确定类目(选题)， 精细化赛道， 先输出， 才会被平台识别，才会有精准流量推荐

②确定拍摄形式(竖屏/横屏， 呈现形式：口播类、互动【体验感、代入感】、产品展出【教 程类、真人不出镜】、 volg 【个人 IP】)

③人设/风格(记忆点) 个人真实特质无限放大

二、账号发布计划

冷启动期： 准备 10 条作品(活跃账号) 让抖音认识你是谁， 定时定量发布，抓取用户习惯， 发布周期(10-20 天)

①账号可做： 播放量递增，有突破， 500-1000 量

②账号不可做：冷启动期播放量都低，或者不适合现在的选题内容

付费矫正： 一条作品数据好的： 互动点赞评论+自定义；投抖加：聚焦粉丝。

**30.** 普通人快速起号方法

重磅整理： 普通人快速起号的方法！ 小白必看~

第一， 先不要着急去创作，先去找竞品， 把同赛道里竞争对手的内容保存下来， 找出你能够 拍的， 能够批量复制的， 能够批量复制拍 50 条，如果说你连这点执行力都没有的话，那就 别做抖音。

第二， 批量赛马，把 50 条作品分成几组， 每天一组发布以后， Dou+选择批量投放投达人相 似，选择点赞， 评论时间是六个小时。

第三， 最关键的一步，投放结束以后，选择五条数据， 最好的作品，按照数据好坏编成顺序 数据， 最好的一条先投 100，等第一条审核通过之后开始跑的时候跑第二条， 以此类推， 让 每条作品都以大带小引爆前面流量带给后面， 后面的流量可以反推给前面的互相拉升。

**31.** 赚钱的抖音账号

重磅： 做一个容易赚钱的抖音账号， 需要掌握这 3 点~ 核心是你想在抖音上挣钱三个关键词，①定位， ②精准， ③垂直定位。 商业定位、账号定位、内容定位、价值定位、商业定位是什么？是你通过什么方式，卖什么 产品给什么用户？以直播、橱窗、私信商家页面的方式？卖什么产品你卖什么呢？你的用户 究竟是谁？ 宝妈？是创业者吗？ 是职场人吗？ 什么叫做精准？ 我们说做抖音就是做目标用户需求的内容，需求精准。 所谓的垂直垂直是什么？ 在每一个赛场，很多人会问， 抖音上究竟能不能挣钱， 现在我这个 赛道可以吗？我是做家纺的？我做减肥的，我做瘦身的，抖音足够大，相信 6.5 亿的日活可 以撑起足够多的商业模式，但是能否挣钱并不取决于你发什么样内容，取决于用户是否为您 买单， 凡事总是反过来想用户为什么不买我的东西。

在抖音上一般不买东西有四个问题： ①问题是他觉得你的东西不适合她。 ②他不信任， 我觉得你这个人讲的不太对，③踩过很多雷，觉得你和其他人卖的没区别④ 没有消费能力。

**32.** 如何分析对标账号

重磅： 如何分析对标账号？以及变现模式！2 点教会你~

做抖音必须要先学会找对标账号，但大部分人只会告诉你怎么找对标账号，却没有告诉你最 重要的，我们应该怎么去分析对标账号？

一、怎么找对方账号，只需要提取自己设的关键词，然后在抖音上直接进行搜索就行了，例

如你是一个开服装店的， 使用搜索男装，点击用户就可以出现很多同类型的账号了，还可以 点击视频选择综合排序或选择点赞最多，让大家通过这些爆款视频点进去也会是跟你相关账 号的同类型账号，另外， 我们还可以到飞瓜数据的平台进行关键词，搜索也是一样的。

二， 怎样更全面地了解对标账号，相信大多数人做抖音号的目的都是为了变现， 所以我们找 到对标账号后，不仅要去了解他的视频数据， 也要去了解他的变现模式和变现能力，那么我 们可以通过下面两个平台进行查询，首先我们可以打开新图，在这里可以看到对标账号的短 视频广告单条报价是多少，以及他总共接到多少广告， 其次， 我们可以去飞瓜数据。或者蝉 妈妈在这里可以看到该账号的直播带货和短视频带货的详细数据，通过这个平台， 我们就能 够对一个账号的背景能力有一个大概的了解了，也能够更好的为我们自己的账号规划商业路 径呢，另外， 我们还可以在这里点击粉丝分析，就能够非常详细的看到该账号粉丝的各项数 据了，了解清楚这一点后，非常有利于我们今后在创作的过程中，站在粉丝的角度去创作好 了。

**33.** 新手 **6** 个方法优化账号

重磅揭秘： 新手如何优化抖音账号？ 6 个办法教会你~

一、每日定时更新一到两条视频。

二，前期自然流量数据， 适当的投入抖+

三、建议账号每天在线不低于半个小时，

四、不要频繁变更内容， 尤其是跨领域的内容变更。

五、不要频繁修改昵称， 抖音号，头像， 简介。

六，能隐藏的作品就不要删除， 每天最多隐藏三到五条吧。

**34.** 搭建抖音账号第一步

干货整理： 如何做好搭建抖音账号的第一步？ ！小白必看~

号里没货”的账号抖音号四大表现：

误区一：资料空空， 广告白瞎

误区二：定位模糊， 混乱偏差

误区三：胡乱瞎拍， 又抖又花

误区四：强势硬广， 厌恶到家

总结一句话：无人设、无定位、无特别有用的信息，导致刷进来的用户直接“丑拒”。 做好账号的第一步， 定位方法： 我是(A)的(B)+(C)

**35.** 抖音账号 **5** 大雷区

揭秘： 抖音账号的 5 大雷区！你踩雷了吗？速看~

①缺定位

②抖音内容做成了朋友圈

③心太急

④面子薄

⑤不懂规则， 就做了抖音

做抖音最大的误区就是把抖音做成了朋友圈。抖音和微信是不同的玩法逻辑。抖音玩的是公 域流量(陌生流量) 是向外的， 微信朋友圈是玩的私域流量(熟人流量)是向内的。

心太急和面子薄是大多数抖音玩不起来的人的共同心理因素。

不要期盼短时间内或 10 个、 20 个、 30 个作品就玩转抖音， 看见的那些爆粉、爆富、爆红 的都是个例。

**36.** 抖音 **80%**的人都踩了这些雷

重磅： 做抖音 80%的人都踩了这些雷！赶紧避雷~

第一个表达的点太多了， 没有重点，选一到两点重点展开讲就行了，也可以把要点分几期来 讲，甚至做成一个系列就更加的细则

第二个用很多专业的辞藻堆积， 很多不太专业人需要集中精神才能听懂，但很多人是没有这 个耐心的，把自己带入一个小白，把专业词汇转化成简单易懂的大白话，让用户很容易就理 解了。

第三个开头没有吸引点， 前三秒不能留住了观众， 完播率下降。

**37.** **7** 个方面分析对标账号

找到抖音对标账号后，从 7 个方面分析！学会了吗？

先学习一下同行，正所谓同行就是最好的老师。根据自己的领域，抖音搜索“领域”关键词， 关注一些高赞视频和同行，分享他们爆火的原因。

①点赞、评论、转发的比例

②高赞的视频题材是哪些

③评论区讨论最多的是什么

④视频整体的排版架构

⑤视频的总时长(影响完播率)

⑥视频开头前 3 秒有什么亮点

⑦视频的核心亮点/特色是什么

抖音本质上还是一个跟拍的平台，什么火了全网跟风模仿。

多看， 多分析， 慢慢也就明白了抖音用户爱看什么内容了，然后模仿加创新！慢慢加入自己 的想法！形成自己的风格以及内容， 就可以了！

**38.** 抖音暴力起号

重磅： 抖音暴力起号法！ 适用新号小白！ 看完就会~

抖音暴力起号法适用于所有赛道所有行业，首先起到决定性作用的是作品标签，在抖音给你 视频推送的时候，不光考虑你新视频的作品标签， 也会参考你其他视频的历史推送数据，两 相结合，进行新的推送，比如你之前发的全部是美食类的视频，现在忽然换成短视频运营了， 那新的视频推送人群就会有一定的影响好。

想快速起号，就需要借助抖加投达人相似，注意投抖加的时候不要投大 V 要投最近新起号 的达人，新起号的达人的粉丝相对更精准，投放的效果也是最好的，上传一条作品投 100 块的达人相似， 等抖加的流量跑完之后， 再上传第二条作品，等自然流量跑完，然后再投 100 抖加，对比数据这一步是判断标签是不是已经被打上了，投达人相似的标签，一定是准 的， 当你发现你自然流量的数据和你投达人相似的数据差不多的时候，就证明你推送的人群 已经精准了， 那就不需要再投了，如果这个时候新视频的播放量还不高，一定是内容问题， 就不要浪费钱了。

**39.** 抖音情感类账号

干货： 抖音情感类账号半个月涨粉 300 多万？！3 步教会你~

情感类账号很适合普通人做的， 这个“栗子熟了”情感账号，半个月就涨了 300 多万粉丝！ 第一步，产品搭建只需要一根凳子， 一块黑布和一组灯光，或者干净通透的背景。

第二步，天下文案都可拍，想吸引女性粉丝就搜索“渣男、彩礼、女性、男权、情感”，然后 去跟拍一项；吸引男性粉丝继续搜索“女权、渣女、情感、结婚”也是去跟拍完了。

第三步，选择 BGM 这一波特别重要，抖音搜索悲伤的 BGM 在筛选点赞量最高的纯音乐，

然后再点击拍同款在里面上传拍好的视频即可。

**40.** 打造个人 **IP** 形象

重磅整理： 抖音如何打造个人 IP 形象？ 看完就会~

IP 打造的第一个人是天生的， 第二件事情叫做专业度， 那什么叫专业度呢？ 例如： 张雪峰讲 考研， 郭德纲讲相声，成果讲心理学，他们在他们的各自领域都是非常专业的， 就会被更多 人赏识，甚至被更为认可，那第三件事情叫做契合，什么叫契合， 能够抓住用户心理， 能够 让用户为它买单的契合。做好这 3 点， 就可以打造一个好的 IP 形象。

**41.** 适合宝妈账号

干货： 非常适合宝妈的几个账号类型！来喽~

四个宝妈都能做的账号：

①如果你喜欢吃吃喝喝，出门旅行遛娃，现在去外面餐厅的时候拍餐厅带定位加话题， 抖 音心动，餐厅有机会获得 5 万的流量扶持。

②如果你动手能力强， 就可以给孩子做的吃的呀， 玩的呀，给拍下来。

③如果你会聊天， 擅长于处理婆媳孩子间的关系， 故事化的拍摄视频。

④如果你喜欢买买买， 购物欲很强， 那就分享你平时买的各种零碎的东西。

一定要注意注意什么，上面选择一个形式就可以了，不要拍自己的日常，没有人想看普通人 的日常生活，想火真的太难了。

**42.** 易变现账号

揭秘： 这几个账号类型， 更容易变现！

普通人做抖音不建议做的几种账号：影视剪辑，对口型，书单类型的账号这几条赛道比较困 难，且变现难。 列举如下蓝海三种账号仅供大家参考： 第一， 在抖音上面卖零食土特产，看起来好吃就冲动购买了。 第二， 卖手办或者小玩具装饰品的， 目前还没有发现做得好的，而且带有人设的账号， 搞浪 漫和情怀， 男生的消费潜力很大，刷到你的视频， 在家躺着就下单了。 第三， 抖音同城账号，什么餐饮，美业探店都可以做，虽然流量不大， 但是变现能力很强， 前提是做好人设去做。

**43.** **3** 个方法起号

新手抖音如何快速起号？ 3 个方法！速学！

首先你要去学会利用官方的平台去追热点，找话题学习平台最新的热点资讯，以下是抖音官 方平台：抖音推广助手， 抖音小助手，抖音安全中心，抖星情报局还有抖音创作者学院。

然后你就可以去找对标账号， 从头到尾的去翻看视频， 研究它的脚本、拍摄形式、剪辑技巧 以及评论区热词，然后再进行加工创作。

最后呢，我们找到方向就可以进行脚本创作， 剪辑和拍摄了， 注意内容一定要原创哦！

**44.** **12** 个技巧

新手快速做好抖音的 12 个技巧！ 必看干货~

1、搭建账号是基础， 做好账号基础建设和定位

2、斟酌视频选题和引导语，增加转化

3、积极参与抖音各种话题挑战投稿活动， 蹭热门流量。

4、发布作品选择 4 个高峰流量时间节点

5、提高抖音 4 个维度的数据：完播率、复播率、互动率、转粉率

6、建议真人出镜，更容易打造有价值的人设

7、账号多进行有效互动和活跃

8、不要买粉买播买赞，容易被关小黑屋

9、起号阶段建议每天保持 3-5 条垂直作品更新

10、固定更新频率， 增强粉丝用户粘性

11、内容不要踩雷违规， 更不能跨平台引流

12、利用好周末和节假日时间节点， 容易上热门

**45.** **8** 大变现途径

在抖音创业的八种方法！ 新手小白必看~

1、没有创意不会拍摄：做全民任务赚钱

2、不想拍摄只想玩游戏： 做游戏发行人计划

3、书单号、测评号、情感号：挂小程序、卖货赚钱

4、粉丝过 1w：接星图广告任务赚钱

5、不想真人出镜:做产品测评号挂商品橱窗

6、能说会道能卖货： 做直播带货

7、喜欢拍车：做懂车帝赚钱

8、有产品有门店：做本地同城号，私域转化

**46.** 账号状态检测

抖音账号状态检测在哪里？看完你就明白了！

入口 1：

打开抖音 App-点击“我”-点击右上角三条杠-创作者服务中心-下拉找到“通用能力”-点击“账号

状态检测”即可

入口 2：

打开抖音 App-点击“我”-点击右上角三条杠-我的客服- 自助服务-点击“账号状态检测”即可

**47.** 书单号

重磅整理！ 月入十万的书单号玩法！ 速看~

书单号类型：

1、情感书单

2、励志书单

3、创业书单

4、星座书单

5、真人出镜书单

6、漫剪书单

书单特点：

1、容易上手

2、可以矩阵操作

3、变现多样化

书单变现途径：

1、接音乐推广

2、接小说推广

3、卖书

4、接小程序广告

5、知识付费

6、接产品推广

书单起号方式：

1、各大平台文案提取

2、买书摘抄

3、原创内容

**48.** 内容风格

必看！ 如何确定自己的内容风格？看完你就明白了！

同样的内容也可以有不同的风格。比如：同样是做星座内容的账号，有的选择真人出镜纯粹 讲述星座性格、运程等方面内容，有的选择以段子剧的形式表现十二星座的不同性格，还有 的选择动画形式。

不同的内容风格所产生的转化比也会不一样， 需要具体权衡。

有人会说， 自己长得不好看、又没啥特长、又不会拍好玩的段子， 是不是就不适合玩抖音？ 抖音账号定位并不是这样的，有句话叫“颜值不够才华来凑”。

如果你没有漂亮的外表、有趣的灵魂、也拍不出神反转的搞笑段子。

你也可以结合一下你自己的职业、兴趣爱好以及个人特质。想一下自己能不能教给别人点什

么：比如健身、养花、绘画。甚至你知道怎么去藏私房钱也是可以的。

抖音账号定位再不济，直接选择一个自己感兴趣的领域。

至于你到底适合哪个方向，一定要结合自己的长处和喜好喜好。然后在轻抖找到该领域的高 手， 也就是顶级流量大号，模仿抄作业。站在巨人的肩膀上出发！ 并且持续根据用户反馈改 进自己的内容！

**49.** 六大雷区

抖音六大雷区！ 快来看看你有没有中招！

1、主页雷区

主页内容混乱、有引流广告等信息(如： 简介填写微信号)

2、朋友圈误区

很多人用玩朋友圈的思维把抖音玩成了朋友圈。抖音和微信朋友圈是两套不同的运行逻辑。 朋友圈是向内的，我们是把好友加进朋友圈，再进行转化，玩的是私域流量熟人机制。但是， 抖音是向外的， 玩的是公域流量陌生人机制。

3、搬运

抖音拒绝搬运，抖音有查重机制。任何一个上传到抖音平台的作品，第一时间要进行画面消 重处理，一旦发现违规(搬运)，可能删除视频或封禁帐号。

以下四种行为属于搬运：

(A)直接复制别人抖音作品上传(有别人抖音号)

(B)上传其它平台内容到抖音(有外平台水印)

(C)录屏电影、电视、比赛到抖音

(D)视频只是加字幕、贴纸简单混剪上传到抖音。

4、频繁操作

在抖音平台内的任何一种用户行为，只要是频次明显超过正常用户，就容易被识别为异常， 影响帐号的推荐。(如： 频繁评论、频繁切换定位等)

5、敏感词

抖音是一个正能量的平台，在作品中出现敏感词、违禁词，都会影响作品的推荐、流量、上 热门。可以使用轻抖去除违禁词，防止违规。

6、内容不适

凡是涉及政治、军事、违法违纪、不合公序良俗的行为， 如抽烟酗酒、穿着暴露、危险行为 等都不会被推荐。

**50.** 人设

如何做好人设？ 学好差异化很重要！ (干货满满)

人设自带流量，有利于更快传播有价值的内容，可形成有认可度的用户聚集体， 并可以裂变 式传播。但是我们又不是明星，单个人的价值很难被大众看到，没有很强的个人标签该怎么 办？

想要形成强个人标签，首先做好一件事： 差异化原创

在越来越重视内容的今天，原创有源源不断的再生能力，一味靠山寨是走不远的，最后可能 就是， 流量都集中到行业一两个大号。因此可以选择差异化原创， 生产个人内容。

下面给大家介绍三种打造抖音号方法：

1、技能出色——技能输出型个人品牌

如：街舞、英语、烹饪， 将爱好发挥到极致。

2、技能小有心得—— 分享成长路径

如：新手妈妈、化妆穿搭技巧， 有明显效果对比的画面。

3、普通人——在花过时间的地方去找答案

你的喜欢和擅长不论大小都很有价值，重要的是在花过时间的地方成为参与者，要么分享过 程，要么分享成果。

**51.** 打造人设

人设打造 4 自问， 不会定人设的速看！

1、你是谁？

你要给大家的印象？ 你有什么优势特色？ 这也是别人记住你的标签。

2、你能提供什么价值内容？

这是你账号的变现的主要方向。你是准备带货？还是分享知识，或者是为了交朋友等等 3、你的粉丝定位是哪些人?

你要变现的用户画像，他们要什么， 他们喜欢什么，他们平时消费观怎么样，他们们是多大 年龄， 男人还是女人等等。做精准定位和在这方面输出内容， 才不会跑偏。

4、粉丝为什么会对你感兴趣？

粉丝因为感动才点赞

粉丝因为喜欢才关注

粉丝因为你有价值才关注你

**52.** 人设基本要素

做好抖音人设的基本要素！学到了~

人设定位是人物展现给观众的一个直观形象， 人物的外在形象，以及内在性格。怎么打造一 个好的人设呢?

1、你是谁？ (swot 分析)

2、你是做什么的？人设是做什么的， 决定能获取到什么样的粉丝群 3、你能给我带来什么价值？找到自己的优势和粉丝群，找到为用户提供的价 值，才能更好地打造一个合适的人设定位，为涨粉、变现做好准备

**53.** 塑造 **IP**

吐血整理！ 持续塑造 IP 人设攻略来了~

1、视频内容要和产品的调性相符合

例如： 内容创作者建立抖音账号的初衷是为了售卖英语课程，但是视频的内容却以吸粉速度 较快的搞笑段子剧为主， 那么账号所吸引的用户群基本以热爱看段子剧内容为主。

若账号在后期售卖英语课程，账号内的用户基本上是不会感兴趣的，他们不仅不会购买课程， 甚至还会取消关注账号。

2、坚持以原创为主

要想打造可持续发展的 TP，就必须坚持原创， 若账号内的视频一直以搬运为主，在某一天 账号红了以后， 就比较容易引起原创者或其他用户的举报和投诉。

3、确定输出内容风格

确定内容输出风格， 同样的内容可以有不同的风格。

比如：同样是做星座内容的账号，有的选择真人出镜纯粹讲述星座性格、运程等方面内容,

有的选择以段子剧的形式表现十二星座的不同性格，还有的选择动画形式。 不同的内容风格所产生的转化比也会不一样， 需要具体权衡。

**54.** 如何变现

抖音如何变现？

广告变现(接广告或者为品牌定制内容)

引流变现(以企业资质申请抖音企业号并完成认证，抖音蓝 V)

电商变现(通过抖音的商品橱窗，抖音小店， 抖音门店、直接在视频中插入商品) 直播变现(通过和粉丝互动和内容推广， 可获得粉丝打赏，可直接带货)

卖号变现(建号，吸粉， 卖号， 变现)

货源变现(链接抖音爆品，带节奏， 设置佣金)

**55.** 收入明细

干货整理！ 抖音零钱、直播、红包、收入等明细都在哪里查看？

零钱明细：

可以通过抖音 APP- 「我」「」「钱包」-「我的零钱」 -右上角「零钱明细」查看零钱明细。 直播、红包、创作收入/提现明细：

可以通过抖音 APP- 「我」-「」- 「钱包」 -右上角账单查看直播/红包/创作收入/提现明细。 直播收入记录：

可以通过抖音 APP- 「我」-「」- 「钱包」 - 「我的收入」-「直播收入」页面下方查看直播收 入记录。

**56.** 违规自查

抖音容易触线和违规的几个行为！速来自查~

1、搬运视频

搬运， 说白了就是盗用他人的作品

2、发广告

打广告，本质目的其实就两个， 引流和变现。

3、负面信息

抖音的 slogan 是记录美好生活。因此，对于每一个运营者来说，涉及到负面的内容千万不 能碰， 一旦被发现、举报，必定会被严查严审。

4、关键词违规

账号昵称、抖音号、个性签名、视频描述/文案、私信、评论，在抖音，凡是能够添加关键 词的地方， 大家一定要注意!

**57.** 运营策略

抖音该怎么玩？

玩抖音的十大技巧：

1、会定位： 一个号发一个类型的视频，不要当某圈发，作品垂直

2、学会写文案

3、学会养号

4、播放量低的一天只能发一条视频

5、不要发负能力的作品(抽烟喝酒， 虐待动作，危险动作)

6、一定要会剪辑短视频

7、学会拍视频

8、学会开直播

9、学会挂小黄车，直播带货

抖音平台的五大变现方式：

商品橱窗： 小黄车(1000 粉丝 10 个作品)

抖音小店： 带自己的货

抖音门店： 线下导流(网红店)

抖音蓝 V：企业号， 等于广告位，可以营销， 为企业做宣传

星途： 接平台商家广告， 赚米

**58.** 赞评转关

干货满满！ “赞评转关”到底意味着什么？

点赞表示同意， 想收藏

转发表示有价值，在里面学到了东西

评论表面有共鸣或者有争议

关注表示还想在您这里学到更多的东西， 有干货

满足用户以上的需求，就能获得更好的数据上热门！

**59.** 低质内容

低质量内容问题汇总，快来看看你有没有中招！

低质短视频常见特征：出镜人形象脏乱→

低质短视频常见特征：画面杂乱不清晰→

低质短视频常见特征：视频声音不清晰→

低质短视频常见特征：表达信息不完整→

低质短视频常见特征：无创意 PPT 视频→

**60.** 限流

抖音账号为什么会被限流？被限流了还不知道你就白干了！

1、先天性限流

一般是你的账号本身就存在问题。造成这种情况的原因有以下几种：

注册完抖音之后，填写账号信息时打了广告或是添加了联系方式(微信， QQ 等) 。频繁的 更换登录设备或者位置定位， 会让抖音认为你是在批量操作账号，是垃圾营销号。尤其是那 种：前一刻还在海南，下一刻就到东北去的账号。

2、低质量限流

指你发布的作品质量不高，主要有以下几种原因：

-视频较为模糊，给观众带来不适感

-视频时间太短，没有超过 7s

- 内容不够垂直，今天拍美食，明天拍宠物，抖音平台都不知道怎么给你分类，怎么推荐

- 内容不是原创的， 是照搬或是抄袭的

3、后天性限流：

这种一般是发布了违规视频，需要隐藏违规视频， 并按照官方提示进行相应操作。

**61.** 三连封面

抖音如何制作三连封面？ 学到了！

下载巨量创意 app，点击左上角三连封面

选择你想上传的背景图， 调整成你想要的样子。点击下一步， 添加标题内容 然后上传视频， 就可以将合成好的素材保存到本地，或者直接上传到抖音哦~

**62.** 运营思路

吐血整理： 从 0 到 10 万粉丝必备的抖音运营套路(速看！ ) 抖音的流量分配是去中心化的，这种去中心化算法，让每个人都有机会爆红。可是为什么别 人玩抖音，刚开始发几个作品就能轻松获得数万点赞？而你自己拍了十几条却一直石沉大海。 这一定是你不懂背后的运营套路，接下来我就来给大家讲讲从 0 到 10 万粉丝都有哪些运 营套路。 1、完善自己的资料 越全越好。包括头像、昵称、签名、手机、绑定头条、个人认证等，总之越详细越好。因为 抖音是每隔一段时间，就会跟具你的资料完善度、行为轨迹以及你作品的互动比来进行账号 权重评级。评级越高的账号， 获得的初始推荐播放量也就会越高，自然你涨粉的机会也就会 更大。 2、想清楚人设定位 想的越清晰越好。人设是你拍摄内容方向的指北针，你的账号人设越清晰， 定位越垂直，你 被粉丝记住和喜欢的可能性就会越大，你在创作的过程中也就不会迷茫。 3、拍摄内容要满足粉丝的基本欲望

人类行为的核心动机的不外乎三点：1.追求快乐 2.逃避痛苦 3.渴望认同，所以你拍的视频 要符合粉丝心理追求，是非常重要的。比如新奇漂亮的让我们觉得美好，好玩有趣的让我们 笑的像猪一样， 在抖音里你总能找到共鸣和成就感。 4、重视粉丝互动，把你的粉丝当朋友 你要学会和粉丝打成一片，而不是摆着一副高高在上的样子，更不是把粉丝当成韭菜。把粉 丝当你的朋友，粉丝不仅会自愿帮你转发点赞评论，更重要的是如何在抖音上带粉丝一起玩 儿，这样才能形成自己的帮派， 凝聚一帮价值观相同，和你一起成长的兄弟姐妹。 5、做好数据运营和分析 除了经常刷热门和研究同行以外，你还要从音乐、人设、定位、服装、风格、发布时间、挑 战类别经常思考和复盘， 只有经过不断的思考和迭代， 才能及时调整运营方向， 提高你的播 放量和粉丝互动关注比。 6、一定要坚持高频率更新 想让用户持续关注你，一定要保持一定频率的更薪，你仔细留意那些几十万和上百万粉丝的 账号， 他们至少每天更新 1 个原创视频或者每周更新一个原创视频， 而且每一个发出来的

作品都是精品。我知道， 大多数人都有自己的事情，想要坚持下来真的很难。但是你既然选 择了短视频这条路就必须坚持， 毕竟做任何的事情都是如此， 否者你将一事无成。

以上 6 点， 就是想将粉丝从 0 做到 10 万的套路。听起来是不是很简单，但是往往把简单 的事一直坚持执行下去才是最难的

**63.** 十大误区

做抖音一定要避开的十大误区！ 拒绝掉坑！

1、不清楚平台规则， 不做规划

不管什么平台，都有他的规则，很多新手在操作之前根本没了解平台的规则，直接去上传， 甚至每个按钮的功能都不了解。违规以后就被限流、重置、删视频、严重的甚至封号。

平台有哪些规则，哪些是禁止的，哪些是不让发的，哪些容易上热门的，是最起码需要了解 的。

一定要先做规划，更新什么视频，制作什么类型的，怎么变现。千万不要盲目， 最基本的吸 引点， 爆点，变现路径要有。

2、不养号， 不活跃

抖音是个去中心化的平台，主要是看你的作品、账号的活跃度，互动关系，和行为习惯标签。 3、搬运

看到比较火的视频， 下载下来上传到抖音，以为能火，

抖音后台技术有去重机制，机器会自动判断你的视频重复率。重复率达到一定的比例视为重 复，不会给推荐。

修改视频的 MD5 也是没用的，抖音有很多去重的手段。

4、多拍多发

大佬，你看我的抖音怎么不火呀!大佬回答道，没事，多拍多发就可以，总有一个能火的， 然后就开始各种的拍，各种的发，发现别人发布的视频形式火了，就去模仿，发了几个不火， 然后就去换另外一种上传，不火又换。

抖音是算法驱动的平台， 推荐逻辑和别的平台不同，要在保证作品质量的前提上，多拍多发 才行。

5、为上热门而发

如果说不从商业角度，只是玩玩，可以随意发，如果你是为了抖音短视频运营， 为了涨粉变 现， 一定要有规律和运营思路在里面， 最基础的定位， 账号头像，名称，签名， 音乐视频制 作等等。

总想着做一个作品上热门，一心想着为了上热门，不去考虑内容本身的会不会有包袱，会不 会达到完播率或者转发点赞评论等。如果这个视频没有火，就换一下方式， 不火再换， 对应 用户来说也不知道你做什么， 凭什么关注你呢，不关注你，粉丝自然就上不去。慢慢的账号 就会死掉。

6、不站在用户角度

以自我为中心，申请了一个账号，自己想发什么发什么， 也不关注不关心用户喜不喜欢看， 也加了很多高逼格的特效，但是依然没有播放量。

我们做抖音运营一定要有用户思维，站在用户的角度考虑，发什么样的作品他们才能愿意看， 问题越清晰，粉丝越忠诚，转化率关注率也高。

7、长视频

很多人觉得发长视频好， 15 秒做不出东西来，但是没有考虑到完播率，抖音上的算法比较 重要的也是完播率， 有多人看你的作品，看的怎么样， 从完播率上就会去评估你的作品质量 和喜好。

什么叫完播率?一个作品的内容是 15 秒， 用户需要用 15 秒看完了，这就是完播率， 如果你 的视频很长 1 分钟，需要花费 1 分钟的时间才能看完， 如果看不完就划走了，那么会判断你 的视频不是用户所喜欢的，

所以不建议大家去考虑长视频，也是新手不懂抖音运营规则的一个坑。抖音注重的是完播率， 不是视频长短。

8、设备不行

身边的朋友拍视频， 开始说不行啊， 做视频需要很好的设备才可以，哪有钱买呀， 买来了拍 的视频不赚钱怎么办。其实手机也可以拍出很好的作品，包括手机 app 上有很多的剪辑软件， 也非常好用，一个手机完全就可以搞定， 最重要的是段子内容本身。

9、刷量，刷粉丝

抖音刷粉丝没有用任何意义和价值的，因为抖音的推荐算法并不是你有多少粉丝就推荐多少， 是根据一个比例来的，当你有做品更新， 会先推荐一批， 达到一定的完播率后， 在推荐下一 批，然后平台会增加曝光率，展现给更多的人看，如果你的账号都是僵尸粉，根据没有播放， 那想下你的作品还能上去吗，还能给你推荐曝光吗?

而且抖音机制后台可能会检测你的账号，要么就给你限流，严重的直接封号，所以建议大家

不要去做。

10、不学习 自己摸索

互联网创业，最怕的是自己摸索，根据不是钱的问题， 是时间的问题， 当你自己摸索出来了 或许需要几个月时间，但是这几个时间平台都改规则好多次了，自己摸索的路也是非常多的 弯路， 要多看轻抖的干货，这样会少走很多弯路。

**64.** 小黑屋

吐血整理： 预防被抖音关小黑屋的办法， 必看干货~

作为一个抖音用户，每个人都想让更多的人看到自己的作品。很多的朋友不了解抖音的规则， 一上来就发带有广告的视频。

可是抖音怎么可能容忍广告肆意横行呢？ 所有抖音用户上传的视频都是经过层层审核的。

一旦你多次违法社区规定，就会被关小黑屋，这里的小黑屋指的是你的作品再也得不到抖音 的推荐

那具体要如何被抖音关小黑屋， 你一定要注意以下几点：

1、禁止出现营销和广告信息

不能在个人信息和视频中留有任何联系方式和明显招揽信息，一旦被抖音监控就会被限制流 量。哪怕是你无意中将品牌标志，快递单，外卖订单等出现在视频中， 只要明显的看得见或 者听见，都有可能会被判定为营销内容

2、不要频繁操作和修改信息

如果你频繁的给用户私信发微信号，或者在评论下频繁的留言微信号，频繁搜索等都有可能 被抖音识别，然后限制你的使用。也不要经常更换自己的个人信息

3、不能搬运

为了鼓励原创和保持抖音社区生态平衡，抖音现在在严厉打击搬运的作品，所以你所上传的 视频必须是原创

**65.** 初期内容

必看干货！ 抖音创作初期拍摄这些最容易下手~

很多刚玩抖音的朋友，在前期完全不知道如何入手，也不知道到底该拍什么。今天就来和大 家聊聊，前期拍抖音哪些内容最容易下手。

1、颜值类

我们经常在网上看到有很多好看的小哥哥和小姐姐，他们不管干什么都有人给她们点赞。可 能你会说我对自己的颜值不够自信怎么办？这个世界上没有丑人， 只有懒人， 大多数人长相 其实都跟你一样普通，你所在抖音看到那些好看的人全是化妆后开了美颜和滤镜的人， 只要 你会化妆在结合着抖音强大的美颜功能，你也能在抖音上成为一个好看的人。然后在热门找 一些符合你人设的内容， 直接拿来加以创新后就能成为你自己的作品了。

2、新奇类

我们经常在抖音上刷到一些新奇的内容，大呼牛逼。而这些新奇内容，操作和学习难度其实 并不算大。比如像生活中的小神器、日常产品的隐藏功能或小技巧还有一些不为人知的小秘 密等等，其实大多数新奇类内容息你都可以在网上收到， 只需要加工整理就行。

3、经验类

如果在某一领域你要比一般人专业， 就可以在抖音上分享你的经验，比如手工、花艺、美食 制作以及一些别人不知道的生活小常识、你的故事或者认知都可以。

4、萌宠类

如果你实在不愿意真人出境，家里恰巧有养小动物，那你就拍你家宠物的日常。

5、娃类

有很多的宝妈在家里没事干，你就可以记录你和孩子的日常生活，把孩子可爱和卖萌的一面 展现出来。

6、艺类

如果你有才艺， 那就更好了，可以跟热门，展示自己的才艺。

7、搞笑类

在网上找一些段子，或者直接翻拍热门榜单的段子，通过自黑的方式来展现自己的性格特征 的同时给粉丝带来快乐。

8、记录类

记录自己的真实生活，比如抖音有一个案列就比较厉害， 有一个小哥就每天记录自己把钢铁 磨成针的视频，现在有 20 多万粉丝。可能听上去你可能会觉得有点荒谬无，但是只要你能 认准一件事然后每天记录，时间长了， 就一定会获得别人的关注。这背后其实展现的是一种 坚持的精神，会让人感到敬佩， 同时也会有更多人自己承担起监督你的角色

八：流量获取

**1.** 蹭流量小技巧

3.合理蹭抖音热点

重磅： 短视频新账号蹭流量的小技巧！操作简单！

首先打开抖音找到挑战榜，找到比较容易的挑战，比如最近很火的加入婆家后的蜕变，只要 有两张前后对比的照片就行了，这些挑战， 都是自带流量的，对于新账号播放的都是很有帮 助的。一定要选那种和你本来的垂直账号就比较吻合的挑战，比如做亲子账号的，可以拍爸 爸带娃这个热点主题，还有就是发视频的时候一定要关联上热点，点击挑战榜， 对应热点的 立即参与， 就可以了！

**2.** 如何正确蹭流量

抖音短视频如何正确蹭热点？以及热点衍生内容

追不上热点可以做热点衍生。

1、内容升级：日常要分析爆款原因， 基于此升级内容。

2、发掘同类：与爆款具有相似性的选题

3、反向选题：与爆款相反的选题。

用户厌倦期、交流区。用户需求随着时间的变化而变化， 平台在进步， 基于内容趋势进行发 展迭代。所以， 内容需要吸引人的眼球！ 多创新！

**3.** 合理蹭抖音热点

干货分享： 怎样才能合理蹭抖音热点？看完就会~

平时多注意抖音热门视频内容， 在自己创作的视频内容中加入热门相关话题，热门话题和热 门音乐都是蹭热点的关键因素， 抖音搜索框就直接可以看到最新热度话题内容，这些内容都

是官方推荐的， 你只要赶上这波热点的末班车，那平台自然会支持并且推荐你的作品。 借助热点注意事项：

1)不论蹭何种热门音乐，在你的视频内容上一定要保持内容的优化， 切记不要发布关于负 能量的相关视频内容

2)热点时效性较强，在追逐热点的过程中理性判断热点价值，盲目追热点会导致账号权重 降低

3)借助热点方法要对， 不要完全生搬硬套， 而是要要附加自己你内容。要不然会让人审美 疲劳

**4.** 抖音话题挑战

干货整理： 抖音话题挑战，如何上热门！

积极参与挑战，上热门的方式有很多，但最简单、效果又最合适的方式，便是利用抖音的“热 门挑战”功能了。

在抖音上，每一天都是有不一样的挑战，可以按照整体的比较来分辨话题讨论火爆的潜力，

然后挑选出你认为说不定能火的话题讨论做好模仿，那样能够提高上推荐的几率。 持续性维护，抖音的推荐算法有的时候会“挖坟”，进而带火某些高质量的老视频。

因此， 针对相对比较高质量的短视频， 需要持续性点赞、评论、转发， 持续运营， 说不定一 段时间这个视频便会被推荐了。

**5.** 自查没视频流量原因

视频没流量，速来自查原因！干货满满~

内容打磨的很好，视频很清晰，文案也不错，但是就是偏偏这种视频会发现一个比较共性的 问题，那就是别扭，可能出现这种情况的原因呢, 比如说场景啊，背景音乐啊，表情啊，形 象啊， 神态啊等等， 前两点是外在因素， 后面三点呢， 就是出境者需要解决的内在问题，场 景呢， 就是指的你视频里面的画面，构图等等的自查一下是不是能够有让人不舒服的感觉， 背景音乐，不要盲目用，不合拍的背景音乐反而会给视频减分制于表情、形象神态吗？ 这个 没有快速速成的办法。重点是你要自己去琢磨，去打磨， 你可以尝试一下对镜练习这方面， 还需要思考一个重要的问题，就是在保证观感的基础上， 比别人更有优势？

**6.** 播放量低原因

重磅揭秘！ 作品播放低的原因到底是什么?

好多老铁说，精心制作的作品， 播放却很低。别人看似很烂的作品，点赞却有几万甚至几十 万， 为什么呢？ 表面上是播放很低， 实际上是作品的观众点赞率、评论率、转发率和完播率 不够， 没有触发流量叠加的按钮。

作品播放低的外部表现通常表现为五个方面：

1、时间太长，没有完播率，请做一个 7-15 秒视频

2、标题太烂，留不住观众，请记住黄金三秒法则

3、帐号没标签， 无法精准推，请定位自己的帐号

4、内容不优质， 不被推荐，请优化作品内容

5、内容涉及敏感词

作品播放低的内存逻辑， 往往会带给作品一些外部表现， 请内外结合， 持续输出优质作品。

**7.** 蹭热度

干货满满~新手五个蹭热度方式， 快学起来！

1、蹭热门音乐， 要耳熟能详的音乐， 音乐的热门时间 2-3 天

2、蹭热门文案(别人发能火你发不火可能过气了， 要看 3 天以内的可用)

3、热门特效

4、蹭热门话题(话题更精准用户)

5、蹭热门人物(有热度)

切记！ 一定要注意热门时效性， 过去太久的热点没必要蹭！

**8.** 关于限流

速看~抖音运营九层妖塔雷区！你中招了吗？

1、头像模糊

2、昵称随意

3、信息填写不全

4、签名引流

5、视频乱发胡乱拍摄

6、刷粉刷赞刷评论

7、视频标题或引导文案中出现违禁词

8、视频内容出现明显的商品信息的推广

9、区块链传销等行业进入抖音

**9.** 解决限流

我的抖音账号被限制了怎么办？

抖音账号被限制主要分为两种情况：

1、限流

仅自己或者仅粉丝可见。限流的原因有很多： 很可能是涉及垃圾信息、营销广告、政治、或 者更严重的像刷粉等一系列抖音禁止的行为。

一旦被限流，你发的任何作品几乎不可能得到平台大力推荐的机会，这相当于你被抖音关小 黑屋了。这种情况的限制一般都有一定的时效性， 因为抖音会隔一段时间进行评级，只要在 此期间养号即可恢复权重。

至于养号的时长， 如果自己作品还有几十个自然推荐量的低权重账号，养个 3~5 天就行。 如果你账号最近所有作品除了自己的点击播放量，几乎再没有任何推荐量，像这种情况你就 需要养个半个月到一个月左右。

2、封号

这种一般都是无限期封禁，而且比较严重的还会封你的注册手机号和手机 IP。简而言之就 是你这部手机和电话卡再也不能玩抖音了。

发生这种封禁的情况一定是你被抖音检测到，你有多次违规的行为。解决的办法也只有一个： 可以尝试通过申诉解封，但恢复的机会非常渺茫的，建议大家直接就换重新换一部手机和手 机号注册。

最后， 请大家务必要珍惜自己的抖音号，在使用抖音的过程中严格按照抖音公约的要求进行 规范操作。

**10.** 流量池

上热门必看：抖音流量池到底是什么？

流量池，从字面意思大家似乎容易理解， 就是抖音给你发布的作品推荐观看人数。

从专业术语解释流量池其实是"营销学"网络成交率倍增体系提出的一个新概念，指的是流量 的蓄积容器，主要是为了防止有效流量流走而设置的数据库。

听到这么专业的术语，你是不是也想知道，影响你作品流量池大小的抖音数据库究竟是由哪 几个指标组成的呢？

1、你发的作品受欢迎程度

2、你的抖音账号权重大小

这两个指标直接决定了， 抖音给你作品推荐播放量的多与少。

**11.** 八大流量池

揭秘！ 必看！抖音的八大流量池是什么？

流量池就是抖音平台的观众人数。当一个作品发到抖音平台，首先， 它会给一部分观众试看 一下，如果观众的反馈好(点赞、评论、转发、完播达到平台内置设定参数值)就会把作品推 给更多的观众以观看，叠加推荐。抖音的观众人数分为八个等级。

1、初始流量池:200-1000 人

2、千人流量池:3000-5000 人

3、万人流量池:1W-2W 人

4、人工审核流量池 10W-15W 人

5、小热门流量池:30W-70W 人

6、中热门流量池:100W-500W 人

7、大热门流量池:500W-1200W 人

**12.** 提高作品热度

干货满满~如何提高抖音视频热度？

可以查看「抖音推荐算法」相关原理：

算法会利用数据从抖音的所有作品当中， 实时的选出观众最可能会喜欢的那一个

1、比如视频本身的信息，包括标题、内容等，还有视频发布之后，其他用户与视频之间的 交互历史。比如点赞、评论以及观看多长时间等等。

2 、除此之外，也会参考用户历史上看过的视频信息，用户与看过的视频之间的交互信息， 比如是否有点赞、评论及分享等行为。

所以让观众喜欢视频是获得推荐的最重要因素，与此同时要遵守社区规则，保证帐号健康成 长，多多参与线上挑战， 不断提高内容制作水平， 用内容打动观众！

**13.** 启动阶段推荐秘籍

抖音账号启动阶段， 快速被推荐的秘诀！

很多人在冷启动阶段，不知道如何做才能让自己的作品被抖音推荐。

想要你的视频被推荐，取决于点赞量、评论量、转发量、完播率这 4 个主要指标。

所以，要想办法提高这四个指标，接下来我就来教大家一些简单的操作套路，让你的作品获 得更多推荐。

在视频结尾让用户看完你的作品并且引导用户给你留言点赞，比如你可以在视频结尾中用手 指小红心让大家点点关注，或者引导大家在评论区留言。

在视频描述文案里通过反问或者给用户惊喜的方式引导互动并且提高完播率，比如你可以写 「看到最后有惊喜」、「你说我是吃还是不吃呢，在线等」、「谁能够给我出出主意」等等。

视频发布以后，第一时间用自己的助攻小号神评论带一下节奏，让更多的用户也参与到评论 互动中，然后尽可能的用幽默的方式回复用户的评论。

设置奖励，这里的奖励可以是虚拟也可以是实物。比如点赞超过多少爆照， 这招很适合长得 好看的小哥哥小姐姐。如果你有才艺，关注超过多少可以给大家真人直播。当然， 有人可能 说如果我既没有颜值，又没有才艺我应该怎么设置奖励呢？你可以在评论区留言， 给留言点 赞最多的用户送一份小礼品，比如书什么的。总之，你的奖励越吸引人，用户参与度就越高。

**14.** 为什么不被推荐

重磅揭秘： 你的抖音作品不被推荐究竟是为什么？

除了违规敏感词以外，之所以你的作品不被抖音推荐，你一定犯了以下几个问题：

1、搬运的内容

现在的抖音已经不像几年前可以随意搬运了。尤其是影视剪辑方面的内容，不建议大家再做 了。

2、不适合传播的内容

抖音毕竟是一个公众平台，所以它很重视未成年人的健康教育，很多东西可能在社会中传播 没啥事，但是在抖音是不让播的。

3、含有疑似广告的内容

抖音现在每天有过亿的播放量，很多人跟你一样也看到了商机，但是不懂抖音规则，上来就 随便打广告。抖音为了维护短视频社区的长久活跃，抖音现在利用人工和机器检索，严重的 打击营销目的强的抖音账号，切记千万不要一上来就发广告了。

4、形式单一和无聊的内容

你的账号养的再好，如果你的发布的作品经过几次推荐后用户互动效果不佳，抖音就会降低 你账号的权重， 给你的推荐播放量越来越低， 最后就逐渐沦为「僵尸号」。也就是抖音不在 给你任何推荐， 你以后发的所有作品也只能自己看到。

5、视频画面模糊的内容

其实有很多朋友的作品拍的还可以，就是视频清晰度不够。有的是自己手机摄像头像素本身 的问题，这个好解决，既然你都知道现在玩抖音有赚钱的机会，那你就要舍得点花钱买一个 小米拍照或者苹果手机。还有的是拍的时候很清晰，上传到抖音上画质就变得模糊了，抖音 的像素比是 1080 乘以 1920 ，大家按照这个像素比导出视频就行。

**15.** 没有播放量

拒绝踩坑！ 抖音视频流量低的原因是什么？看完你就明白了~

如果有违规行为会收到相关系统通知，如果没有违规行为，不存在所谓「限流」说法。

抖音是兴趣分发，视频内容优质、受用户喜欢，各项指标表现良好，比如播放时间长、点赞 比率高、评论和分享比率高，视频就会被推给更多人。

反之则说明用户对你的作品喜爱度低，也就不会推荐给更多的人。

**16.** 没流量原因

拒绝踩坑！ 抖音视频流量低的原因是什么？看完你就明白了~

如果有违规行为会收到相关系统通知，如果没有违规行为，不存在所谓「限流」说法。

抖音是兴趣分发，视频内容优质、受用户喜欢，各项指标表现良好，比如播放时间长、点赞 比率高、评论和分享比率高，视频就会被推给更多人。

反之则说明用户对你的作品喜爱度低，也就不会推荐给更多的人。

**17.** 流量不稳定

干货！ 为什么我的抖音作品流量不稳定？

很多抖音玩家都觉得自己的流量不稳定， 都把原因归结于抖音养号和机器算法。

其实最主要的原因是自己内容质量产出不稳定，机器推荐的算法反而是最科学，你的内容好 不好都是由用户推荐的， 而不是自己的眼光。只要你的内容做好了，并且没有违规行为，流 量也自然会找上门来。

**18.** 为什么只火一阵

重磅揭秘！ 为什么我的抖音爆款只能火一阵？

大家有没有发现一个作品火了之后，一段时间就迅速的消退了，直到最后无人问津，这就是 抖音的流量触顶机制导致的。

抖音的作品需要经过人工和机器双重审核， 然后先推荐 500 左右的在线初始人数给你， 当 粉丝的互动比达到一定数值后再经过层层叠加推荐进而引爆，也就是所谓的上热门，通常会 给账号带来大量的曝光、互动和粉丝。

而这种高推荐曝光的时间，一般不会超过一周。之后， 爆款视频乃至整个账号会迅速冷却下 来，甚至后续之后发布的一些作品也很难有较高的推荐量。

为什么会这样呢？

这是因为抖音每天的日活是有限的， 也就是说它总的推荐量是基本固定的。

1、跟你内容相关标签的人群基本完成推荐， 其他非精准标签人群反馈效果差，所以才会停 止继续推荐；

2、抖音也不希望某个账号迅速在短时间内火起来， 需要让你通过一轮又一轮的考验，看你 是否具备再创新和持续输出优质内容的能力。

**19.** 同 **WIFI** 多账号登录会限流吗

揭秘！ 同一个网线登陆多个号， 算不算违规？

同一 wifi 不能同时长期登陆超过 5 个抖音账号， 最好使用流量登录。登录过多的账号， 容易 降低账号的权重，减少推荐率。

九：养号问题

**1.** 什么是“养号”

什么是抖音养号？(新手必看)

相信大家从字面意思都能理解， 就是通过一系列刻意操作来提升自己账号的初始权重。 权重越高抖音官方就会觉得你是一个正经号， 会给你更多的播放推荐量。

所以养号是玩抖音最重要的一个环节，之所以要养号， 是因为现在营销号太多了，抖音官方 为了将精准的流量给到优质的内容创作者，所以会根据不同的维度来检测你的账号是否是一 个正常的账号。养号的操作比较简单， 简单来讲就是看你的行为是否属于一个正常的用户， 会根据你平时的点赞、完播率、评论、转发、关注等行为来判定你账号的权重。

说到这有人可能对于养号还是不太了解，我不就是拍个抖音吗?为什么要这么复杂，其实这 个道理比较好理解， 现在很多的人都把抖音当成一个赚钱的机会，如果你在早一年前，你玩 抖音玩的早，那个时候你随便拍点什么都可能容易火， 而且抖音也不给你限流， 好多人那个 时候一个作品就轻而易举就涨粉十万。可是现在你能行吗？ 现在抖音平台每天都有数十万作 品更新，大部分在抖音看来都是垃圾作品。

那抖音是如何去区分垃圾账号的呢，就是看你的平时玩抖音的行为轨迹，这也就回到前面我 说的养号了。所以，养号最终的目的也就是告诉抖音你是一个正常用户，你不会利用你的账 号在平台乱来， 从而获取平台信任给你相应的流量。

**2.** 哪些账号需要养号

哪些账号需要养号？

1、新注册的新账号需要养号。

2、很久没发作品的老号。

3、被平台提醒过，降过权的账号。

4、平均 3 个视频都没有超过 2000 播放量的账号。

**3.** 养号七大潜规则

「抖音养号」七大潜规则，收藏起来！

Q1

什么是「养号」 ?

简单来说， 就是通过一系列运营手段来提升账号的初始权重

Q2

抖音还要养号?靠谱吗?

很多新手注册账号后,就迫不及待发视频,把抖音玩成了朋友圈

没多久，账号就变成了僵尸号(粉丝没有增长，视频无人问津)

因为他们忽略了重要的一步:养号

Q3

哪几个阶段必须养号?

新注册的抖音号很久没用的老抖音号被平台警告或降权的账号

视频播放量在 300 以下的低权重抖音号

Q4

究竟如何养号?

1 卡 1 机 1 号基础信息完善

每日稳定登录(持续—周)

Tips:以上操作保持正常频率，过犹不及

Q5

养号期间不能做的事?

-顿繁登出, 同手机登录多个账号

· 同 WIFI 登录多个账号(建议使用流量)·频繁修改个人信息

·频繁点赞,甚至没看完视频就点赞

· 高频率重复同一动作(例:快速评论 10 条)

Q6

抖音究竟为什么要养号?

养号是由抖音的算法推荐机制决定的

抖音会把流量给到正常、原创、内容垂直且高质量的账号

养号的目的就是在短时间内,建立账号的垂直度、健康度和活跃度，使系统判定你是个优质 账号

Q7

养号进阶版教程?

抖音会给每个用户贴上兴趣标签和内容标签

· 喜欢刷美食视频,就会给你贴上美食兴趣标签·根据你的作品类型，会贴上内容标签并推流 账号内容越垂直，越容易被打标签， 也越容易被系统推荐，从而获得自然流量

养号阶段关注同领域账号并互动，能在初期就贴上标签

**4.** 养号目的

揭秘！ 抖音养号存在吗？ 养号目的是什么？

存在。

养号是为了让抖音知道你是一个真人，是一个活跃度很高的真人，让系统给你打上“浏览者” 兴趣标签， 形成关系网， 为后续账号作为“创作者”奠定基础。

注意，养号期间一定不要犯规，不搬运，不混剪，不营销， 100%精准标签打标，不搞笑， 不娱乐，只发产品视频， 不要点赞粉，只要精准的购物粉，只发产品场景视频。

十：文案问题

**1.** 制作爆款文案

做抖音如何制作爆款文案？从 4 个方面进行优化！

①关联度： 与「我」相关、与产品相关。

建立起一种关系，可以是利益关系、情感维系、或者分享知识、传播口碑。一则好的文案， 文字中描述的产品， 能让你想起你的家人、亲人、爱人、朋友、同事等人的需求。

②信任度： 顺应趋利避害的人性

顺应人的潜意识，让人不自觉就产生情感偏好和信任。

③说服度： 促使你即刻做出选择 不是创造大众的欲望，而是将欲望引导到你想要的地方。 ④传播度， 降低沟通成本，发行分享基因 爆款文案都是有规律、有关键词而且还有固定结构和主题的， 观众喜欢，才能成为爆款，你 的文案要能抓住观众的痛点， 这才是制作爆款的内核， 就是让你的用户了解你、爱上你和传 播你， 最后不知不觉下单购买。

**2.** 爆款文案公式分享

爆款文案公式分享， 你也能拍出 10W 赞的视频！

①人物+状态+情感宣泄一一引起共鸣

不管是做视频内容还是文案内容，最不能忘的就是引起用户的共鸣，让用户一看就觉得说得 特别对，让用户产生爽感，让用户觉得你讲出了他们的心声。

②描述事件\观点+留出悬念一一引发好奇

文案中引发好奇，一般是留有悬念，让用户想知道到底会发生什么事情，答案到底是什么， 结局是什么。

③主体+(情景)+问句/反问—― 引发互动

想要勾起用户和自己互动，让他们评论， 在文案中有个好方法，那就是采用问句的形式，让 用户自然而然地想留下自己的答案。

④你要相信+观点――表达鼓励

现在很多人生活地很丧， 尤其是在外漂泊的年轻人。因为工作太累，因为赚的钱太少， 因为 和对象、朋友吵架...... 因为困难的事情太多了，让他们的情绪不是那么稳定。这时候确实需 要一些"正确的废话" ，“温暖的话"，也就是鸡汤来鼓励他们。

⑤制造冲突(反差)+提出问题+给出答案

在视频开头或是视频标题里面制造冲突。这样的案例抖音上有很多，有些内容如果你不看标 题或者没有标题的“冲突"，可能也就是一个抖音里面比较普通的视频。如果配上这种标题， 效果就大不一样了， 瞬间觉得整个视频有了灵魂活了起来。

⑥情境+怎么样+事件一一干货输出

以前事情不会找百度，现在遇到问题刷抖音。抖音上面有很多生活小技巧或者行业知识的分 享。比如下面视频文案标题:生活小妙招:油烟机滤油格难清理怎么办?这类视频完播率很高。

⑦热点话题+创新角度一一结合热点

热点的信息大部分人都是喜欢看的，只要是有影响力的事件刚出来，大家看到都会比较好奇， 比如最近的“薇娅全网被封禁”，随便拍下，蹭个热点就能火。

**3.** 带货爆款文案公式

学会这个文案公式， 快速写出带货爆款文案！

五感是带货文案，分分钟写出爆款脚本，从产品分享者的角度出发，将视觉、听觉、嗅觉、 味觉、身心这五大感受性的词汇融入带货脚本中， 能让用户身临其境的感受产品。

以吹风机为例， 这款水杯大小的吹风机风力超强， 配合智能控温系统， 不但不烫头皮， 更有 沙滩上吹海风那样轻柔温和的浪漫体验，不到两分钟头发就吹好了，噪音是真的很小，边吹

头发边追剧，简直太爽了，另外还送一个固定神器，吹头发还能解放双手， 简直绝了。 利用这个公式， 带货视频的文案脚本就很简单！

**4.** 爆款文案的结构公式

做短视频怎么写出爆款文案？ 3 点学会爆款文案结构公式

怎么写出爆款文案， 有三个标准，第一是用户愿意听， 第二是用户听得懂， 第三是表达效率 高，

①怎么让用户愿意听，要让用户愿意听，就让你的文案口语化做短视频不是写学术论文， 短视频的本质是在跟用户对话，所以你要用口语，不要用书面语，那怎么做到口语化呢？不 要去写文案，而是去说文案， 具体可以分三步走， 首先先想好你要说什么， 也就是确定你的 选题，比如我这个事情的选题就是讲怎么写文案，然后呢，你再想想你想从哪几个方面来说， 最后把你想说的说出来。录音再转化成文字， 这样一篇文案就写出来了。

②让用户听懂这一步的关键是加案例，因为你的文案里肯定会有很多概念、方法、原理， 所以要加案例， 让用户进一步理解这些概念、方法、原理，当然案例不是一定要加案例，是 为了加强用户的理解，一篇文案就基本成型了。

③还要去提高你的表达效率，也就是用最少的文字来表达最多的信息，这一步的重点是做 减法， 去看看哪些话是多余的， 是废话都删掉，这里有个标准，就是写完文案之后再删掉多 余的部分， 进行精简。

**5.** 爆款文案公式

干货整理： 谁用谁火的爆款文案公式！赶紧学习~

一个爆款文案的万能公式，不管你是实体店线下引流还是线上带货，能学会这套公式就会事 半功倍，常见问题+危害+解决办法，例如：得了灰指甲，一个传染俩，问我怎么办，马上用 xxx，得了灰指甲是现象，一个传染俩是危害，马上用某甲呢， 是解决办法。再比如说二手 车行业，新车贬值快，二手车成了众多爱车人士的首选是常见问题。二手车买错了，不仅浪

费钱， 还丢面儿是危害。三个办法， 教你挑选性价比最高的二手车解决办法。 一套公式下来去写文案， 很多人都会认真去看，从而达到用户共鸣。

**6.** 抖音标题文案和话题

揭秘： 抖音标题文案和话题， 2 个主要的核心作用！

标题主要包括文案+话题，其核心作用有 2 个：

给平台看： 为了获得平台更多精准推荐， 获得更多的曝光

给用户看： 为了让看到的用户为我们的视频停留， 点赞、评论、转发 抖音是人工智能审核+人工审核。所以标题首先是要给机器看的， 主要就是在视频标题当中 插入一些核心的关键词和话题， 好让抖音机器给我们的作品打上标签，推荐给更多精准的人 群。 比如女性+穿搭，那么系统就会优先推荐给女性，就不会随机推荐了，会使你的视频人群更 加的精准。也可以让用户很好的了解你的视频主题，更好的让用户停留。

**7.** **11** 种爆款抖音标题

11 种爆款抖音短视频标题，直接套就能上热门！

好的短视频标题不仅能吸引人们点击，还能起到一定的社会货币作用。和图文标题一样，短 视频标题有时也能表达用户的心声，起到沟通的作用。让一起来盘点一下短视频标题的套路， 以及每种类型适合什么样的视频。

01

直接命中痛点类型。

例子： ①“不想口臭找上你，这三样东西真的缺一不可。 ”

②“放假出去玩， 总是拉肚子？ ”

直接痛点类型是标题中最常见的，下面提到的很多类型其实都是基于直接痛点类型的延伸。

02

共情和共鸣

例子： ①“远嫁的痛苦，结婚一年后我终于明白了……” ②“成为母亲:深夜崩溃， 在孩子面前大喊大叫” 这种头条式的多用户情感号会让用户产生共鸣，回忆起自己的生活中也有过类似的情况，这 一方面提高了视频的播放率。另一方面，用户在产生共鸣时会点赞，以“渴望被理解”为理由 将视频转发给特定人群。 03 年龄事件类型

例子：①“70%之后， 我觉得毕业十年后我一年能赚几百万。我们采访了五个 90 后， 他们的 工资……” ②“当了两年全职妈妈，为什么一点都不担心？” 事件型标题会直接对相应圈子里的人产生代入感，所以在开始标题时最好直接考虑目标群体 的年龄和标志性事件的组合作为关键词。 04 快速实施

例子： ①“只用三步就能做出来的减脂零食， 自己吃更健康。 ”

②“只用了 20 天， 大腿瘦了4 厘米。我都做了什么？！ ”

每个人都想变得更好，但又害怕变好的成本太高， 导致懒惰和拖延。使用快速实现的标题可 以降低用户做某事的心理门槛， 从而吸引他们点击。

05

时间延续类型

例子： ①“XX 跳绳开赛的 178 天已经瘦了 15 公斤”。

②幼儿园第 137 天班级故事会

时间延长的标题会让人觉得有趣。《XXX 减脂日记的 178 天》，对于一个也想减脂的人来说，

忍不住想点进去看看作者的减脂效果和经验， 大概会带着好奇关注这个账号。

06

基本技能

例子： ①“月薪 3000 的人，一定要看怎么利用媒体来实现弯道超车。”

②“三句怼杠精， 招招致命”

本质技能类型在某种程度上也是直接命中痛点的类型， 因为有痛点需要相应的解决方案。基 本技能标题中经常出现的词是“必须”和“必须看到”…

07

解决问题

例子： ①“秋季反复发作的过敏性鼻炎， 5 个小方法教你如何预防”。

②“梨形的五件最喜欢的衣服， 进来看看。”

适用于任何领域的干货物品， 以盘点的方式列出问题的解决方案，从而对症下药，为用户提 供帮助。

08

绝对肯定

例子： ①“我给你一个扒鸡的食谱， 保证你从年初吃到年底。 ”

②“来长沙一定不能错过 10 道菜……”

这种标题类型多用于食品领域， 知识、服装等其他领域也很常见。比如:“要做到这一点， 推 广速度远远快于同行。”

09

降低门槛

例子： ①“不需要烤箱！三步做出好吃的提拉米苏！”

②“高强度间歇锻炼法！5 个动作可以在家练习。”

每个人都渴望变得更好， 但同时又害怕困难， 所以低投入高回报的称号很有吸引力。在强调 低门槛的同时， 也能突出结果的丰富性。

=

10

突出变化

例子： ①“平头型三步成高卷发！”

②“一个普通人的十年……”

突出变化， 展现变化前后的样子，会让人有行动的欲望。

11

危机提示类型

例子： ①"搞垮颜值的祛痘方法，有些人现在还在用."

②“面试的三大禁忌， 千万不要犯！ ”

③“如果不注意这一点，辅食吃饱了宝宝就很难长肉了。 ”

这类标题之所以能激发点击欲望，是因为用户很容易有代入感。对于一个有面试安排的人来 说， “面试三忌”这个标题会吸引他点击。对于一个容易长痘痘的人来说，“破坏颜值的祛痘 方法， 有人还在用”这个标题会吸引他点击。

好的标题不局限于以上类型，核心是圈定人群，直击痛点，提供帮助， 解决问题。

**8.** 爆款选题

揭秘： 抖音谁用谁火的爆款选题！你学会了吗？

六个谁用谁火的爆款选题：

①你有没有什么样的体验？例如：不嫌弃你的弟弟是种什么样的体验？

②几秒或者几个步骤教会什么例如： 教你们如何快速一秒系鞋带 ③那个谁谁谁，现在过得怎么样？例如： 我那个嫁入豪门的闺蜜后来怎么样了？

④如果你怎么样了，你会怎么办？例如： 你有 100 万，你会怎么花？

⑤千万不要怎么怎么样，例如： 千万不要熬夜玩手机了，

⑥什么VS 什么， 例如：第一次装修 VS 第二次装修

**9.** 抖音爆款文案

如何打造抖音短视频爆款文案？ 3 招教会你~

短视频时代，文案是一条视频的门面。视频的文案决定了用户是否愿意观看你的内容，好的 文案意味着高流量。

爆款文案标准： ①有卖点——给予粉丝想要的东西。②有内容—— 不做标题党。 ③有趣味 ——第一时间吸引作者的眼球。

爆款文案技巧： 数字聚焦、八卦猎奇、制造悬念、颠覆常识、善于对比、情感打动、名人效 应、借势热点、干货福利、盘点归纳、戳中痛点、善用符号、代入感、做成系列、指明人群。

**10.** 爆款文案

重磅干货！ ！抖音爆款文案 10 大关键点，不看就亏了！

下面这几个关键点， 绝对是高频出现的概念， 值得耗死一点脑细胞。

1、与读者紧密相关， 洞察生活细节， 身份标签很重要

2 、 用词更直接、语气更强烈、情绪更爆发

3 、 好奇心是人类摆脱不掉的 “怪癖”

4、明确具体，细节性描述，直接利益

5 、 悬念、矛盾、冲突、爆料、冲突、反转、颠覆，是眼球杀手

6、热点、热点、热点，沾上热点就是爆点

7、多用 “我” 、 “你” 、“TA”，故事动人心

8、角度要新颖， 观点态度要鲜明，甚至极端

9、长标题， 可以容得下更多引人注意的词

10、内涵敌不过简单粗暴！！

**11.** 深度思考

抖音爆款秘籍： 关于文案的 22 条思考(不看就亏！ ) 1、如果写出的文案， 需要用另一句话去解释， 就直接用后面那句话吧， 不要用废话。 2、想到什么就去干吧，要允许自己搞砸， 遇到问题解决问题才是正解。 3、有创意不一定能做广告，人人都有创意也都会写文案， 关键是需要能持续全面地能生产 输出。 4、试试用 “说” 的。想象你想要影响的那一个人就在你面前， 用你的文字与他促膝而谈。 5、文案是对策略的创造性表达， 没有策略，寸步难行。 6、要记住： 对潜在消费者的了解，远比对产品的了解还重要，当然， 对产品的了解也很重 要。 7 、干文案这行， 段位的区别真不在基础的技巧、概念和工具上。更多的是对行业的了解， 市场的洞察，用户需求的分析， 实践的热衷。除了对技能的纵向深挖， 也要注重相关领域的 横向拓展， 想要往上走不能满脑子都是技术。 8、不用总想着讨好所有人，文案永远是针对一部分人听的，特别是你的核心人群。这世界 上没有人人都爱的产品， 更没有人人都爱的文案。 9、文案的核心是要能与目标人群沟通， 让复杂的产品能与用户沟通， 让无形的品牌能与用 户沟通。而文案人就是品牌与用户间的一个中间人。

厉害的文案人至少有 2 个能力：一个是充分了解品牌、产品以及用户；另一个是善于得把品 牌、产品语言翻译成用户语言。 10、知道为什么而写，比知道写什么、怎么写都更难得！ 11、模仿是文案人的必经之路，它不等于抄袭。去思考成功文案的每一个细节，模仿到精髓， 再做优化。 12、写文案是一个不断往复的过程，从来都不是可以一步到位，从头到尾完美无瑕，有句话 叫 “下一版会更好”，没有反复改稿的文案多半不会是好文案。 13 、在任何状态下都能写出像样的文字， 这是文案人需要培养的职业素养。 14、写文案时，不妨想想自己要描述的东西和用户熟知的东西有哪些相似点，然后建立关联。

15 、动词是最容易在脑海里浮现画面的。

16、拿起笔的时候千万别忘了：不是你喜欢什么，而是你的用户们在某一个场景下需要什么。

17 、保持文字的节奏感， 把你写的文案大声读出来。就会发现哪里节奏不行。

18、文案不等于创意，文案更不等于文学，更应该关注的是 “有效表达”，过度崇尚创意、 追求文字辞藻常常是摧毁文案的元凶。

19、要推荐产品的话，别想着立马把消费者的注意力转移到产品上来，而应该让他们的注意 力先转移到他们自己身上。

20、文案并不能无中生有地创造出用户一个欲望，它只是在唤起、放大原本就存在于人们心 中的欲望。

21、大量的去积累(看经典文案、看创意广告、看电影台词、听歌词、观察生活中的文字) ， 没有人能一开始就无中生有。

22、来自外界的指手画脚、质疑否定， 是不可避免的，学会 “戴着镣铐， 还把舞跳得好看”。

**12.** 进阶教学

进阶版教学！写抖音文案，最重要的是什么？

著名营销专家 西蒙·斯涅克(Simon) 提出的黄金圈思维，它不仅适用于管理、营销、思维训 练，对于文案也是帮助巨大。

这个思维方式简单来说概括了我们看问题的三个层面：

Why：最内层—— 为什么。做一件事的原因或目的， 属于战略层面；

How：中间层—— 怎么做。针对这个目的或战略，如何去做好这件事情， 属于战术层面；

What：最外层——做什么。最终要做哪些具体的事，这基本是事情的表象，属于执行层面的 东西。

我们再切换一下角度，黄金圈思维用在写文案上。

如果是常规思维，收到文案需求后可能是这样思考：

What：我要选择什么样的主题， 写什么样的内容？

How：可以去参考同行，可以怎么构思，可以追追热点，可以看看书籍找灵感， 可以整合优 质文章......

而如果从 Why 开始思考，则应该是：

Why：为什么需求方要做这次活动？为什么需要写这么一篇文案？他们要达到什么目的？ 他 们为什么要写一篇活动文案？活动文案最核心是什么？

How：怎样选题， 怎么布局，用怎样的文案策略能够达到这个目的？

What：最终用什么形式、写什么、用什么文字风格。

这样的思考方式是不是靠谱很多呢？ 直击工作的本质。

你的文字功底没变， 但是你的文案思维变了， 更深了。

换句话说， 其实是站在比文字更高的视角去写文案。知道为什么而写， 而不是写写写， 改改 改，永远不知道为什么。

在这个过程，你必须把 “为什么” 的问题思考清楚，而最终， 你在写文案时所有的 How 和 What 都需要符合你的这个Why ，而不是符合你对文字的审美。

只要弄清楚 Why，明白什么样的才合适， 你的文案攻击力也会大大提升！

十一：标题问题

**1.** 爆款视频 **4** 种选题技巧

干货： 爆款短视频四种选题技巧！小白必看~ ①数字敏感，比如四个技巧教你涨粉 10 万，大家会吸引进来， 且真实可信。

②两性矛盾，两性话题，比如说金融女的择偶要求，如何找 HR 经理当男朋友，这些就很容 易有话题， 共鸣。

③阶级矛盾，就比如说穷人不配什么什么，有钱人就什么什么，这种内容也很容易火， 说阶 级矛盾的话题更敏感，大家谨慎入。

④反认知， 很多大 V 选题都是反认知的， 比如说富二代真的很可怜，外国人也爱买奢侈品， 你以为富豪们真的节俭， 要给观众一些新的观点。你这样就比较容易火，还有就是说观众感

兴趣的，对观众有用的， 而不是你自己想表达的。

**2.** 标题黄金公式

重磅整理： 抖音爆款视频标题黄金公式！ 看完就会~

抖音视频的标题有 2 个核心作用：

①给用户看：让看到的用户点击视频，给用户看，一方面要刺激互动；另一方面，要唤醒 情绪。

②给平台看：获得平台更多精准推荐。从爆款视频搜集到一些常用的标题公式，初学者可 以直接拿去使用： 1)悬疑式标题： 引发好奇心，吊足人的胃口。例如：难得去幼儿园的爸爸接孩子， 老师不 认识， 孩子也蒙圈， 于是……这还在还能接走吗？ 2) 设置悬疑引发互动=互动提问。例如： 比如说你们试试看婆婆会怎么做？ 3) 观点类： 开门见山， 直奔主题。例如：有人说： “好婆家不是靠命好，是动脑才能找到的。”

**3.** 万能标题

抖音作品“万能标题”！你学会了吗？ (必看)

一、那些 xx 都xx 了？ 例如：那些裸辞创业的人都过得怎么样？

二、如果 xxx 你会怎么办？例如：如果领导让你过年加班怎么办？

三、如何做出既 xx 又 xx 得xx？例如：如何挑选既便宜又有档次的情人节礼物？

四、同样是 xxx 为什么有人xxx？例如：同样是不控制饮食，为什么我又掉秤啦？

**4.** **8** 个标题方法论

百万爆款文案： 8 个实用的标题方法论， 内附案例！

1、直接引语+犀利观点

三观不正的华语剧： 就算评分再高， 我也必须差评

“房子比男人靠谱”：有钱女人的快乐，你根本想象不到

“你为什么不结婚”：因为低质量婚姻，不如高质量单身

“亲， 请帮我砍一刀”：你所谓的朋友，正在偷走你时间

2、亮点前置+设置悬念

乔布斯的 iPhone 设计团队几乎全数离职， 苹果是如何逼走设计师的？

小伤口要了 2 人命。医生提醒： 3 个特点的伤口，再小也要打破伤风

杜月笙赴港前告诫 1 人留下必死，不听！ 杜走后偷溜回上海， 没活 3 天

3、抛出好奇问题+设置悬念

你会把父母送进养老院吗？看看英国摄影师镜头下的老人

放屁多的人，容易得肠癌？医生提示：这些才是大肠癌的靠谱查法！

95 开头的骚扰电话究竟是谁打来的？ 终于找到源头了，可以这样屏蔽

4、颠覆刻板印象+巧用对比造悬念

这两个中年男的爱情故事，竟然比偶像剧还甜

大厂 HR：我最不愿意见到的，就是小公司里评出来的 “优秀员工”

夏天空调开 26 度，宝宝最舒适？ 错！ 夏季空调怎么开，你来听我说

5、挑战认知+打破常规(正话反说)

身为一个母亲， 我从来都不爱我的孩子

是的， 我就是那个离婚不要孩子的自私女人！

今天， 你吃塑料了吗?

6、高洞察观点/现象+直接引语

生完孩子第 5 天， 我进了 ICU

结婚前“我养你”，结婚后“是我养的你”

“你很好， 但是你被开除了”

7、高热度话题+犀利观点

52 岁四川大叔高考 23 次引热议：无谓的死磕，是对生命的挥霍

中年老母亲已经买不起 Dior 了：女人之间的较量，从娃的补习班开始

南京小伙醉倒地铁站放声痛哭： 成人的世界太苦， 你需要崩溃的权利

8、亮点前置+陈述惊人事实

2180 万亿吨！NASA 在嫦娥四号附近发现了致密异物，比武汉市大 6 倍

“妈， 离婚吧， 别装了！ ”一封 15 岁高中女生的来信|真人故事

“垮掉”的 90 后，可能是中国心智最健全的一代人

**5.** 文案技巧

吐血整理： 6 个抖音标题文案技巧， 不看就亏！

一个有上热门潜力的短视频，除了有好内容， 极具吸引力的抖音标题文案也是必须的。

因为好的标题文案能让视频内容更丰富饱满，激发用户的认同感，吸引观众完播视频的探索 兴趣， 还会引起评论区热度而带动视频互动率。

1、疑问式标题文案

疑问式标题通常是对内容的概括，用来引起用户的好奇心，产生把视频看完的兴趣。因为标 题的答案就在视频里。

用提问的方式，让用户在看到视频的第一眼就和我们产生“互动”，故事里怎样的真心被辜负？ 你曾经是否有被辜负过的真心？ 那是一个怎样的故事？让人不禁生出感慨，且会忍不住打开 评论发表自己的感慨。

“你知道多少生活小技巧?”等都是疑问法的呈现方式。

还有一些穿搭博主为了提升互动率，也会采用“你们大学读的是什么专业呢?”“这辈子最想听 的演唱会是谁的?”等疑问句的方式作为题目。

2、热词类标题文案

热词法其实就是蹭热点， 近期生活中的热点话题、流量热词等，只要是讨论度广、关注高的 话题， 都可以蹭，能有效提升短视频曝光，帮助视频上热门。需要注意的是，热点话题更新 快，我们更新热点一定要及时。

及时关注热搜中的热点， 关注生活新闻， 在相关的视频作品中引用热词、热点等， 能够提升 视频热度。

3、俗语型标题文案

包括括谚语、口头禅、俗话等， 这类句子往往话糙理不糙， 特别接地气， 也流传度高， 影响 范围广。所以， 用这类文案做短视频标题，可以起到引人入胜的效果。

俗语类的短视频标题文案，都不需要我们特意创作，很多素材网站上就能搜集到。

4、电影台词类标题文案

很多经典的电影都会留下经典的台词，因为这些台词能给人共鸣，能让人产生或感动、或释 怀、或伤感等情绪。

所以， 有些短视频可以搭配经典电影的台词， 吸引观众的目光。标题， 不看内容就能吸一波 点赞。

5、设问式标题

设问式标题问的是视频内容中的一部分， 同样也能起到激发用户兴趣的目的，同时还能带动 用户情绪参与评论， 提升完播率和评论率，帮助视频上热门。这类短视频有情节， 有设计， 这种剧情类的短视频背后都是有脚本支撑的。

如果你不知道怎么创作短视频剧本(脚本)， 有一个最简单却有效的方法： 模仿。

参考优秀的短视频剧本(脚本) 模板，根据自己的故事主题， 填充内容，或者修改脚本模板 中的细节， 融入自己的创意，从而创作出一个具有亮点的短视频剧本(脚本)。

6、用对比法写标题

标题与内容形成对比，可以带来原本视频内容达不到的效果，是一种提升作品质量的好方法。

对比， 就是利用人的认知心理， 把事物、现象放在一起比较。目的是突出事物本质特征，制 造出冲突性看点。对比的差异越大， 往往越吸引人。

时间对比

“从发现到灭绝只用了27 年，这种海中巨兽经历了什么？ ”

境遇对比

“拼多多薅羊毛背后的羊毛党：有人一晚薅套房，有人被判无期后改 5 年” 立场对比

“细数天蝎座的死党和天敌，最后一个太让人意外！ ”

**6.** **10** 大关键点

价值百万！ 抖音标题的 10 大关键点~

讲方法之前，先说说什么样的标题能迅速圈定眼球？

需要注意的点非常多，比如戏剧冲突、利用具体数字、追热点傍大款、运用对比、刺激痛点、 惊喜优惠、突出利益、营造紧迫气氛、直接表明受益人、刺激情绪、制造悬念好奇......太多！

但是， 下面这几个关键点，绝对是高频出现的概念，值得耗死一点脑细胞的

1、与读者紧密相关， 洞察生活细节， 身份标签很重要

2、用词更直接、语气更强烈、情绪更爆发

3 、 好奇心是人类摆脱不掉的 “怪癖”

4 、 明确具体，细节性描述，直接利益

5、悬念、矛盾、冲突、爆料、冲突、反转、颠覆， 是眼球杀手

6、热点、热点、热点，沾上热点就是爆点

7、多用 “我” 、 “你” 、“TA”，故事动人心

8 、 角度要新颖， 观点态度要鲜明， 甚至极端

9、长标题， 可以容得下更多引人注意的词

10. 头条号取标题，内涵敌不过简单粗暴，虽然会受不了

**7.** 爆款文案套路

抖音爆款标题文案常见的几种套路(重磅干货)

每个标题都举了例子，方便大家理解：

1、以“利”诱人

有好处谁不喜欢呢？ 在标题中就应该直接指明利益点。这里的好处不是指给实际的东西，而 是让用户有一种占了便宜的感觉。举个例子：「如果播放量超过 100 万，我就真人直播」 等，但不是所有的作品都适合这个方法的，而且一定要合理诱导

2、以“新”馋人

对新鲜的人或事物感兴趣，是人之常理。一定要学会把握住这个特征， 制造出具有新闻价值 的标题。比如：惊现、首度、首次、领先、创新、终于、风生水起、暗流涌动等等这些都是！

「我大北京故宫首次开放夜场」、「华为的知识产权数量遥遥领先国外」、「5G 技术惊现 上海」等

3、以“情”动人

人是有感情的动物，无论是亲情、友情还是爱情，我们无时不刻被「情」所包围。要用「情」 来打动读者，写此类标题的时候你一定要融入自己的情感。比如： 「这个人跟我吃了 5 年泡 面，我一定要她过上好日子」等

4、以“事”感人

我们就喜欢听故事， 尤其是让人感动的故事。一定要在标题突出你的故事感，比如： 「老夫

妻的梦想， 这辈子要在沙漠种一万亩梭梭树」等

5、以“悬”引人

电视剧《三十而已》播出时， 收视火爆， 很大程度是因为一个接一个扣人心弦的剧情， 因为 你总猜不出下面一集剧情会走向何方。写标题也是如此，要学会埋伏笔。此类标题应具趣味 性、启发性和制造悬念的特点， 并能引发用户讨论。比如： 《曾经身家百万，是什么让他流 落街头》、《马云是如何从一无所有，到建立千亿商业帝国的》等

6、以“秘”迷人

和悬疑一样， 大家最喜欢听到各种真相，人类的求知本能也让大家更喜欢探索未知的秘密。 揭秘的标题往往更能引发关注， 科幻类抖音号的标题通常有秘密、秘诀、真相、背后、绝招 等这些关键词。比如： 「一个月瘦身 10 斤的，你永远都不知道的懒人秘诀」、「商家永远 都不会和你说的 5 个小套路」等

7、以“险”吓人

恐吓式标题一般都出现于安全健康类的账号中，通过恐吓的手法吸引读者兴趣， 比如做因为 某某坏习惯引发的各种问题， 当粉丝看到相关标题就能引起强烈的共鸣，这个坏习惯几乎大 部分人都有，能让别人意识到他以前的行为是错误的， 或者产生一种危机感。比如，《长时 间躺在床上玩手机的人， 容易得老年痴呆》、《父母吃的保健品， 可能是致命毒药》

8、以“问”呼人

视频标题如何让粉丝感觉更亲近，显然，以对话、发问或者直呼其名的方式往往更能吸引住 人， 甚至可能一些不是你的目标人群也会因为好奇，而关注到你的作品。比如： 《来北京这 么长时间了，依然没有归属感， 你呢？》、《喜欢上这个小姐姐了，我要怎么办》

9、以“趣”绕人

一个好的视频标题， 会让粉丝看完视频后往往会过目不忘。生动、幽默、诙谐的段子， 可以 让标题变得活泼俏皮，而恰当的修辞手法和谐音的效果，可以令粉丝感到回味无穷，甚至愿 意帮你主动转发传播。比如《钱不钱无所谓， 我喜欢长得丑的》。

10、以“议”动人

建议性的标题是我们经常看的标题，尤其是知识分享类账号。这里建议大家从人们都有的逆 反心理着手， 你不让他干什么， 这样粉丝往往都会想着干什么。比如： 《新手创业： 你一定

不要做这三件事》

11 、借“名人”

名人的任何事情都是大众所关注的，无论是他们的工作，还是他们的生活。如果你所宣传的 事物或者产品能和名人靠靠边，借着名人的噱头，一定会吸引不少读者的眼球， 这就是明星

效应。比如：《不老男神林志颖的秘密》、《刘德华成功背后的那个女人》 12、借“网红”

在抖音，有很多大众熟知的网红，他们经常有一些让大众喜欢的段子和故事，可以加以利用 吸引大家的关注！ 比如： 《抖音爆火西瓜妹幕后操手是他们》、《我的男朋友是现实版的七

舅姥爷》

13、借“热点”

大家要学会抓住社会上的热门事件、热门新闻还有抖音的热搜，并以此为视频标题作为切入 点，通过大众对热点的关注，来引导粉丝对你视频的关注，这里的热点大到奥运会、世界杯、

特朗普贸易战， 小到节假日和风俗习惯等。比如《华为成为拥有最多专利的科技公司》 14、借“流行”

在抖音，每隔一段时间就会有一些流行词汇和洗脑神曲的出现，可以一定程度上也能吸引粉 丝的关注。

15、借“文化”

借助诗词、成语典故、古汉语、谚语、歇后语、口语、行业内专业术语、军人常用语、外语 和方言土语、人名地名、影视戏曲歌曲等来作为视频标题，以此来提升作品的「文化涵养」， 能有效吸引小众人群!比如《美翻了！ 人间的小桥流水人家》

十二：脚本问题

**1.** 爆款抖音脚本模板

重磅整理： 爆款抖音短视频脚本模板！小白必学知识~

不管是什么领域的视频内容结构，都不过是开头、发展、高潮、结局这四个部分。

一、开头一定要满足四个标准：

①概括主旨，要让观众上来就知道这条视频讲啥

②筛选目标观众，让目标观众知道这条视频和他是有关的。

③抓取注意力， 第一眼和第一句，能不能吸引人。

④能不能给人提供看下去的欲望。

二、发展， 越快越好，越短越好，文案效率越高越好，能用故事来讲就不要用大道理。

三、高潮， 一条视频的核心， 一般想不出一个优质的视频高潮，就不要去做这条视频。三个 标准够不够细， 够不够硬核，观众能更有获得感。

四、结尾， 根据这条视频的目的提供明确的指令， 想让人记住你就说一句 slogan，想让别人 点赞就来一个升华， 想让人关注你， 你就直接告诉他， 总之结构完整， 标准确定， 内容就不 会差到哪里去。

**2.** 从入门到精通写脚本

干货： 短视频脚本怎么写？从入门到精通！

脚本是什么？

简单来说，短视频的脚本可以理解为短视频拍摄、剪辑的依据，一切参与短视频制作(编导、 摄影师、剪辑、演员、道具等) 都是服从于脚本。脚本没有固定的格式要求，看着脚本摄影

师知道怎么拍了，演员知道怎么演， 剪辑需要怎么剪，就是一个成功的脚本啦~ 脚本的作用：

①理清视频将要呈现的思路。

②各个环节的配合，便于工作沟通。

③保证视频按照统一的主题推进，避免各自为政

脚本写作技巧：

脚本是用来沟通的， 用来提高视频输出效率的，怎么方便怎么来， 没有固定的形式，也可以 手画， 也可以插入参考图片，也可以只是一个提纲。

**3.** **5** 招制作有槽点的内容

抖音专业运营干货秘籍！ 5 个方法制作有槽点的内容！

文案有槽点，别人一喷你就火了。文案要多看抖音，一定要有槽点。

1 ， 有绝对的数据出现，越具体的越能引起信任,

2，有具体的情节，也就是描述了一件事

3 ， 有人物， 我或者我客户，朋友,

4 ， 踩重了所要的客户群的某一个痛点,

5，有争议性或者有共鸣

最后一句话，要么鼓励， 正能量，要么总结一个道理

**4.** 打造内容独特性

干货： 抖音内容如何才能让人过目不忘？ 5 方面教会你~

①亮眼的外形、出众的口音

比如@一条小团团的软萌口音； 毛毛姐的橙色 BOBO 头， 或者韩美娟夸张的妆容；

②才华出众

③内容有独特的标签

④视频逻辑清奇、这种脑洞大开的视频；

⑤标签化的台词

比如@papi“我是 papi 酱， 一个集美貌与才华与一身的女子“” ，@李佳琦“oh my gad ！买它 买它买它 ”

**5.** 爆款短视频带货公式

重磅整理： 抖音爆款短视频带货公式！带货必看~

1、结构公式：

时长合理+突出卖点+内容原生+有代入感+软广种草

通常一条短视频最多只能讲解 1~2 个卖点，所以要把商品最核心的卖点说透。

展示该商品适配的使用场景或者对应群体的生活烦恼，通过矛盾展现加强消费者的代入感。

2、制作技巧：强内容+弱广告

3、文案技巧：核心元素始终绕不开卖点，但产品植入太明显不行，太隐晦也不行。基础文 案可以从三个方面来展示：产品的优惠力度、场景效果带入和商品的核心卖点。想写出爆款 文案可以在轻抖 APP 首页精品课《爆款文案的写作技巧》里学习！

**6.** 抖音短视频脚本

抖音短视频脚本怎么写才有吸引力?小白必看~

脚本， 对短视频相当重要，它就像是将图像、台词、音乐等各种元素串联起来的“骨骼”，决 定着短视频的风格和走向。写脚本的结构一般是： 一般以“总-分-总”叙事模式，抓住主题和 价值!

1 、 抛出事件，引出主题(总)

短视频，集中在一个短字，如果在视频前 5 秒没有吸引人的亮点出现， 一般人就会划走，所 以就必须在 5 秒内引出主题。

2 、 详细叙事，引出价值(分)

3 、 结尾，表达价值观(总)

结尾就比较容易了， 把你准备好要表达的价值观表达出来就可以了!

**7.** 热门必备脚本公式

干货分享： 短视频上热门的脚本公式！看完就会 ①3 秒内引起冲突、 ②15 秒化解矛盾、③20 秒一个反转、 ④结尾引导关注

开头 3 秒留住观众： ①使用数字、②多使用疑问句，反问句式、③直击观众痛点④有看 点的文案。 标题、封面、拍摄剪辑、 BGM ：这些是使短视频内容更加丰富的组成部分。 想要观众的点赞关注加转发，必须的抓住观众的痛点。而观众的痛点就一般分为以下几种。 信息； 有价的知识； 有用的技巧； 观点； 人生哲理；科学真知；生活感悟 共鸣； 观念共鸣；经历共鸣；审美共鸣； 身份共鸣；

冲突； 常识冲突；剧情反转冲突；价值观念冲突；

利益； 群体利益；地域利益；国家利益；

欲望； 分享欲； 食欲；爱情欲；

好奇； 是什么； 怎么做； 在哪里；好神奇；

幻想； 生活憧憬；别人家的；移情效应；

**8.** **2** 个原因导致转粉率低

为什么视频爆了，但是转粉率却很低？2 点原因！

为什么账号视频爆了，但是却不涨粉，一般有以下两点原因：

第一，账号主页简介不完善， 用户再决定要不要关注一个账号的时候， 一般会在看完视频以 后点进主页进行浏览，然后通过主页的信息来判断你的账号能给他提供什么价值， 所以如果 账号主页简介没有明确告知你是谁，你能给观众创造什么价值？观众，这个时候大概率是不 会有关注的欲望，想要涨粉账号主页一定要去好好的完善。

第二， 内容不够垂直，大家应该经常会刷到一些账号， 这些账号以前都是当成朋友圈， 在发 的， 然后突然无意间捕捉到生活中的一个新闻事件，或者拍到了一个非常新奇特的故事，视 频就突然爆了，那么像这种也是没有办法转粉的， 因为你们拍的事件其实和自己的账号没有 太多的关联性，属于内容上的不垂直，观众可能觉得你的视频有趣味， 但是并不会因此而关 注你，或者给你的其他视频点赞，所以大家如果想真正做出一个有价值的账号， 依靠这种意 外事件，是不太容易火的，而是应该持续产出对观众。有价值的内容才是最重要的。

**9.** 爆款视频脚本结构

4 种抖音常见的爆款视频脚本结构！ 谁用谁火！

第一种：

开头：打破常规的认知观点。例： 你知道吗？其实你认为的朋友里至少有一半的人并不把你 当朋友。

过程： 解释观点。好奇-〉共鸣- 〉有趣-〉新颖。

结尾： 面对这个问题应该怎么做，传递你的观点和结论， 字数控制在 10-15 字。 第二种：

开头： 观众的痛点难点(例： xx，你是不是也中招了呢)

过程： 分析原因。开门见山-〉多用问号- 〉直入主题

结尾： 帮助解决问题，字数 30-40 字。

第三种：

开头： 跟观众利益相关(例： 做 xx，如果学会这个方法， 会少走很多弯路)

过程： 拆解阐述利益点。 围绕主题- 〉 加深观点-〉联系自身

结尾： 转化粉丝，字数 30-40 字。

第四种：

开头： 当下热门或者有趣事情的举例(例：相信大家最近都看到 xxx 的新闻了)

过程： 简单复述热点/故事，阐述其中的道理和引发的思考。

结尾： 升华主题，字数 100-120 字。

**10.** 万能脚本模板

抖音怎么去写出爆款脚本？万能脚本模板！赶紧学习~

第一步：写大纲

写作需要列提纲，拍视频同样也是这个道理， 提前列好场景、画面内容以及可能需要使用到 的道具；

第二步：确定视频风格

是 vlog，技能干货、好物推荐、探店测评等

第三步：给视频配一个好的故事

优秀的视频背后一定有一个会讲故事的人，因此在确定好故事的风格以后，就要给视频配上 一个符合场景的故事

第四步：突出场景

可以采用集中景别交替的方式，让观看者有亲身经历经历的感觉，更有代入感， 从而引起共 鸣，或制造差别，制造话题等

第五步：文案

文案是视频的灵魂， 视屏中传递给大家平时看不到的东西更容易吸引人们的注意

**11.** **15** 秒短视频创作公式

小白必学： 抖音 15 秒短视频剧本创作公式！学会做出爆款视频！！

1 、5S 必现：前 5 秒创意吸引注意力，5 秒时长内的视频素材大概率决定浏览是否有更高内 容兴趣、互动度以及分享意愿。

2、3E 创作： 第 10 秒反转引发用户互动， 内容整体规划可以从三个方面入手：热点型内容、 标签型内容、广告型内容。

3、3H 内容： 15 秒创意结尾保障涨粉，短视频内容消费者往往对简单易懂的内容更感兴趣， 所以短视频内容的创作要易聚焦、易理解、易互动。

**12.** 短视频爆火脚本

干货整理： 短视频爆火脚本！学会就能拍出爆火视频~

短视频爆火脚本模板，个人标签+行业发现+结果输出。

个人标签是什么，开头就一个话题， 潜移默化植入自己在行业内的一个地位，第二点， 行业 发现，基于你刚刚这样的一个个人标签，你在这个行业当中有没有什么发现？第三，结果输 出，通过刚刚那样的话题讨论，以及你个人标签的一个输出，你能够给普通人什么样的建议。

举个例子啊，第一个人标签， 我刚跟抖音开完会啊，短视频行业下半年将有大事发生， 你看 第一句话，我说我跟抖音开了会，我是不是第二？ 我说短视频行业会有巨大的变化，发生给 自己的下文来引入了第二行业， 发现你就具体讲一讲啊， 短视频行业到底有哪些大事要发生 呢？第三， 结果输出好， 那在这样的大事发生的前提之下，普通人想要做好抖音， 它需要注 意哪些？行为有什么方向可以去做？ 给出你自己的建议， 你看这么一个脚本， 结果下来是不 是让人感觉你很厉害呢？

**13.** 作用与意义

吐血整理： 什么是脚本？ 脚本有什么作用？

简单的说， 脚本就是我们拍摄视频的依据。

一切参与视频拍摄、剪辑的人员，包括摄影师、演员、服化道准备、剪辑师等， 他们的一切 行为和动作都是服从于脚本的。

什么时间、地点、画面中出现什么，镜头应该怎么运用， 景别是什么样的， 服化道的准备， 都是根据脚本来创作的。

脚本的最大作用，就是提前统筹安排好每一个人每一步要做的事情。一张表格让你事半功倍。

简而言之， 脚本是为效率和结果服务的。

如果没有脚本作为视频拍摄、剪辑的依据，你会发现拍着拍着，突然发现场景不对，只能花 大量的时间临时再重新去找；然后道具也不齐全，演员也不知道到底应该怎么演，拍完之后， 剪辑师更是一脸懵逼，不知道依据什么思路去剪辑。

这么一折腾，整个片子基本报废了。

**14.** 前期准备

重磅干货！ 写脚本前需要做什么准备？

1、拍摄定位

在拍摄前期，我们就要定位内容的表达形式， 比如你要做短视频， 是美食制作、服装穿搭还 是小剧情。

2、拍摄主题

主题是赋予内容定义的。比如服装穿搭系列， 拍摄一个连衣裙的单色搭配， 这就是具体的拍 摄主题。

3、拍摄时间

拍摄时间确定下来有两个目的，一是提前和摄影师约定时间，不然会影响拍摄进度，二是确 定好拍摄时间， 可以做成可落地的拍摄方案； 不会产生拖拉的问题。

4、拍摄地点

拍摄地点非常重要。要拍的是室内场景还是室外场景。比如野生美食就要选择在青山绿水的 地方，室内场景要选择普通的家庭厨房还是选择开放式的厨房。这些都是需要提前确定好的。

5、拍摄参照

有时候我们想要的拍摄效果和最终出来的效果是存在差异的，我们可以找到同类的样品和摄 影师进行沟通，哪些场景和镜头的表达是你想要的；摄影师才能根据你的需求进行内容制作。

6、背景 BGM

BGM 是一个短视频拍摄必要的构成部分， 配合场景选择合适的音乐非常关键。

比如拍摄帅哥美女的网红，就要选择流行和嘻哈快节奏的音乐，拍摄中国风则要选择节奏偏 慢的唯美的 vlog 音乐。

拍摄运动风格的视频就要选择节奏鼓点清晰的节奏音乐， 拍摄育儿和家庭剧， 可以选择轻音

乐暖音乐。这方面需要多多积累，学习别人是怎么选择 BGM 的。

**15.** 构思方向

必看干货！ ！构思抖音创意脚本的 6 个方向

在打造爆款短视频之前， 第一步要做的就是构思脚本， 选择一个极具创意的角度去创作。如 何让你创作的视频， 更加具有创意和吸引力？ 创作时不妨从以下 6 个角度去尝试构思。

1 、 冲突式创作

瞬间展示冲突场面， 吸引观众的眼球。冲突解决即高潮， 高潮即结束， 极度舒适同时达到意 犹未尽的效果。白富美爱上穷小子，绿茶婊被拆穿，碰瓷失败反被讹等等具有反差冲突效果 情节， 常被创作者运用到美妆类的情景短视频中。

举个例子： 女主总能自带光环人生开挂(贵人相助)，打造偶像剧式广告短视频，智斗绿茶婊 观众看之甚是解气， 同时完美植入广告让观众有种草的欲望。

2 、 反转式创作

无论是段子还是电视剧， 神反转总能得到意向不到的掌声。

在创作视频的时候，可以借鉴小说创作“欧亨利式结尾”，一切都在情理之中，又是意外之外。 通常在以下三种情况下， 会出现反转的剧情： 一， 揭露你想不到的真相；二，人为设定角色 戏剧性转变；三，在多重因素下，正派被逼成反派，常见于电视剧中好人最后变成了刽子手。

在无数热门的反转类短视频创作中，反转过渡多半存在急促简单牵强的问题，像是预告片一 样瞬间告诉我们真相。为了让短视频获得更多流量，很多人会设置上下集， 为下集导流。

喜欢烧脑创作的朋友，甚至可以参考谍战剧类型创作，它们的反转情节都非常值得学习。 3 、 攻心计创作

三十六计， 攻心为上。

所谓的攻心， 就是展现的价值观、思想、经历、审美、身份等让观众产生共鸣的， 看完这个 短视频都忍不惊叹： “他们一定是偷窥了我的生活！ ”。

攻心的多半都是鸡汤型视频，但是不是所有的鸡汤视频都会有爆款，能成为爆款的鸡汤一点 不简单。

4 、 幽默式创作

幽默是一种智慧，可以表现在人物道具上，也有可以表现在语言上。

幽默有段位，形式搞笑但不等于搞笑，通常以一种有趣的视觉来表达真相。

比如抖音微信都可以搜索出的“陈连仁不容易”，谐音就是“成年人不容易”，使用一种反常规 的视觉来叙述故事， 让观众觉得好笑同时引起共鸣。熟悉的场景和事件，经过他反常识的幽 默解读，结局总能给人意想不到的反差效果。

5 、 蹭热点式创作

热点分为常规热点和突发热点。比如开学、高考、七夕、中秋、过年等待这些是在日历表 格上就可以看到的热点， 而某某明星结婚、分手、离婚或者哪里出现奇观景像。热点就在这 里，你蹭或者不蹭， 都有人会蹭热点。

比如李子柒堪称山水田园式短视频成功开拓者，如今一枚越南妹子也翻拍她的短视频，展 现的场景套路都是一样“年迈的奶奶+田园美景+小狗+各种美食”，让许多外国人甚至误以为 她就是李子柒。

6 、 混剪式创作

B 站是解构重建视频的大本营， 在原有视频的基础上做了二次剪辑的搞笑鬼畜等视频， 是多 元文化聚集地， 95 后最热爱的平台。

混剪成为一种流行的视频创作模式，多维度解读原有视频，增加视频的趣味性，实现 1+1 大于 2 的效果。

十三：电商问题

**1.** 抖音兴趣电商新风口

抖音新风口超级红利！如何入驻抖音盒子？

①首先要在手机中下载抖音盒子 APP，然后点开，用注册抖音号的手机号码去登录，然后点 击右下角-我的，点击设置，账号与安全，信息管理，抖音作品集直播间电商直播间，下边 有一个开关，这个开关绿色的就是打开的状态，就 OK

②返回抖音，抖音主页一定要有这个商品橱窗，点击三条杠， 然后设置，然后隐私设置，私 密账号，一定要是关闭的状态。

③然后返回抖音盒子，右上角有一个相机，就可以拍视频，可以开直播，但是开直播的时候 记得一定要把商品添加了，添加完之后才可以开播

**2.** 如何入驻抖音盒子

抖音新风口超级红利！如何入驻抖音盒子？

①首先要在手机中下载抖音盒子 APP，然后点开， 用注册抖音号的手机号码去登录，然后 点击右下角-我的，点击设置，账号与安全， 信息管理，抖音作品集直播间电商直播间， 下 边有一个开关， 这个开关绿色的就是打开的状态， 就 OK

②返回抖音，抖音主页一定要有这个商品橱窗，点击三条杠，然后设置，然后隐私设置， 私密账号， 一定要是关闭的状态。

③然后返回抖音盒子，右上角有一个相机，就可以拍视频，可以开直播，但是开直播的时 候记得一定要把商品添加了，添加完之后才可以开播

**3.** 抖店 **2** 大核心重点

抖音小店最重要的 2 个核心， 90%的新手都搞错了！(速看)

1.动销

动销就是产品刚上架的时候销量破零，渠道不重要，直播间、橱窗、视频小黄车都可以(最 好打散操作)， 重要的是下单的账号质量。

做动销也不是为了做流量，而是为了基础销量和评价，还有就是为了找到可以出单的产品。

找到可以出单的产品之后再单独优化(价格不能动，主要优化主图、标题和 SKU) ，然后打 标签入池猜你喜欢然后持续去复制这个思路。

2.抖音小店选品

产品选择大于一切。只要产品(类目) 选的好，起步就比别人高， 相对就更容易做起来。产 品竞争力小，标题、价格、主图没问题。

**4.** 直播卖货 **5** 大核心

抖音直播卖货 5 大核心内容！！ (干货)

首先账号建立人设， 其次考虑流量来源， 然后选品牌款， 最后是提升销转能力， 这个就是直 播带货，那好， 我们来说说直播卖货的五个核心， 首先我们选择需求量大的类目。

第二， 是可以主推的产品。

第三， 做好直播间营销规划。

第四， 直播电商短视频内容。

第五， 直播间流量来源。

**5.** 视频**/**直播哪个更好

抖音视频带货 VS 直播带货，哪个效果最好？

抖音视频带货特点：

1、流量：视频带货的效果取决于你的种草视频播放量有多少，跟你的账号权重和内容推荐 量相关。权重高内容好的账号， 抖音给的推荐流量池自然不一样。

2、选品：主要的方向是选择能激起用户购买欲望的产品。比如功能型产品养生茶， 引发好 奇的产品懒人拖把等等。

3、玩法：有抖音 DOU+带货，选品完成后拍摄视频，用付费得到的播放量产生收益，只要 ROI 为正就继续加投， 直到 ROI 为负。有抖音 IP 带货， 在抖音通过一条条视频， 树立起某个 领域的专家或者网红形象，起到建立信任的作用，带货效果远远大于只有单条视频火的账号。

比如李佳琦、牛肉哥等等。还有矩阵带货， 这个玩法就是大力出奇迹，100 台手机 100 个账 号 1000 个视频出去， 总有能爆的。不过随着抖音规则的完善和限制，违背互联网创业低成

本低风险的玩法被淘汰就见怪不怪了。

抖音直播带货特点：

1、流量：直播间的流量可以通过视频作品带到直播间；另外一个比较大的入口，就是直播 推送机制， 和视频推送机制一样，有特定推送算法。

2、选品：主要分为两类。

一类是选择限时低价促销的日用品，比如牙膏、洗衣液，直播间要给人一种现在不买就是亏 的感觉。就是你在超市排队买单时的那种体验。

二类就是导购型产品，这类商品有个特点，不容易用短视频展示出效果，需要花比较多的时 间给用户安利。比如香水，隔着屏幕又闻不到。就必须通过直播演示以及话术来表现并引导 用户下单。

3 、玩法：直播和视频的玩法类似，细节上有些不同，网红带货猛已经是圈子里的常识了。 记住， 能通过互联网带货的玩家，信任流量或现金流至少占一样。

**6.** 带货口碑分

干货满满！ 带货口碑分在哪些地方展示？

1、作者自己的商品橱窗：

2、商品详情页：

3、直播间购物袋列表：

4、用户查看作者的商品橱窗：

PS ：抖音平台有权进行单方调整，包括但不限于更名、新增、删减等。

**7.** 佣金

抖音干货科普： 佣金是什么？

电商主播按照直播间产品销量， 向商家收取一定比例的佣金， 可以理解为销售提成。

**8.** 坑位费

抖音干货科普： 坑位费是什么？

直播间商品的固定链接费用。

目前大多数电商主播都会向商家收取坑位费。一般即便是同个主播的同场直播，商品坑位费 也会不一样，坑位费的变量包括商品品类和商品直播顺序

**9.** 退还保证金

如何关闭抖音的商品分享功能？ 看完你就明白了！

如果后续不再使用商品分享功能，可以在你的「商品橱窗」-「常用功能」 -「作者保证金」 中退回你的保证金。

保证金退回后， 商品分享功能会自动关闭。

PS：如果你还未缴纳保证金，商品分享功能将在开启 30 天后自动关闭。

十四： DOU+问题

**1.** **4** 个方面规避盲目投放

投了抖加也没有流量？4 个方面进行规避盲目投放

一，视频内容是否违规

二，视频内容是否有用， 有趣， 有共鸣， 必须包含一点

三，内容是否符合商业定位，不符合的话，流量再好，你也赚不到钱，

四，是否符合账号定位， 不符合呢， 账号标签就会乱动， 抖加跑都跑不动。

你的作品遇到了流量触顶，已经到达几万或者几十万之后突然没有播放量了，这个时候可以 通过投放 Dou+ ，再次把你的视频推动起来，带来一些播放量。

应该将 DOU+当做一个启动量的工具， 而不是将其作为一个推广引流的工具。如果自身没有 任何优质吸引人眼球的视频内容，那将是毫无意义的无用功

**2.** 抖加投放的几种技巧

干货整理： 抖加投放的几种技巧！看完就会投抖加！

DOU+有三种投放模式： 系统智能投放、自定义定向投放以及达人相似粉丝投放 (1)系统智能投放

以涨粉为目的，选择系统智能投放+粉丝增长效果要好，这种投放方式确实能实现大幅度的 涨粉。

以播放量为目的，选择系统智能投放+视频互动量， 抖音系统会直接把内容投给看啥都点赞 的那类受众，亲测投放后，结果表明，此方式最多带来的是播放量的增长， 点赞量和涨粉数 比较少。

(2)自定义定向投放

自定义定向投放更适合于带货类的抖音账号， 比如视频是围绕口红展开，该视频的目的是卖 口红，此时，选自定义投放，便可划定性别(选择女)、年龄(18-40)、区域(全国)、兴趣(美妆 服饰)，从而实现粉丝精准投放。

(3)达人相似粉丝投放

这种投放方式本质上是在抢粉丝。而达人粉丝的投放更适合垂直类，比如摄影科普这种比较 有深度的账号， 在同一领域下， 粉丝都是互通的， 只要你作品的质量没有问题， 别人的粉丝 就会被分配到你的视频下，从而提高转化效率。

**3.** 抖加是否要升级

抖加一定要升级吗？ 一篇文章搞懂需不需要升级！

1、看需求升级

不是说所有账号都要升级 DOU+，因为升级后的 DOU+主要是面向有广告投放需求的企业和 个人， 对于纯内容创作者来说， 暂时是没有必要升级 DOU+的。

不需要升级的用户： 如果你是纯内容创作者， 不涉及到商品带货、营销推广的问题，那就不 需要升级 DOU+；

需要升级的用户：如果你的视频挂了小黄车， 或者你的视频被平台审核判定为营销推广，那 就一定要升级 DOU+ ，而且升级时需要提交相对应的资质或资料。

**4.** 新号怎么投抖加

干货分享： 抖音新号怎么投豆荚？如何快速起号？ 一文搞懂~ 90%的人花钱偷豆荚都是在打水漂，钱花完之后连水花都看不到，一个方法教你怎么投，首 先给每条视频有 100 块钱的点赞，评论时常选择 6 小时， 让你视频的直观数据看起来好看之 后， 每一条再追投 200 块的粉丝量，选择对标达人，有了点赞， 评论的基础，粉丝看完视频 的概率会更大，转粉率也会更高，再从中选择好的最好的视频，直接大胆的追投 1000，这 样的视频足够优质， 性价比也高。最重要的是内容一定要优质！

**5.** 抖加投放四个标准

视频投抖加还是没有播放量？投放抖加的 4 个标准！

抖加不是让你用来买流量的， 而且盲目投抖加，不仅浪费钱， 账号还有可能会被废掉啊，记 住了， 投抖加的四个标准，符合标准，抖加就是锦上添花，不符合抖加就是伤口撒盐。

第一， 视频内容是否违规

第二， 视频内容是否有用，有趣，有共鸣，必须包含一点

第三， 内容是否符合商业定位， 不符合的话， 流量再好， 你也赚不到钱，

第四， 是否符合账号定位，不符合呢，账号标签就会乱动，抖加跑都跑不动，只要视频符合 这四点，你就可以去投抖加了。

**6.** **3** 种方式投抖加

干货： 抖加到底怎么投效果更好？只要这三种用法就够了！

第一种用法 定标签

新号一般会在第三条视频的时候投 500 相似达人。抖音标签的最大作用就是帮助系统描述和 分类内容， 便于检索以及分发给具有相同标签的人。

a .可以打标签的地方：

(1)封面打标签

(2)文案打标签

(3)内容打标签

(4)声音打标签

(5)昵称打标签

(6)简介打标签

b .标签万能公式地区范围关键词+精准关键词+拓展关键词=你的精准潜在客户的关键词。

通过在封面、视频标题、视频内容、个性签名等地方插入关键词，这样一个完整“标签”视频 就出来了。用户可以通过搜索关键词搜索到你的视频， 更重要的是，标签越精准， 视频触动 的用户也越精准，根据抖音独特的推荐算法， 成为爆款视频也就是上热门的几率更高。

第二种用法 涨粉丝

前提是你的内容足够优秀，所以一直强调优质内容，如果你的内容非常的差，你的成本是别 人的几十倍。

**7.** 优化直播投放抖加

干货整理： 如何优化直播间投放抖+的效果?必看~

同样是 100 块钱抖加， 为什么别人直播间可以进 500 人，而你的直播间只能进 50 人， 所有 人都忽略了一个直播间的关键指标，直播间点击率和直播推荐 feed 一样，投放直播间豆荚， 系统并不会把人直接推到我们直播间里，而是展示我们直播间的实时画面，如果说展示的内 容不吸引人，看到的人是不会点击进入直播间的， 那么怎么样提高直播间的点击率呢？

第一是让流量更精准，通过打标签或者选择好我们对标达人来提高我们的直播间的流量精准 度。

第二是让直播的画面，更有穿透力， 通过场景优化、标题优化，还有把活动直接展示在直播 间或垫底。

**8.** 什么作品适合投抖加

揭秘： 什么样的作品适合投抖+？看完就会！

第一： 发布最少三条垂直内容作品，

第二， 尽量在 40 秒之内讲清楚整个作品的内容方向，

第三， 投放抖+先选择相似达人， 首次投放可以选择 6 小时或者 12 小时， 无论是个人号还是 企业号垂直内容都是吸引精准粉丝的前提。时间越长就能覆盖越多用户，让流量跑出去。

第四，抖加提供了定向版、速推版本两种投放模式，那么他们所适用的用户群体，并不相同， 如果你是零基础小白，想快速提升流量，就选择上手简单的速推版，确定的人数和提升下直 接送你上热门；如果你有针对性需求，就选择功能更丰富的定向感，根据期望提升投放时长、 目标人群等个性需求，选择投放目标即可。

**9.** 投放小技巧

重磅整理： 抖音新号 4 个投放 DOU+小技巧！

一、如果你没有明确的用户群体，建议选择智能投放，投增加粉丝。

二、有明确的用户群体， 建议你选择定向投放的用户群体投放，投放建议企业号选投。

三、想转化领域或者想培养新号，建议你选择定向投放的达人相似投放。四，在投放 DOU+ 之后呢，及时的回复新用户的留言和引导关注，争取因为用户的自然流量裂变。

**10.** 什么是 **DOU+**？

DOU+是什么？

抖音官方推出的广告投放平台， 可以把视频&直播推荐给更多用户。

**11.** **DOU+**作用

抖音 DOU+的作用是什么？

DOU+是加热工具， 也就是说 DOU+只能助推。

1、前期账号冷启动， 打标签

2、新账号利用 DOU+引发羊群效应

3、当优质作品出现时，助推获得更大的流量

4、互动率很好， 但是自然流量不再推荐了，刺激系统二次推荐

5、偶尔购买点粉丝量，但不要多

**12.** 投 **DOU+**秘籍

投 DOU+没效果？ 因为你用错了！

Q1

DOU+是什么?

定位:

抖音内容营销工具

高效提升播放、互动、粉丝、主页浏览等数据

特点:

无缝融入抖音推荐流

位置:

不保证位置, 随机展现

要求:

经过内容审核和广告审核的素材才可以投放 DOU+

Q2

DOU+真的有用吗?

抖音流量分两种:自然流量&付费流量视频数据越好，获得的流量就越高 DOU+作为付费流量， 可以提高播放量

正因如此,DOU+是一把双刃剑

1、如果视频内容优质:有用

DOU+提供播放量， 可以获得更好的视频数据

从而带动自然流量

2、如果视频内容较差:没用

DOU+提供播放量,但用户反馈不佳这种情况下， DOU+并不会带动自然流量 DOU+只是加热工具爆款视频的本质是内容

Q3

什么时候适合投 DOU+?

快速给账号打标签 1、选择提升粉丝量 2、投放达人相似粉丝推荐

尽量不要选择头部账号， 粉丝越多， 特征越分散

选择粉丝十万左右、最近活跃的达人

因为系统会优先推送给新增粉丝

发布之后直接投放

1、选择提升点赞评论量

2、投放时长 2h

投放所得的点赞评论，会产生羊群效应

例如:

刷到一条质量平平， 但点赞评论很高的视频时

大部分用户会选择看完

数据很好， 但自然流量不再推荐时

1、选择提升点赞评论量

2、投放时长 6h

赞播比.点赞/播放)>8%，但自然流量已暂停

该方法有机会触发系统二次推荐机制

自然流量衰竭的时候投放

1、适合带货类视频 2、先小额投放试水流量分发已经接近尾声此时投放只是为了延续播放 量

可根据带货的投入产出比，再决定是否继续

为优质视频助力 1、选择提升点赞评论量 2、投放达人相似粉丝推荐

数据一直在增加的作品,可以 DOU+加热助力

以此带动更多自然流量

Q4

视频 DOU+ VS 直播 DOU+

相比于视频而言,直播的实时性和互动性更强

计费方式不同

视频:CPM(播放计费)直播:CPA(行动计费)

投放目的不同

视频:点赞评论量、粉丝量、主页浏览量

直播:直播间带货、直播间人气、直播间涨粉、观众打赏、观众互动

曝光时长不同

视频:2h 、6h 、12h 、24h

直播:12h 、24 、0.5h~6h(以 0.5h 为增长单位)

投放素材不同

视频:视频内容直播:直播内容

Q5

视频 DOU+ 如何为直播间助力?

助力方式

用户在观看视频同时，点击头像即可进入直播间

投放要求

1、视频内容本身要具备足够吸引力

2、视频内容、投放目标、直播内容三者高度相关

**13.** 投 **DOU+**可以增权重吗？

投 DOU+不会增加账号权重

十五：违规问题

**1.** **5** 大行为将被禁止

抖音短视频 5 大行为将被禁止！ 赶紧看看有没有踩雷！

内容同质化

同质化的内容会严重影响到平台的生态，目前，抖音正在严厉管控有这方面问题的账号。同 质化场景、道具、脚本等！

私信引流过分， 视频过度营销

短视频内容价值不高，粉丝积累不够，内容互动&完播率都不太好的情况下， 就急于通过抖

音做转化， 并且大肆引流，这也会被抖音判定为“偷流量”的行为。

炫富类型视频

炫富类型视频是抖音一直打击的对象，之前打击的是炫富营销号，如今口播炫富类型营销号 也开始被大肆封禁。

挑战人性心理底线

尤其是情感类型、心理类型， 人们为了能够在一开始获取流量，很多内容倾向输出一些道德 以下的内容，去挑战人性的底线。这种内容也是抖音明令禁止的， 一经审核到直接封号。

财经内容

没有相关资质的证明，政务类信息只有官方认证的媒体政务号允许发布

**2.** 提示不适合公开？

抖音发布视频后提示不适宜公开？看完就避免踩坑！

这种情况对于新手来讲是经常会出现的，新账号一般权重较低，再加上新手在操作的时候会 不经意间触碰平台的一些规则，导致内容不宜公开，对账号的整体权重也会造成一定的影响。 所以， 一定要把账号的权重重视起来！

3 个提升账号等级的方法：

1、内容为王，输出优质内容；内容质量的影响力是最大的，因为抖音始终鼓励创作者输出 优质的原创内容！

2、打造记忆点深刻的个人 IP

**3.** 限流，封禁 **4** 申诉方法！

抖音账号被限流，封禁！ 4 个步骤的申诉方法！ 1、打开抖音，会看到弹出此作品被限流、账号已被封禁， 然后点击查看——去申诉，这是 每个人都有的一次机会， 所以要珍惜哦， 因为很多的申诉，都是石沉大海。

2、申诉页面，书写自己的申诉原因、情况，然后提交。

3、点击右上角， 意见反馈，在这里， 可以给抖音客服反馈问题。

4、给抖音官方发邮件，邮箱发送“问题描述”到 feedback@douyin.com，这样可以给抖音 官方反馈邮件

**4.** 抖音被限流是什么原因？

抖音视频突然没流量了， 被限流是怎么回事？ 一文搞懂~ ①查看近期作品，是从哪个视频开始播放量异常低？然后进行数据分析。

②这个作品是否违规、内容质量如何？

③这个作品当天的评论、留言、私信是否涉嫌违规、出现敏感词？

解决问题：

①完善账号五件套搭建， 简介位置不要违规；

②持续发布作品，作品发布频率更改为每天一个作品；

③更改作品形式及风格需慎重。

**5.** 抖音避免那些行为

做抖音一定要避免那些行为？赶紧避坑！

①账号没有定位，没有规划，随意发作品。

②不了解平台规则， 上来随意发作品。

③陷入养号误区。

④只重视浏览量，从来不分析其他方面的数据。

⑤直接搬运别人的作品， 不经过二次修改。

⑥当朋友圈一样，想发什么发什么。

⑦上来就发长视频。

⑧同样的作品不断重复发。

⑨只用自己的标准判断作品的好坏， 没有利他思维。

**6.** 做抖音最容易踩的坑

新手小白做抖音最容易踩的坑！ 赶紧避坑~

①账号作品不够垂直，看到什么火就发什么

②不了解平台的规则，上来就发布作品

③直接搬运别人的作品

④把抖音当朋友圈发，想发什么发什么

⑤同样的作品， 不断重复发

⑥急功近利，急于求成

⑦刚起号就发长视频作品

⑧陷入玄学养号误区，一直在养号

⑨没有利他思维，以自己感觉判断作品好坏

**7.** 抖音限流的原因

干货： 导致抖音账号被限流的原因！ 赶紧避雷！ 1、账号昵称、抖音号、头像、个性签名、主页的背景图使用了违规图片或者是违规的一些 介绍；

2、作品方向混乱不垂直；视频画面模糊，或者说画面拉伸、扭曲没有实质性的内容；视频 内容低于七秒， 这种都是属于低质量的帐号。

3、视频内容违规，这些在抖音的官方条款里讲的都很清楚，比方说， 在视频里有辱骂、谩 骂的言论， 或者说衣着暴露， 涉及政治敏感问题， 或者是有一些不良的引导，说一些有争议 的话题，或者说画面太血腥了， 或者是传播谣言等等。

4、视频文案违规，比方说你文案里边留有联系方式，或者是商品信息等等的一些违规的词 语；或是硬广， 特别是好物分享账号比较容易违规。

**8.** 抖音账号是否健康

重磅整理： 如何诊断抖音账号是否健康？ ！

大家要学会自行诊断抖音账号， 判断我们的账号是否健康？具体判断方式可通过连续发布 7 天视频来判断。

在发布 7 天视频后：

播放量＜100，账号等同于僵尸号，可以考虑重新做账号。

播放量＞200，账号属于健康账号，后期要养号并输出优质的内容。

播放量 200-1000，粉丝没有增长，建议更换视频内容，如果粉丝有增长、点赞，后期持续 养号， 输出优质的内容。

播放量 1000-3000 ，账号属于待推荐账号， 这个时候可以蹭热点，输出优质内容。

播放量＞10000，账号属于待上热门账号， 这个时候也同样可以蹭热点， 输出优质内容。

**9.** 视频限流怎么办？

抖音视频为什么会限流？ 怎么解除限流？ 看完就会！

①为什么会被限流限流？ 只有一个原因，就是视频违规了，抖音是流量池推荐机制，每个流 量池都有审核， 而且流量池级别越高，审核标准也越高， 所以视频违规会收到站内信。

②怎么解除限流，有两个步骤：

第一步，排查原因， 视频限流之后， 会在视频的数据分析里面收到系统提示，系统会提示作 品不适合继续推荐， 同时还会给出可能的原因。

第二步，提交申诉， 这一步非常关键，因为申诉机会只有一次，申诉内容的核心就是态度端 正， 有理有据，情真意切，申诉内容限制为 200 字，根据排查出的原因还是有可能解除限流 的。

**10.** 抖音违规操作

抖音最常见的几种违规！ 小白必学， 告别违规~

01.搬运视频违规

搬运视频，就是将别人的视频下载下来，发布到自己的账号上。抖音提倡的是优质原创内容， 而不是大量重复内容。

02.发广告违规

1.内容中有品牌、广告。

2.内容中有个人联系方式，包括二维码、电话、微信号等等推广信息。 3.诱导用户点击关注本人账号之外的其他账号，如关注领奖、关注看回答等。 如果出现上述情况， 轻则降权， 重则账号可能就被重置或者封号了。 03.关键词违规

1.不能使用不文明用语， 包括： 撕逼、逗比、绿茶这类含有攻击性意味的网络谐音用语。 2.不能使用疑似欺骗用户的词语，包括： 免单、免费领取等。

3.不能使用秒杀、抢疯了这类诱导性消费的词语，这些与前文中带货视频规则中不能出现的 敏感词共通。

04.负面信息违规

传播的内容一定是积极、正能量，能带给人希望的东西。

诸如黄、赌、毒这些内容是抖音严令禁止的， 一旦出现很有可能被封号，所以尽量不要发布 带有负面信息的内容。

**11.** 什么样的视频容易被判搬运

抖音视频为什么被判为原创度过低？ 2 种内容创作~

内容一般分两种情况，一种是搬运别人的作品，另外一种就是原创内容。

(1) 搬运别人的作品， 不会被平台推荐的， 只会判断为抄袭，这种形式对于长期做内容的 人来说，并不适合。而且，长期出现原创度过低， 推荐流量就会越来越少， 没有播放量， 也 不会涨粉， 更不会变现。所以， 做内容的时候一定不要搬运抄袭！

(2) 原创内容原创内容是被平台扶持所鼓励的。但是内容方面一定要有含金量，比如可以 给用户带来价值，带来情感上的愉悦，带来共鸣或者槽点。给用户带来一定的价值，用户才 会觉得你的视频有意义。从而提升了完播率，涨粉等。做内容一定要站在用户的角度看问题。 且视频一定要高清！ ！

**12.** 抖音为什么被封禁

抖音账号为什么被封禁？ 如何申请解封？

为什么抖音的账号被封禁了？

最大的原因是，不了解平台的规则，视频中有些内容违反了平台的规则。比如色情、政治、 营销等。导致账户被封禁。

如果你想避免自己账号的非法内容，就要尽可能的熟悉社区抖音自律公约的内容。 (在抖音 “我”的设置中找到“平台规则”查看)

2.如果我的账号被封了该怎么办？

如果您确定您的账号没有违规操作， 可以尝试在账号申诉流程中申诉， 申请解封您的账号。

具体操作如下:

1.打开抖音进入【我】页面后， 点击【三】， 找到【设置】按钮， 选择进入，点击【反馈和 帮助】，找到【账户冻结】选项。

2.进入页面后，选择【账号被禁/锁在小黑屋】，进入相应页面后，点击【反馈】， 在反馈 页面根据实际情况填写投诉原因及相关材料， 提交等待反馈的结果。

如果你的账号被确认没有违规操作，被系统误封，投诉后可能会被平台解封。但是一般系统 只会在确认你违规后才会封禁你的账号。

大多数情况下，如果您的帐户收到永久禁止通知， 这意味着您的帐户严重违规。在这种情况 下，上诉解封成功的概率基本为零。

**13.** 抖音视频违规

揭秘： 关于抖音视频违规，一篇文章讲解清楚~

为什么有的视频没有违规也没有盗版，低俗侵权也会出现审核不通过的情况呢， 除了以上这 些情况，还有哪些可能让你的视频无法通过审核？

第一个视频中有二维码、微信号等站外引流的联系方式， 这是绝对不可以的， 第二， 视频中不要长时间地展示 logo 或者某种商品，

第三， 视频中尽量不要出现绝对最低等极限词，

最后， 视频中不要出现一些带有引导性的危险动作或者明显错误的违规行为，比如:学会我 这招， 人人都能胸口碎大石。

**14.** 抖音要注意风险防范

做抖音一定要注意风险防范！触碰红线一朝回到解放前~

一、为什么要做风险防控

做内容、运营， 涨粉很不容易， 只要触碰红线，便会一夜回到解放前

二、舆论风险

1、不违规、不违法，让公众舆论无法接受的事不能做， 否则会掉粉，封号， 影响事业发展。

2、舆论防范：

①需要做到： 聊天截图， 行为录像， 行为录音， 公布到网上后， 经得起公众的考验， 三观要 正，有爱心，有正义感。 ②画红线：

爱国： 无论何时何地，言论，行为一定要爱国

女权： 避免讨论这个问题，如果非要讨论，请中立或者讨好女性

爱狗： 不能虐狗，如果触碰到这个话题立场一定要爱狗

捐款： 如果你是腰部，或者头部作者，遇到天灾人祸记得捐款 ③不能做的事 骂粉丝，口出狂言， 接待客户态度不好，出轨，背离主流价值观，和公众对立，售卖假货， 对老人不礼貌， 封建迷信不行。

**15.** 抖音千万不能碰的红线

重磅揭秘： 一分钟， 教你如何确定视频是否违规！

当你视频长时间都是零播放， 看看有没有收到站内信的如下提示： 一、广告营销类内容(不 可出现联系方式，二维码，促销活动， 打折信息， 优惠券，引导购买等。不做主页，评论查 看联系方式的话术， 招商，站外引流等引导)

二、低成本视频(视频卡顿，花屏， 有声音没画面，搬运，画质模糊等)，

三、不良导向内容(抽烟，脏话，恶搞， 卖惨，歧视炫富，婚闹等不良风气或行为，暴力演 绎其他不良导向等) ，

四、危险行为和物品(危险玩具，行为， 潜在危险等元素，如跑酷，手伸到车窗外等) ，

五， 低俗色情内容(衣着暴露，动作行为挑逗， 视频存在文字/音频暗示， 侮辱性语言等) ，

六、违法违规内容(赌博，暴力，毒品， 个人信息，反面社会性事件， 邪恶组织， 反动组织 等)，

七、引人不适(血腥暴力，恐怖文字/画面)

八、人身财产安全风险(金融诈骗， 个人隐私泄露，医疗药品，保健品)，

如果出现以上内容及时删除、修改违规画面文案等元素， 重新发布视频就可以啦！

**16.** 视频是否违规

重磅整理： 2 个方法教你自查视频是否违规！ 赶紧学习~ 辛辛苦苦做的视频播放量就几个，是不是被限流了呀？感觉被限流了，就是因为视频违规了 呀， 2 个方法教你自查！

方法一：打开视频右下角的三个点， 点抖加上热门，要是能投放就是一条正常的视频， 有些 投放不了， 往下看你就知道你的违规原因啦，

方法二：点击右上角三条杠， 打开设置， 点击反馈与帮助，找到账号违规的记录查询， 然后 开始检测就能看到哪些视频违规了。

**17.** 自查视频是否违规

重磅整理： 2 个方法教你自查视频是否违规！ 赶紧学习~ 辛辛苦苦做的视频播放量就几个，是不是被限流了呀？感觉被限流了，就是因为视频违规了 呀， 2 个方法教你自查！

方法一：打开视频右下角的三个点， 点抖加上热门，要是能投放就是一条正常的视频， 有些 投放不了， 往下看你就知道你的违规原因啦，

方法二：点击右上角三条杠， 打开设置， 点击反馈与帮助，找到账号违规的记录查询， 然后 开始检测就能看到哪些视频违规了。

**18.** **8** 大违规行为

速来避雷！ 抖音重点审核的 8 大违规行为~

1、一切违法法律法规和涉政视频内容，或敏感物品

2、色情、低俗和着装暴露(包括儿童)的内容

3、暴力、恐怖、血腥等引人不适的视频内容

4、展示自杀自残等其他危险动作，引起不适， 或容易诱发模仿的内容

5、还有危险驾驶、竞逐、欺凌等违反公共治安管理的内容

6、宣邪教、封建迷信、民间陋习及破坏国家宗教政策的内容

7、不安全违规信息， 宣传伪科学或伪反科学常识的内容

8、误导未成年人和违反公序良俗的内容

**19.** 容易触线违规的行为

抖音容易触线和违规的几个行为！速来自查~

1、搬运视频

搬运， 说白了就是盗用他人的作品

2、发广告

打广告，本质目的其实就两个， 引流和变现。

3、负面信息

抖音的 slogan 是记录美好生活。因此，对于每一个运营者来说，涉及到负面的内容千万不 能碰， 一旦被发现、举报，必定会被严查严审。

4、关键词违规

账号昵称、抖音号、个性签名、视频描述/文案、私信、评论，在抖音，凡是能够添加关键 词的地方， 大家一定要注意!

**20.** 直播间常见违规

抖音直播间常见违规(必看干货 )

一、虚假宣传

1.售后与详细页不一致

- 例如详情页不支持 7 天无理由，口播/贴纸说 24h/48h 无理由退换货

- 例如主播宣传假一赔十，商详页展示假一赔三

2.极限词

主播出现极限词史上最低，全网最低，史无前例最低等等一系列极限词

3.主播宣称有产品独家专利或成分， 但没有提供展示证明(例如：口述商品相关专利， 则专 利证明需标明在商详页中)

4.讲解产品与展示链接不一致

二、 站外引流

1.直播中出现二维码

2.主播或管理员提及具体线下地址或第三方联系方式

3.主播或管理员提及或引导顾客到个人主页， 主页中有联系方式等

三、未按平台分享功能售卖商品

1. 进行售卖动作前(含贴纸， 主播介绍商品)前未挂购物车

2. 贴纸/口播 提到回收

四、违反法律法规

涉及政治人物， 敏感人物与政治热点

历史人物不能说！政治人物不能说！ 政治热点不能说！敏感地区名不能说！

五、口播野生保护动物被永久封禁直播间

禁止发布信息及管理规则

**21.** 如何检测账号有无违规

如何检测自己的抖音账号有无违规？ 明白了！

1、点开右上角三条杠一点设置一>账号与安全

2、点开创作者服务中心一点击通用功能一点击账号状态检测

3、点开创作者服务中心一点击通用功能一点击违规记录查询

**22.** 收到**[**内容处罚提示**/**违规提示**]**怎么办

抖音收到「创作内容处罚调整提示/违规提示」， 怎么办？

如果收到了“创作内容调整提示”的系统通知， 请按照提示规范账号行为。温馨提示：

1、若被评为搬运内容过多，请珍惜申诉机会，务必将相关证明材料提供完整，申诉后抖音 官方会尽快查看。

2 、如果涉及广告内容， 并且是企业用户， 可进行企业认证， 认证通过后可避免被误处罚， 并获得企业号多种权益。

十六：运营问题

**1.** 短视频运营实战经验

抖音短视频运营实战经验！学会这 6 点小白变大神！

①内容为王

做好自媒体的核心在于一“独家感”。比如： 实实在在的干货， 能给大家带去启发感； 比如 说你的视频很有趣， 能给大家带去某种快乐。

②以量取胜

以量取胜的理解有两个层面。一个是在作品的数量上，一个是在渠道的数量上。

③细分领域

很多人做自媒体最容易犯的一个错误，就是贪，经常这个领域想做，那个领域也想做， 最后 也不知道主攻哪个领域， 做抖音垂直内容很重要， 先主攻一个方向，有一定成绩之后再做延 伸。

④增长见识

自己埋头苦干， 闭门造车，不如去看看别人优秀作品， 对标大量同行， 看看别人的爆款视频 结构， 评论，看了有什么启发？ 去模仿去拆解！

⑤平台思维

站在平台的角度去考虑问题，平台为什么会给创作者流量？ 平台喜欢的是具备稳定能力输出 的创作者！ 而不是浑水摸鱼的投机者！

⑥放好心态

下定决心做抖音，一定要放好心态， 不要左右摇摆，专注做自己就好了。

**2.** 封面设计小技巧

抖音爆款视频封面设置小技巧！ 看完就会！

封面设置技巧:能发封面图的一定要做封面图，比如剧情类、实用知识类视频。能在封面图 上做标题的，一定要加上标题， 用字体、颜色或者字号的变化来突出主题， 一方面可以吸引 用户阅读，一方面还能方便用户点击。封面图一般时间留够 1 秒即可，也可以专门针对某 一秒的视频做一些效果处理，让它适合作为封面图。封面图的背景要干净， 颜色尽量单一， 并有一定的视觉冲击力。在抖音上， 如果今天分享视频营销， 明天分享社群营销， 那么关注

社群营销的人可能会取消关注你，因为你分享的视频营销，他不喜欢，反之也是如此， “掉 粉率”会比较高。请记住： 账号定位越精准、越垂直，粉丝越精准， 变现越轻松，获得的精 准流量就越多

**3.** 抖音运营实战技巧

重磅整理： 抖音运营实战技巧！ 看完就会~ 注册账号之前， 一定要思考账号的定位， 主要聚焦什么细分领域做内容！

内容定位： 不要做泛泛的内容， 将用户细分， 专做一个领域的内容。

账号人格化：根据产品， 根据用户需求， 定位自己账号的人格。

优化调整： 很具账号的整体调性，可以做适当的优化，内容补充。 “内容为王”这一点是毋庸置疑的，只有吸引人的内容才会让人有观看的欲望，才会促发用户 参与进来， 从而产生点赞、转发。

**4.** 抖音没有流量主要原因

干货： 抖音短视频没流量的主要原因！

①内容过于冷门、生僻，涉及领域过于专业， 晦涩难懂， 潜在的用户群过小，推荐量不高

②同一领域相似内容过多，出现了供过于求的现象，相应内容得到的推荐量也就比较少

③非原创内容可能会被消重，从而影响推荐量。

④视频无内容，无厘头，拍的乱七八糟， 或者视频质量不高， 影响用户体验。

**5.** 抖音图文号变现

抖音图文号变现 4.5 万，是怎么做到的？

抖音的图文模板，再次迎来风口，去年抖音抢短视频流量，鼓励真人创作， 限制图文号，把 这类创作者赶走，现在的直播战略基本稳定， 又开放图文模式，打算去抢掉小红书和知乎流 量， 图文相册玩法，算是近期抖音的风口，那么之前被限制的还是苦苦坚持的在这次将迎来 爆发。对标同行+批量起号，同行怎么做，你就怎么做，图片素材而已， 很好模仿。素材从 哪里来？知乎， 微博， 简书， 小红书四大平台， 搜索关键词。你想做谁的生意， 你就搜索什 么词。内容即流量， 流量即生意。安卓手机发图文视频一天最多 75 个， 苹果 102 个。

**6.** 爆款短视频主要构成

抖音爆款短视频的主要构成部分！小白必看~

选题的时候要明确一个主题

1.视频的开头就是封面(主标题；画面/图片；副标题)大概 0.5S

2.主要内容， 讲解的内容比较精简一点(围绕着主题讲解 2-3 个卖点) 13-13.5S

3.视频的结尾，引导； slogan (增加用户记忆点)口号要有记忆点比较魔性比较上口的。引 导：关注， 评论，1S 左右不然影响完播率！

**7.** 提升视频评论率

1 招就能提升抖音视频的评论率！看完就会~

要想提高评论率，认同你的人很难帮到你，而反驳你的人可以，就这一句话，一些无关紧要 的细节，能夸张就夸张， 让观众来帮你纠错， 而不是让观众来夸赞你的作品。举个短视频例 子：

①做短视频是可以让你每个月多赚几千块钱，

②做短视频是普通人跨越阶层的唯一机会，你会选择哪一句来做开头？ ①它虽然能够引起 好奇，但评论的空间很小，所以多问一句该怎么去做。那②呢？观众既可以问怎么做， 你 可以有很多的例子可以举来反驳，所以第二句的评论率会更高一些。

**8.** 爆款短视频注意的细节

做抖音爆款短视频需要注意哪些细节？5 点教会你~

1、封面统一

封面图片、封面标题一样要和当前作品统一， 风格也需要统一。阅读视频的时候可以看到较 为统一的系列风格， 从封面上就可能提炼出视频的主要内容

2、标题吸引力

标题是很关键的，一来是可以吸引到读者猎奇心理，二来还可以提高平台判断视频内容的核

心关键字

3、内容形式

一般 20-40 秒都是可以的。视频内容要丰富一些， 不要简单的图片+文字， 还是需要有视频 动态切换， 以及配音，甚至有可能真人出镜。

4、内容价值

更需要的是正能量。我们需要提供有价值的内容，比如育儿过程 VLOG 记录、美食生活记录、 城市 VLOG 正能量记录、手工创作等。

5、片尾事项

片尾也是比较重要的，比如告诉用户关注点赞收藏，甚至留言评论。提高互动和关注。

**9.** **5** 个方面做出爆款内容

短视频内容优化技巧！5 个方面做出爆款内容！

1、视频本身拍摄精致

抖音本身是非专业小视频平台， 用户对视频的粗糙容忍度还是挺高的。但是相对精致的视频 仍然会博得更多好感，例如好看的背景、良好的光线等，都是可以让视频看起来更精致的选 项。

2、尽量追热点

抖音每天都会有热点，拍摄当日热点，并在上传时标注， 可以让视频展示量增加。但热点不 要硬蹭，一定要和自己的方向相符合！

3、发送时段

根据自己的用户群体，确定发送时间段。

4、趣味性

大众用户都喜欢看有意思、有才艺的小视频，所以尽量把广告和才艺表演， 或者创意融合在 一起。

5、如果创意足够，可以自己发起挑战！

**10.** 抖音需要注意几个问题

抖音短视频作品内容，必需要注意几个问题点！

1、发布文案

文案也是吸引用户停留、互动的一个关键要素。最易引发互动的文案主要有悬念型与对话型。 悬念型：听说亮点在最后！

对话型：妹纸们都喜欢哪款？在线等，急！

2、添加话题

可以多选几个话题， 最好附带最新热门话题， 帮助传播。注： 话题也算字数的哦~ 3、选择封面

视频发布前，选择封面， 封面很影响之后用户到主页看视频的体验的。

4、定时更新，获取粘度

寻找最合适的视频发布时间段，最好定时更新，也能让粉丝养成习惯定时查看。这点也可在 个性签名中体现。

5、丰富素材，获得关注

想要得到越来越多的人关注， 丰富自己的素材库还是很有必要的，在风格统一的情况下，可 以多尝试一些风格。要保证视频质量不下降， 内容越来越优质，这样才能不断获得更多推荐 与关注。

6、持续维护，重复推荐

内容做一些持续维护，比如用自己的号去转发、评论、回复， 让视频保持活跃状态，等待抖 音再次推荐。

**11.** 短视频评论重要作用

抖音短视频评论区的重要作用！ 6 点优势！

①引爆内容

评论区是唯一， 可以引发用户参与进来的一个公共的区域，任何人都可以在视频上面评论。

②拉近距离

评论区可以让用户们单向输出，变成双向互动的一个地方，多回复多去点赞，让用户感受到 你的亲切。

③聆听声音。

评论区可以让用户看到你对这个内容的真实的想法。从大众言论当中摄取精华，让内容变得 更受欢迎。

④带动数据。

点赞了评论分享对于视频上热门是比较重要的啊， 不能忽视。

⑤评论区置顶。

置顶的评论可以在视频的上方评论区。可以每个人都可以点击评论区， 都可以看得到。 ⑥关键词的过滤

可以设置关键词过滤，就是将负面的一些评价转为仅自己可见。

**12.** 短视频运营 **7** 步法

重磅： 抖音短视频运营 7 步法！ 教你如何快速起号！

①以终为始： 明确你要赚谁的钱，怎么赚钱， 方式是什么？再选择领域

②管中窥豹：平台搜索领域关键字，点赞多，转发多的爆款视频看下，记住选题和框架结 构，找到可以借鉴的点。

③对标达人： 找到同领域对标账号(20 万粉丝以下且新产出的账号) 从开始把视频从头看 一遍， 总结账号整个作品的迭代过程。

④ IP 打造：借鉴内容， 明确选题方向，根据自身的特长和资源，打造个人 IP，所有内容都 将围绕设定的形象呈现。

⑤视频制作： 符合平台规则，关注基础数据， 看下播放量是否正正常， 进行数据分析。

⑥粉丝标签：初始视频带来的粉丝是泛粉，快速打标签可以选择投豆荚(可以去轻抖 APP 精品课学习下)

⑦变现之旅： 优化内容，可以开直播，可以进行变现。

**13.** 判断热点

如何才能蹭好热点呢？以及判断热点！

一般蹭热点有三种形式：

1、常规性热点： 比较常见的热门话题， 比如说节日或者双十一元旦的到来， 这都是常规型 的热点，在这些常规型热点到来之前，就得提前准备相应的内容， 来把这些热点蹭上去。

2、突发型热点： 拿娱乐型的账号来说， 哪个明星出轨了， 哪个明星被通报了等等， 你就可 以围绕这些来展开做视频。

3、预判型热点： 这是最难的一种，这需要你有一定的内容敏感度才可以，毕竟很多热点爆 发之前，都会有一个小征兆， 比如在春节来临之前，返乡回家、抢票、春运的话题， 一定是 未来的那个时刻最火的话题。

**14.** 专业抖音运营秘籍

专业抖音运营秘籍！ 3 方面就懂抖音底层逻辑~

1.平台特性

抖音最大的平台特性：去中心化、算法机制、叠加推荐。

视频的播放量， 依然依托于你每一条视频本身的内容。

2.作品分发机制

抖音的分发机制按照其先后顺序依次是： 消重机制、审核机制、特征识别和人工干预。

3.定位建议

结合自己的兴趣爱好，可以参考行业，再结合自己手头拥有的资源，不管是产品供应链，电 商老板，达人 mcn ，还是想要创业的素人，都能找到自己擅长并能持久下去的点。

**15.** 抖音核心粉丝

干货分享： 什么是抖音核心粉丝？有什么作用？

什么是核心粉丝：大力支持你的粉丝，他们对你的作品长期喜欢，完播数据远高于平均水平。

核心粉丝的变现价值：铁粉在整体粉丝中的占比很低，但铁粉的付费率是其他人的 6 倍以上。

未来对核心粉丝的稳定触达：抖音会增加你的视频在你铁粉中的曝光量，让你的视频流量更 加稳定。

如何使用核心粉丝相关数据分析： “创作者服务中心-数据中心-粉丝数据”中查看核心粉丝数 变化趋势 如果铁粉数量出现大幅度下降，说明铁粉不喜欢你近期内容，可以及时调整内容，增强与粉 丝之间的互动。

**16.** **1** 招抖音变现更加顺畅

1 个动作让你后期抖音变现更加顺畅！赶紧学习！

在做抖音前，你必须清晰认知是为了变现而做号，还是为了增粉而做号。只有当你明确目的， 才能知道如果要变现，10000 个散粉不如 100 个精准粉丝。应该关注的数据，不再单纯是粉

丝数量。

举个例子， 如果你打算通过抖音推销自家鞋子，但是却发现做搞笑视频，流量才大、粉丝才 多， 于是做起来了搞笑视频。但是一段时间后，你可能会尴尬发现粉丝黏性并不高，一旦发 了其他无关视频，比如广告推广，就会浏览量非常低， 难以产生收益。这就是因为在账号建 设前期，没有仔细思考后续变现路径！

如果你是奔着变现去的， 一定要在前期规划好变现路径！这才能够降低后期变现难度！而变 现， 可以大致分为两种模式。一种是有产品， 一种是没有产品。如果你想通过抖音赚钱，最 重要的是， 明确账号后续变现路径！ 才能更有目的性布置内容！

**17.** 抖音快速起号

重磅整理： 新手怎么快速起号？ 快速打标签！

新号投抖加就是为了快速打上标签，让你的作品快速触达到相应的人群，让你的账号迅速贴 上标签，播放量轻松上万，

第一步，账号刚起先拍三条垂直类视频，注意内容要短， 30 秒之内把该讲的东西都讲清楚。

第二步，投抖加选择定向版选择，点赞， 评论时间选择六个小时， 然后下滑选达人相似，添 加十个对标账号，对标账号不是让你选择粉丝量多的， 而是要选择粉丝活跃度最高的，然后 看数据反馈，数据好，直接跟投时长是 24 小时对标账号和之前一样，这样做不仅可以快速 让你的账号贴上标签，还可以靠着一条视频带动所有视频的播放量。

**18.** **6** 方面优化抖音内容

抖音短视频怎么去优化内容？ 6 个方面进行优化！

1) 建议大家的发布频率是一周 2-3 条为基本， 然后进行精细化运营，保持视频的活跃度， 让每一条视频都尽可能的上热门。

2)将 15 秒的视频拆解成封面、内容、爆梗三个部分。封面要抓住用户的眼球，吸引用户， 然后开始内容， 结尾的时候一定要留一个梗。

3) 背景音乐和视频高度匹配，有节奏感。

4)尽量人格化。抖音其实还是以人为主，无论是使用真人、动画人物、语音人物都是要让 用户有真实感和参与感。

5) 知识技巧类的视频更容易引起用户的分享转发。

6) 对于粉丝们的评论，要认真维护， 可以提高粉丝的粘性。

**19.** 抖加给账号打标签

怎么利用抖加给账号打标签？提升精准粉丝量！

抖音是内容分发机制，流量每个人都有没错， 但是有一个前提，那就是分给你的流量是精准 的还是泛流量。

泛流量不仅没有任何作用，还会拉低你的作品互动数据，只有播放量没有评论转发停留时长， 内容依旧爆不了，也涨不了粉。

什么又叫精准流量？

换个角度讲，一个新号， 什么参考数据都没有，抖音怎么判断你的作品适合谁看呢，给你的 基础 500 播放量，会分发给 50-60 岁的老太，也会分发给 15-16 岁的小孩子，而你要的是 23-28 岁的年轻人，他们可能只占了其中很小的一部分， 那么这部分人的数据反馈，是很难撬动出

百万播放的，这也是很多号做很久都做不起来的原因。

那如何利用抖加破局？

直接定向投放， 告诉抖音你的作品是给谁看的。

把自己拍的作品，挑选出 3-5 个最好的，直接投抖加，投放的筛选条件为：涨粉量+达人定 向(前面找的 10-20 个同行) +24 小时， 每条直接先投 100 测试。

24 小时后，对比这几条的数据反馈， 选择数据最好的，涨粉率最高的， 至少达到投产比 1：

1 以上，追投智能推荐往上加， 策略执行之后，大概率 3 天时间你就能获得一些精准粉丝， 并且账号被打上标签。

**20.** 短视频必备 **4** 种思维

做抖音短视频必备的四种思维！ 小白必学~

利他思维

视频内容对别人有所帮助，能够让人学到东西，或者能够让人产生感动、共鸣等情绪。如果 你的内容发出来对粉丝没有价值，那么就无法吸引用户点赞、评论、转发和关注。

创新思维

可以思考别人的展现形式能不能拿来用、音乐、文案、拍摄手法等适不适合自己的视频。多 看多想，但不能照抄照搬，要对视频的内容、展现形式等都有所创新， 融入自己的见解和想 法，不断超越其他同行。

热点思维

运营抖音短视频要有热点思维。热点流量大，认知高，很容易涨粉，对于推广有很大的好处。 变现思维

商家做抖音短视频， 首先要想好你的变现路径，要先定位好变现， 再来决定做什么内容，怎 么做内容。

**21.** 抖音对标哪些数据

干货分享： 找到对标账号后，对标哪些数据呢？

①用户昵称、内容领域、内容质量

②粉丝数、点赞数量、评论数、转发

③标题的形式、话题标签、@朋友与否、是否紧跟热门

④视频镜头拍摄手法

⑤视频的总时长

⑥视频内容的排版(特别注意背景、视频的前 5s 内容)

⑦视频封面

⑧互动率

**22.** 抖音如何制作爆款内容

干货分享： 抖音作品如何制作内容？ 小白必看~

台，让用户喜欢平台，所以你的内容就是一个敲门砖。

内容涉及到写、拍、剪、导、演这五个步骤。

1.写就是写文案， 分镜头脚本， 最简单的方式就是直接参考热门的文案，改成自己行业。 2.拍就是用手机拍就行， 不要动不动就用什么单反，大马拉小车。 3.剪就是视频的剪辑，短视频平台都有推荐的剪辑的软件。 4.导就是导戏，如果你是一个人，基本这个就是自己演就可以了。 5.演就是表演，不是那种面无表情的对口型， 而是表演。

**23.** 做抖音 **4** 个思维逻辑

新手做抖音如何快速起号？4 个思维逻辑!

系统思维：

(1)抖音号定位;

(2)记忆点;

(3)情感点;

(4)个性特征。

稀缺的账号定位：

(1)行业第一个去做的， 比如搞笑;

(2)跨界第一个去做的(叠标签)，比如搞笑+才艺。

**24.** 运营技巧要注意什么

干货分享： 抖音运营技巧要注意什么？看完就明白~

抖音运营技巧要注意的有：短视频内容策划。首先， 要确定短视频的内容方向，根据自己感 兴趣或者擅长的领域进行内容策划。前期可能没有什么思路，可以多看看别人的创意进行模 仿、再加工。内容策划的前期， 如果自己本身没有思路， 视频飙升榜单、热门视频、热门音 乐、热门话题，都是时下非常受欢迎的内容素材， 大家可以借鉴、模仿别人的套路。但是， 想要长期运营好一个账号，一定要有自己的一套玩儿法和规律。 除了关注抖音视频创作之外， 数据分析是最重要的一个环节。可以根据视频的数据情况、用 户的反馈情况不断进行优化，视频质量和传播效果也会水涨船高。 想要成功运营抖音，一定要好好学习关于抖音运营方面的而一些小技巧，不仅要注意短视频 的质量，还需要定时更新，这样可以获取黏度。同时要注意丰富短视频的素材， 从而获得关 注。

**25.** 抖音日常专业术语

干货： 抖音短视频的常用专业术语！ 小白秒变运营大神~

抖音算法机制： 包含流量池推荐、叠加推荐、时间效应。

抖音推荐流：在抖音界面首页中，推荐界面下的所有视频。

账号权重： 抖音里面一项内在数值， 影响用户作品的曝光度。权重高， 获取高流量，形成大 的流量池

叠加推荐： 视频在第一步推荐流量池里被判定为优质作品，则后期会被叠加推荐。

互动数据：点赞、评论、分享(转发) 、新增关注数、主页访问量，查看相关音乐、点击话 题。

完播率：衡量一个视频质量的重要指标之一， 是视频被播放完的次数占所有播放量的比例。 完播率越高，则系统认定这个视频质量就越好，系统推荐的流量就越多。 直播间 UV/PV：UV (直播间访问人数)、 PV (直播间访问次数)

**26.** 蹭热点的 **3** 点注意事项

抖音作品蹭热点的 3 点注意事项！小白必看~

1)无论是什么流行音乐，你的视频内容都必须保持内容优质，切记不要发布与负能量相关 的内容

2)热点老化性更强，在追热点的过程中理性判断热点的价值，盲目追热点会导致账号权重 下降

3) 使用热点方法要对，不要机械地使用， 但添加您自己的内容。否则会让人审美疲劳。

**27.** **3** 千粉丝怎么变现

3 千粉丝也能月入 10 万？ ！实操干货分享给你~

第一个账号是一个做爆米花的账号“一辰优选”，连露脸都不用，它在精选联盟里呢，找到了 爆米花的供应链，买回家之后把它倒到锅里一烹， 爆米花就出来了，直播也是这个场景，这 个账号现在一万多粉丝， 每个月大约变现 40 万左右，就是卖 40 万的爆米花， 然后他现在开 始做矩阵， 家里人手一个号， 这种方法大家记住叫做晒过程， 也就今天的很多的食品， 只要 他的过程有欣赏度。

第二类账号需要一点点门槛， 需要一个能说会道的美女， 这类账号叫美女+男性爱好，“紫砂 朱妹”这个账号，美女直播旁边坐一个紫砂壶的大师就卖紫砂壶，他一个月能卖 500 多万， 什么美女+茶叶+文玩，美女+酒都是可以的，而且粉丝量不用太大，做本地化其实变现更好。

**28.** 怎么找到合适赛道

做抖音怎么找到自己擅长的赛道？看完就明白~

对于新手来说，最合适自己的赛道就是找到自己擅长的领域，那假如你拿不准自己最擅长哪 个领域呢， 那可以用以下两步来明确：

借助三个基本方法论了解自己。通过专长法、人设法、优势法，了解自己的专长， 性格人设 跟客观优势；

确定个人核心竞争力。将自己的基础人设性格，搭配自己的技能专长， 再结合自身的差异化 优势，那就可以组成自己的核心竞争力了，也就是：基础人设性格+技能专长+差异化优势= 个人核心竞争力

**29.** 精准找到目标人群

新人做抖音怎么提高视频播放量？一招教你解决办法~

新账号的标签不明确，推荐人群还不精准，是导致播放量在 500 左右的主要原因， 所以需要 做的是持续发布高垂直度的内容，标题、文案、关键词、评论区内容是系统识别标签的关键 地方，可以在这些地方刻意的强调关键词，让系统更加容易识别出来。比如你是一个健身博 主， 那就反复出现健身器械、减脂等等关键词，当你的标签越垂直，那系统给你推送的人群 也就越精准，播放量自然就会上去。

**30.** 抖音数据分析

重磅： 抖音短视频数据分析！ 4 个方面进行分析~

教你做短视频的博主都是怎么学习做短视频的数据，看数据绝对不是简单的记录一下播放量、 点赞量、评论量就完事儿了， 这些数据什么都看不出来，看数据是为了观察作品的这四项能 力， “如何曝光能力” ，“吸引受众注意力的能力” ，“受欢迎的能力”“行为诱导能力”，对应到 短视频上：

想了解作品的曝光能力， 看播放量

想了解作品吸引受众兴趣的能力，看人均停留时长和完播曲线

想了解作品受欢迎的能力，看点赞率，评论率和分享率

想了解作品的行为诱导能力，看主页点击率， 橱窗点击率和橱窗转化率

哪块能力薄弱就去优化！

**31.** 小白做抖音的难点

干货分享： 抖音短视频新手小白的痛点， 难点！！

1. 选题难，容易同质化

能想到的大方向的选题都已经有人拍过了，切入观念新颖，且取得不错的效果， 此时， 再反 复去拍摄这类题型就不占优势了。未涉及的切入点较少， 选题面临挫折。

2. 播放量低， 涨粉难

视频内容不优质，无法吸引人去点击观看，播放量上不去。只靠单纯的自然流量没法实现引 流， 进而寻求付费渠道的推广， 信息流广告的投放等， 但引流的费用越来越贵， 且不一定精 准定位达不到所想要的效果，投入的金额多， 效果不佳。

3. 吸引到的用户量少， 变现难

账户定位不够精准、粉丝群体不够明确、内容的缺失等都会导致账户难以变现的问题。吸引 到的用户少，广告主不会选择你来做广告，也没有什么带货的机会，简单的说， 就是没什么 人气。

**32.** 爆款视频数据分析

重磅整理： 爆款视频数据如何下手？ 3 步实操方法~

视频上不了热门，可能是因为一直在用错误的方式做视频，有没有这样的体验， 明明选题拿 捏精准，呈现形式很有创意， 拍摄也完美，各方面认为做的都不错，可就是总感觉差一点是 没有流量，发十多条甚至十条粉丝还是上不去，都是因为你不了解抖音一直在用错误的方式 做视频，在视频制作上应该怎么做？

第一步，确定选题呈现形式和中心思想

第二步，确定中心思想展开需要用到哪些知识点一列出来，并且为了逻辑自洽和行为表达流 畅，适当增加一些辅助点，

第三步，每条短视频开头设计， 一到三秒的勾子， 促使用户看下去啦， 停留时长， 每条视频 还要设计刺激用户的点， 让用户有情绪的波动，从而触发点赞、评论、转发等动作。

**33.** 好物推荐怎么变现

普通人怎么做好物推荐账号？变现不再是难题~

第一步，选品。不选废品选爆品，不要去选择你觉得好的东西，要选择平台近期的爆款商品， 这种商品别人已经给你打过广告

第二， 确定用户人群定位，商品属性，例如： “水晶球”表面上是给女生的东西，实际上买单 的却是男大学生，

第三，寻找用户痛点， 精准放大优势视频文案呢，例:“水晶球”精准抓住了男大学生的痛点， 也就是该送什么礼物可以让女朋友开心，就觉得自己是一个暖男，同时价钱呢， 又可以接受 这个东西，颜值高是化妆品，是充电宝， 更是冬天里女生必备的一个暖宝宝视频，寝室里 99%的女生都会喜欢的小礼物， 你说男生心动不心动呢？

第四话题，精准加热根据用户和痛点，选择话题精准搜索流量，用抖加给视频加热选择人群 标签， 你给谁看。你就选择哪些标签，让视频借抖加的力量快速触达到用户，这四点学会了 好物推荐号还难吗？

**34.** 从 **0-1** 做抖音

重磅整理： 新手从 0-1 怎么去做抖音账号？看完就明白~

第一个，主流的内容定位，你最擅长做什么事情？ 先内容-IP-变现。

第二个，变现定位， 很多创作者目标是很清晰的， 比如： 我就要通过直播带货， 而且是非常 垂直的。变现倒推用户画像，用户画像倒推内容内容，再倒推 IP。

第三个，一个适合于企业或者矩阵号来做定位的方法叫做营销型变现，从做账号的第一天开 始， 可能没有一个具体的人设，也没有具体的 IP，但是清楚目的，或是为品牌做宣传，或是

为产品做引流，那么这种定位的排列方式是诉求：倒推用户，用户倒推内容， 内容倒推定位。 所以 0 到 1，主要就是做好定位！

**35.** 抖音正反对比万能公式

抖音短视频万能公式！！ 正反对比更有爆点！ 赶紧学习~

教你一条短视频万能公式，你刷到的很多点赞几百万的视频都是这样做的，其实一点都不难， 直接套用就好了， 而且非常百搭，不管你是做美食的， 美妆的， 穿搭的，还是讲育儿的， 讲 情感的都可以用这条公式，“错误操作+负面结果展示+正确方法+正面结果展示”

例如：第一次装修选择了开口吊灯，住了几年才知道， 他不仅落灰还落虫子新房果断选择简 约线条灯， 不仅耐看还好擦， 也可以把后两个部分，换个顺序，这条公式尤其适合用来破黄 金三秒，不知道拍什么就拍对比！！

**36.** 抖音赞粉比

干货： 抖音赞粉比的意义和功能！看完就明白啦~

赞粉比粗暴的说就是正向有效互动(点赞+收藏) 和关注(粉丝量) 的比例 温柔的层面也包括单条内容的获赞与粉丝转化比例

总赞粉比对于判断 IP 强度非常有效

简单来说， 赞粉比更高， 内容强度高于 IP 强度，粉丝更多是冲着内容本身去的，所以内容 产出不稳定，容易导致粉丝数据下滑，对于内容创作的压力大

赞粉比更低，IP 强度高于内容强度， 粉丝更多的冲着人设和感觉去的， 至于你发的内容是什

么，根本不重要，我就是喜欢你这个人

比如罗翔， 赞粉比在 3:1 左右， 意味着 IP 强度高于内容强度， 所以不讲法律讲读书一样效果 好

但是要注意几个要点：

1、有些是创作者本身兼具内容与 IP 强度的， 可遇不可求， 比如罗翔，正常人学不了，要注 意分辨

2、头部账号的数据可能不具备这一特征，比如疯产姐妹， 粉丝量接近同类天花板， 所以更 多同类中下部账号(对标账号也不要选头部)

3、领域要分清楚，不要横跨对比

4、注意区分美女类账号和 IP ，美女类账号还是强内容， 其内容是颜值(提供愉悦情绪)， 所以变丑或者见光死就意味着塌房， 相比之下小团团就偏 IP。

**37.** 口播的三种拍摄类型

口播类短视频的三种拍摄类型， 哪一种更适合你？

1、采访类

也有的叫做“问答式”拍摄，就是一个人提问， 一个人回答。

采访类短视频的好处就是模仿了用户最熟悉的场景，我们以前看新闻、纪录片都是这种类型， 用户在潜意识里面是有好奇心的。

而且对于博主来说， 也增强了互动性，表述的时候有了对象， 表达也会更自然。 另外采访有两种形式：

其一是固定镜头的采访， 博主直接做观点陈述。

其二是真实的户外场景， 博主可以来回走动， 更自然。

还有大家会看到一种采访类的视频， 是偏向于干货分享的，而不是个人经验分享的。

比如开头提出一个问题，主播简明扼要的回答这件事情 1、2、3 应该怎么做，这种比较适合 做运营类账号。

2、演说类

演说类的短视频拍摄方法主要有两种，其一直接布置一个会议演讲的场景，或者把你参加线

下会议中的精彩分享节选出来。

如果是自己布置的话，最好台下也有自己的听众， 也可以看后期模拟。

这种大会式的分享， 既能够让用户觉得你很专业， 也能够引起用户想看的欲望， 怕自己错过 什么。

其二教学类场景，以授课、科普形式的演讲。

可以直接布置一个讲台， 也可以坐在有电脑电视机的办公室内、或者设置一个手写版背景， 然后比较正经的和大家分享。

这样的口播形式，大家会觉得你挺专业的，会增加一些可信度。

3、自拍类

第三种自拍类口播短视频，应该是各位最为常见的，比如探店、户外以及一些旅行类、吃播 类的主播都喜欢用这种。

这种以“第一视角”为主的方式拍摄方法， 能够让用户觉得自然，没有故意摆拍的距离感。 这里也分享两种自拍的类型：

其一就是个人手持相机或用手持辅助工具，拍摄的时候不用担心自己是不是一直在镜头里面。 偶尔一些镜头有抖动，自己出现半个身影都没关系，有时还要特意给用户看一下周边的环境。

其二是不用手持，把手机摆好， 以直播、视频聊天的方式说自己的观点，也不用担心自己的 脸大， 有时候还要故意用手敲敲屏幕，靠近镜头。

只有表现的越真实， 用户心里对你的抵触才会越少。

记住拍短视频， 要么让用户觉得你专业， 要么让用户觉得你平易近人， 而不是装。

当然自拍类的口播短视频比其他两种反而都难。看似随意，其实要有很好的镜头感，要很自 然的把自己的观点、知识连贯的分享出来，还要敢于出丑，这对很多人是考验。

**38.** 抖音运营干货

抖音运营干货： 如何提高点赞、播放、转发量，获得更多推荐！

一、提高抖音号曝光的方法

1.抢热评：多关注自己领域的一些大号，在对方视频推送之初就抢先留下精彩评论，一旦他 这个视频火了，你的评论点赞量和关注度也会一同起来， 而大号的粉丝本身也是你的潜在粉

丝，通过不断抢热评便会源源不断的引流过来。

2.上 DOU+付费推广：做 dou+的目的，是为了购买精准的启动量上热门推荐。Dou +100 起投， 播放量基本上在 5000-10000+，推荐的 70%的精准流量。导粉的话一般是 100 块钱加 100 个 粉算勉强， 200 个粉算不错，单粉成本和能否推上热门有关联，如果你能投放 dou+做到单 粉成本 1 元以内， 这个视频作品上热门推荐的概率很大。

二、我的视频提示视频不见了/视频在审核是为什么？

视频不见了= 内容违规被平台审核下架视频在审核=视频正常进入抖音平台审核流程，耐心等 待即可。评论不显示：账号权重不高，继续养号或是转发优质视频提升权重。

**39.** 抖音运营流量池

揭秘： 抖音运营流量池到底是什么？ 看完就明白~ 抖音官方有定的算法来判断给你的视频多少流量， 更通俗地来讲，就是你发的这条视频，抖 音官方让多少人可以随机刷到。这里面就有流量池的阶段区分：

第一阶段流量池: 500 以内，意思是随机给 500 个人以内进行推送，如果转发，评论，点赞， 完播率还可以， 进入第二阶段流量池。

第二个阶段流量池:3 千-1 万;

第三个阶段流量池:1 万-5 万;

第四个阶段流量池:10 万-30 万; 基本过了第四个阶段的流量词， 你的视频就火了， 很容易达到百万级别的流量曝 光，也就 是抖音把你的视频推送给上百万人观看， 这时候你涨粉就非常快了。

**40.** 抖音运营底层逻辑

抖音运营底层逻辑， 抖音算法， 看完就明白了~

(1)去中心化； 推荐什么人群、推荐多少流量，由机器决定智能推荐

(2)推荐逻辑

①智能推荐；根据账号标签、视频标签、视频画面、文本特征(描述、话题)给你匹配用 户

②基于社交：推荐给你认识的人和可能认识的人、关注的人和关系链中的人。③基于定位： 同城号、附近的视频、附近的直播

④经过计算才推荐：先计算账号标签、视频标签和视频类型，在计算用户的喜好，最后将 用户和内容匹配。 (3)计算维度 ①内容计算 识别视频内容， 包括视频类型、视频内容、视频场景、视频人物 文本特征计算， 包括视频描述， 提取关键词 风险计算， 看看视频有没有涉政、涉黄、低俗等 ②用户计算 首先计算用户特征，对什么视频感兴趣，再计算他的身份特征，包括性别、年龄和常驻地等， 还有行为特征， 然后给用户打上标签 ③环境计算 位置、时间、天气 ④评估计算 评估视频质量， 从留存率\完播率、用户停留时长和互动(点赞、评论和转发) 三方面来评 估， 如果评估效果好，就会加大推荐量和推荐范围，如果评估不好，就会减少推荐甚至不推 荐。 (4)核心点

①留存： 留存率、完播率

②互动： 点赞、评论、转发和收藏 ③吸粉 ④完播率 ⑤互动率 (5)推荐过程 发内容— 审核(无违规，通过， 通过不代表优质，只表示内容合格) → 系统计算→冷启动(经 过计算，尝试推荐给你一小部分用户，会优先推荐给粉丝，一般推荐 500 以内，如果效果好，

就会达到热启动，继续推荐) →评估计算→衰减。

**41.** 视频内容 **4** 个指标

干货： 视频能不能火取决于这 4 个指标！学会赶紧提升！ ！

(1) 在视频描述文案里，引导用户完成点赞、评论、转发或看完视频的动作。比如有的视 频描述和视频开头、结尾写到“一定要看到最后” 、“这是什么神操作？”，就是为了提升完播 率。

(2) 在视频描述里， 设置一些互动问题， 引导用户留言评论， 提升评论量。比如“一次开了

21 罐香飘飘，猜我中了多少现金？”“你们和男朋友看电影是啥样”

(3) 通过回复用户评论，提炼视频核心观点，引导更多用户参与到话题讨论中来， 进一步 提升评论量。

(4) 提前准备神评论， 视频发出后，让好友写在评论区， 引导用户围绕这个话题展开更多 互动， 以达到提升这 4 个指标。

**42.** 抖音拍段子 **8** 大要素

干货整理： 抖音拍段子的 8 大基本要素！小白必看~

1、视频清晰度、原相机， 电脑上传更高清，并可以选择分类

2、画幅，横屏/竖屏

3、开头 开头决定一个视频的 70%，第一眼吸引别人的眼球， 举例：做菜的视频

4、结尾 结尾可以带上让用户做一些动作指令，如：喜欢的给个小心心哦

5 、BGM 非常重要。收集热门 bgm 的方法

6、字幕 位置、颜色、字体、大小。字幕是敏感内容重灾区， 防止敏感内容，拼音代替

7、时间 叙述完整的前提下，越短越好

8、亮点 参考美、笑、泪、奇、学， 你视频的亮点在哪？

**43.** 口播类视频怎么拍

重磅整理： 口播类短视频，怎么拍才能火？小白必学~

口头短视频是一种流行的短视频题材，易于拍摄。如果你想做一个自媒体人，又没有唱歌跳 舞的天赋， 那么建议你通过口头播放短视频来练练手。

接下来是两个最重要的问题:

1.口语广播的短视频有哪些类型？

2.播放短视频需要注意什么？

三类口播短视频

既然要拍口播短视频，首先要搞清楚口播短视频是哪些类型，需要哪些条件，哪一种适合你。 1.面试类别。

也可以叫问答，就是一个人提问，一个人回答。采访短视频的好处是模仿用户最熟悉的场景。 我们以前看这种类型的新闻和纪录片，用户潜意识里很好奇。而且对于博主来说，互动性增 强了， 有对象的时候表达会更自然。此外，还有两种形式的面试:①是固定镜头采访，由博 主直接发表意见。 ②真实的户外场景，博主可以来回走动，比较自然。还有，会看到一个 采访视频， 倾向于分享干货，而不是个人经历。

2.演讲课。

首先，直接安排一个会议演讲的场景，或者从你参与的线下会议中摘录精彩的分享摘录。如 果是自己安排的，最好舞台下有自己的观众， 或者看后期的模拟。这种会议分享不仅能让用 户觉得你很专业，还能激起他们看的欲望，害怕错过什么。第二， 教学场景是以讲座和科普 的形式进行的讲座。你可以直接设置一个讲台，或者坐在有电脑和电视机的办公室里，或者 设置一个手写的背景，然后和大家认真分享。这种口头播报的形式会让人觉得你挺专业的， 会增加一些可信度。

3.自拍。

口头播放的第三种自拍短视频应该是你们当中最常见的。一些旅游吃播的博主都喜欢用这类 视频。这种从“我”的角度拍摄的方法，可以让用户在故意摆姿势时，感觉很自然，没有距离 感。

这里也分享两种类型的自拍:一是个人手持相机或手持辅助器具，拍摄时不用担心是否一直 在相机里。偶尔有些镜头会晃动，所以出现一半身材也没关系。有时候，你必须向用户展示 周围的环境。第二，不需要握着手，把手机放好，用直播和视频聊天的方式表达自己的意见， 不用担心自己的大脸。有时候你不得不故意用手敲屏幕， 靠近镜头。

只有性能越真实，用户对你的抵触就越少，记得拍短视频，要么让用户觉得你专业，要么让 用户觉得你平易近人，而不是装出来，看似漫不经心， 其实是对很多人的一种考验，要有良 好的摄像意识， 要连贯地分享自己的观点和知识， 要敢于出丑。

短视频拍摄四大核心

1.主题选择。

一个视频看不看，要看是否开胃。核心要看选的题目好不好。有时候文案可能差一点， 但选 题至少影响短视频的开题率。

第一， 优先关注行业热点，因为用户总是更关注热点而不是经典。

二是突出爆点。你可以把别人已经炒过的视频再拍一遍，有机会遇到火，但可以根据自己的 想法表达出来。

第三， 经典内容再解读， 越经典，一年就会有人听几次， 每次都会有新的感觉。

关于选题，建议大家看看热门的短视频列表， 政府近期优先扶持的内容，以及其他平台上的 热门话题。

2.内容。

选题是方向，影响视频的打开率。内容就是质量， 影响视频播放量。有的人选了好题目，但 内容文案写得不好， 拍得不好， 导致播放量极低。至于什么是好的内容，有三个方向， 可以 作为参考:

①你的真心话，如果接地气， 内容越地道，爆炸的几率就越大， 因为能激起一些人的共情。

②是容易引起情感上的认同，比如你对社会上某一种现象的不公正的批判，你对祖国的热 爱，你对人际关系的分析。

③过去的成功或失败经历，和大家坦诚交流， 因为有时候这些东西是用钱买不到的。

④不要说你想说别人。很多内容其实都是帮你的粉丝表达出来的。帮他表达他不能表达的， 帮他表达他想表达但表达不好的。

用户在网上消费内容时， 不仅想看到得不到的东西，还想找到另一个自己。所以这也是粉丝 关注和佩服你的底层逻辑。

3.演绎。

短视频拍摄，七分内容， 三分演绎。也是经典语录，经典案例。为什么你读的时候没人听？

因为， 你不知道怎么解读，你只是在看稿子。在表达内容的过程中，你要表达用户内心的情 绪， 比如愤怒、喜悦、悲伤、惊讶等等。该深沉的时候就深沉，该快乐的时候就快乐。替代 感是判断一个内容解读的标准， 用户应该参与其中。

4.五秒钟的黄金。以短视频幻灯片屏幕的形式， 给予用户观看内容的权利。每个人都在吸引

用户的注意力和时间。因此，前五秒的视频决定了内容的最终播放量。

如何在五秒内激发用户的浏览兴趣？

一、预测方法:今天跟大家分享三种零成本赚钱的方法，第三种是最重要的。这样开口的目 的就是为了吸引大家看下面的内容。

二、留人方法:不要走，不要走！ 等一下，等一下！有时候博主会从镜头前跑开，有时候还 会用手敲镜头， 会让一些观众产生互动的感觉。

三:把视频中最冲突、最让人惊讶、最神奇、最夸张的场景放在最前面，比如和别人吵架、 突然摔倒、流口水的食物等。这种方法可以引起用户的好奇心。这样的方法有很多，每一种 都不能生搬硬套，要结合自己的风格和拍摄内容来选择最适合的一种， 回头村长会抽时间和 大家分享。

只有尝试， 才能知道自己擅长什么， 哪里有问题， 粉丝喜欢什么。所以与其看别人拍短视频 赚钱， 不如自己拍！

**44.** 抖音爆款内容模板

干货满满~抖音爆款短视频内容模版！ 学了就会！

1、新手入门：模仿法。系统模仿：找到对标的账号、IP，抖音内外均可， 分析其经典桥段、 套路。

2、场景扩展法➞代入法➞翻转法➞嵌套法(通过一个嵌入点，把第二个故事脚本嵌入第一 个脚本) ➞动作刺激法(刺激用户看完(甚至重看)点赞、评论、分享、关注)。

3、四维还原法： 内容还原、评论还原、身份还原、策划逻辑还原。

**45.** 抖音必须要懂得 **6** 种用户心理学

重磅： 做抖音还要懂得心理学？ 6 点教会你牢牢抓住用户心理~

内容营销总图谱 1、好的内容营销：有情感、有趣味、有用、有品➞激发用户传播➞正口碑➞用户转化。

2、差的内容营销：无情感、无趣味、无用、无品➞用户厌恶➞负口碑➞用户流失。 优质短视频剧本与受众心理满足点：

信息(有用的技巧， 有价值的知识， 有用的资讯。)

观点(科学真知，人生哲理，观点评论， 生活感悟)

共鸣(审美共鸣，观念共鸣，经历共鸣， 价值共鸣)

冲突(剧情反转冲突，常识认知冲突，角色身份冲突，价值观念冲突)

幻想(别人家的，生活憧憬，爱情幻想， 各种移情)

感官(听觉刺激，视觉刺激)

**46.** 抖音运营如何做好自媒体

干货整理： 抖音运营之如何做好自媒体！ 新手必看~

一、视频制作流程(选题、素材、文案、配音、剪辑；实拍:选题、文案、脚本、拍摄、剪 辑)

二、视频制作结构(选题:网感、传播学、运营逻辑、行业了解； 素材:视频素材、 BGM、表 情包、搞笑鬼畜素材； 文案:信息收集、理清故事、文案开头、文案架构结尾、信息增量、 深挖解读、删减优化；配音:自己配、专业配、 AI 配；视频剪辑)

三、做 IP 还是做流量(跟着平台政策走， 什么火做什么)

四、自我认知(喜欢什么，擅长什么，专业技能， 自身条件； 根据自身条件定位所做领域)

**47.** 人设打造必备 **5** 元素

重磅整理： 抖音真人出境类人设打造必备 5 个元素，小白必看~

①外表：最为直观。人都是视觉动物，穿着打扮、高矮胖瘦、身体特征等等，这些一眼就 能让人对这个账号的人设有个初步的认识。 如【我是田姥姥】略胖的身体， 慈祥的眯眯眼， 罗文姬同款卷发， 一件绿格纹马甲， 里面搭 着一件大红色的针织衫。一个亲切的老太太形象马上就立起来了。

②语言习惯： 会让人听到某句话或者某个声音就会联想到这个人。如【韩美娟】 “百因必有 果，你的报应就是我”，这话一出，基本看过韩美娟的人脑子里都会出现他浮夸的形象。

③动作： 能够加深观众对人设的了解，主要是偏日常的一些习惯动作， 如推眼镜、摸下巴、 缩脖子等， 当然，如果设定是比较夸张的人设，奇葩动作也可以有，效果更好。 如【我是好平静】缓慢侧身弯腰竖起大拇指的动作。早些时间这个动作还在抖音掀起了一阵 模仿热潮。

④表情： 是增加记忆点的利器。如【张若宇】张母的白眼和姥姥看破红尘目空一切的表情。 两位长辈的表情传达出来的意味胜似表情包。

⑤性格反应：是设计人设的关键，也人物性格的外在表现，可以通过反应和观众对人物的 既定性格做出反差的戏剧效果。

如看起来柔弱的女生看到蟑螂会尖叫躲闪，那如果女生尖叫了一下发现没人理会， 然后一巴 掌拍向蟑螂呢。这就很有戏了， 一个内心女汉子， 外表软妹子的形象就出来了。

**48.** 抖音变现仅需 **6** 点思路

干货整理： 抖音变现仅需要 6 点思路！ 赶快学习~ 1、创新思维，复制粘贴只会让你思想停步， 只有不断创新思维和想法，才能有所进步，收 获更多东西。

2、内容质量，内容为王， 内容优质用户才喜欢。 3、专注领域，确定好领域，在领域上专注研究，在领域上突破，从而获得更多的发展。 4、广泛学习，在专注领域的前提下，广泛学习各方面知识内容，充实见解， 学的内容越多， 进步也就越快。 5 、标新立异，让你创作的内容更具个人特色，李佳琦直播为什么会火？而且现在也很火， 因为他有自己的特色和精髓，这种特色已经让人映象深刻。别人模仿不来的。 6、坚持创作，这点尤为重要，如果你的作品突然停更，那关注你的人会认为你没有带来内 容和价值， 从而直接取关，做任何事情， 都不能停止前进脚步。

**49.** 抖音账号转型攻略

干货整理： 抖音账号转型攻略！ 2 种转型情况~

变换作品内容有以下两种情况。

①同领域变更，只变更了作品的呈现形式，没有变更创作领域，比如原来用的是手绘动画 的形式来分享抖音干货，现在想用口播的形式来给大家分享抖音干货，原来我在室内拍对口 型，现在我想去室外拍对口型， 这种变更非常简单，只要去做就可以了。

②跨领域变更，比如原来做的是干货分享，现在想做对口型唱歌，这种转型表面上转的是 作品内容，但实际改的是标签和粉丝，系统会把我发的对口型，唱歌的作品依旧按照教育的 标签去做兴趣推送， 只要标签不改过来，播放量就会越来越低，直至被判定为劣质账号就再 也翻不了身了，很多老号转型把账号转废掉， 就是因为只变更的内容， 忽略了标签和粉丝两

个问题。

**50.** 抖音逻辑

干货分享： 学会这几招就能搞明白抖音逻辑！ 赶紧学习~

抖音爆不爆 80%靠内容，20%靠运营， 虽然运营占的比重没那么高，但是也至关重要，要先 搞明白抖音的推荐逻辑：

**51.** 抖音规则解读

规则解读 ：抖音这种雷绝对不能踩！ 必看规则~ 1) 违规积分累计 平台对违规行为进行积分管理，分为严重违规积分(B 类积分)和一般违规积分(A 类积分)。 严重违规，指违反法律法规或对用户/平台产生较严重恶劣影响的行为。针对严重违规行为， 累计严重违规积分(B 类积分) 。 一般违规，指除严重违规以外的违规行为。针对一般违规行为，累计一般违规积分(A 类积 分)。 2) 违规积分节点处理 当积分达到节点时， 平台将对商家进行节点处理 一般违规(A 类) ，违规积分每累计 12 分，将对商家进行节点处理:扣除保证金和停业整顿。 严重违规(B 类)， 违规积分每累计 4 分、 8 分， 将对商家进行节点处理， 累计满 12 分进 行清退。

注：在被处理期间又须执行其他违规处理的， 按照最严的处理措施进行处理。

**52.** 抖音运营互动率

干货整理： 短视频做好这 4 点，互动率直线上升！ 1、在视频描述里，引导用户完成点赞、评论、转发或看完视频的动作。很多短视频会在视 频描述和视频开头、结尾写到“一定要看到最后”，就是为了提升完播率。

2、在视频描述里，设置一些互动问题，引导用户留言评论，提升评论量。

3、通过回复用户评论， 提炼视频核心观点， 引导更多用户参与到话题讨论中来，进一步提 升评论量。

4、提前准备神评论，视频发出后，让好友写在评论区，引导用户围绕这个话题展开更多互 动。

**53.** 抖音运营基础技巧

抖音运营这些技巧你知道吗？离网红就差这一步！

抖音是 7 分内容， 3 分技巧。虽然更加注重的是内容， 但技巧同样是十分的重要， 很多人不 是因为作品内容不好，可能就是差一点运营技巧。

1. 蹭热门话题：包括平台热门和社会热点;参与抖音平台热门话题，有助于上热门;社会热点。

2. 热门音乐： 节奏搭配协调;抖音音乐：抖音最火的音乐。

3. 吸人眼球：前 3 秒决定你的视频能不能勾起别人好奇心，9 秒能不能让别人有继续看下去 的欲望，后面 14 秒决定别人要不要点赞评论转发。

4. 互动引导：发布视频时候配文字，精简又有互动性， 可以多用反问。评论区多回复、参 与粉丝评论互动、带节奏，引导粉丝多点赞、转发等，提高视频权重参数。

5. DOU+：抖音平台的付费推荐功能。目前个人用户和企业蓝 V 都可以使用。

**54.** 抖音运营基础

短视频运营：如何做内容定位、人设、差异化等问题！

人设五问： 你是谁？ 你有什么优势、你的粉丝是谁、你提供的价值、为什么关注你。

6 大差异化记忆点外形差异化： 动作、语音、场景、身份、道具。

内容定位 5 问：有用/利他吗？争议点在哪？趣味点在哪儿？能产生共鸣吗？槽点儿在哪 儿？

**55.** 抖音运营要注意的 **4** 点

短视频运营需要注意的 4 大点！ 看完就会~ 1、开门见山，迅速进入主题。因为大家的时间都是有限的，在很短的时间内如果不能讲清 楚主题，可能很多人会一划而过，不会继续观看了。

2、根据受众调整视频风格。受众不同， 视频风格有所不同。如果你的视频受众是 00 后，那 在风格上就要贴合 00 后群体的喜好。

3 、视频声音画面要清晰，这样让人在审美上不疲劳，从而喜欢你的视频。视频被压缩了， 非常模糊， 上传高清视频才让人体验感更好。

4、简化内容， 做到精简提炼，复杂的内容简单化，让人一次就能记住你要讲的重点是什么。

**56.** 抖音必学的数据分析

重磅： 抖音运营一定要学会分析数据！小白必看~

抖音的数据是分为显性数据和隐性数据的显性数据。点赞、评论、转发这三项就是抖音上的 显性数据，点赞是不是都是熟人？ 评论区是不是无效的评论？转发数据是不是几乎为零？ 在 这种情况下，你的播放量就会卡在一个几百。

隐性数据： 完播率， 复播率， 转粉率， 主页点击量，账号搜索量， 作品搜索量， 隐性数据所

代表的是用户的停留，停留，新增、停留、主动， 用户的主动行为和用户的停留时长。 显性数据代表是作品能否破播放号、隐性数据代表是作品能否上热门！

**57.** 抖音系统化运营

重磅整理： 抖音运营系统化流程！6 步教会你！

选题： 明确内容定位，了解用户需求，模仿学习同行

方法： 热点、时间节点、行业资讯、竞争对手、问答平台、建选题库

原则： 跟着用户的痛点走

内容撰写： 搜索资料-标题-提纲-初稿-终稿-拍摄(2 天 1 篇原创文章) ：可以加入关键词、 加入数字、多用问句、简单明了、列大纲避免写作偏离主题、专注写作、多用短句、多分段 落 2-3 行为主、多举例子

渠道引流：了解渠道用户、分析流量来源、认知渠道机制(排名机制-近期获赞)、撰写转 化文案(引流， 提供福利)

数据分析： 找出关键数据(用户浏览量、点赞量) 、分析变化原因、总结优化方法

**58.** 视频变清晰

干货： 学会这个技巧，让你的视频变得清晰有质感！

方法 1：两台设备， 同时连一个 WiFi 同时打开 Snapdrop 这个网页拖动你想要传的视频进入 就可以传输了.

方法 2 ：进行隔空投送。

方法 3：通过 QQ 发送， 我们也可用数据线链接电脑进行传输。安卓手机目前只能发布.mp4 格式的抖音视频，而苹果手机可以发布.mov 格式的抖音视频。 注意， 抖音视频不要使用微信发送到手机上， 否则抖音视频会被压缩， 变得很模糊。

**59.** 什么品牌适合玩抖音

吐血整理！ 什么样的品牌适合玩抖音？

1、高频、场景化的产品

高频指的是人们生活中处处可见，经常需要的产品。场景化指的是， 产品或者服务是能够把 大家带入到他熟悉的场景中， 并且引发他强烈的感触。举个例子， 餐饮和旅游行业，他们就 有天然的曝光优势，线下的场景更容易制作内容，像「答案茶」， 「海底捞抖音吃法」、「山 西摔碗酒」等， 粉丝特别被这样的内容所吸引。

2、自带科普属性的产品

简单来讲就是你的内容能够让用户学习到东西。也就是产品既内容，其实大多数产品背后都 有大量的知识和技巧，我们要从消费者的需求出发，告诉对方一些不知道的，以此来切中用 户的认知盲区。只有从内容层面让用户信服， 才能树立你的专业形象， 而卖货也就是顺带的 事。比如，化妆品类的产品，你就可以跟粉丝分享如何护肤小常识和挑选合适自己的产品， 用户觉得你讲的对， 他自然而然也就愿意花钱购买你的产品。

3、具有创意和新奇的产品

针对产品的卖点，要刻意放大产品的价值，有创意和新奇的内容在抖音上的传播力是相当惊 人的。比如有一家玩具老板， 每天就让自己的员工挑一些好玩的玩具在抖音上展示。因为有 些玩具是用户没见过的， 当视频内容将玩具的新意和有趣展现出来的时候， 自然而然能获取 一大波客户。

4、品牌领导人自身优势

如果自家的产品找不到可以曝光和展示的点，那就从自己入手。通过展示个人形象塑造以此 让粉丝认知企业、认知产品， 在这里可以通过分享生活、工作动态、个人金句等形式来打造 自身的人格魅力。你将这种影响力复制到抖音上，让粉丝喜欢上你的同时也喜认可你推的产 品。比如抖音之前有一个「正善牛肉哥」， 他就是通过教如何识别好牛排到如何煎牛排、吃 牛排的角度来吸引粉丝，再到分享自己日常生活和价值观，他这样做的目的也正是在塑造自 己的人格魅力。

5、拥有企业文化的品牌

在产品上实在找不到任何展示的优势，作为企业领导人也不想真人出境。如果你们公司的氛 围比较好，有自己的企业文化。就可以把公司里真实发生的事拍成系列的段子， 来展示公司 的企业文化和员工之间的相爱相杀。之前在抖音上刷到一个做茶的连锁店，就是走的情感路 线，吸引了十几万粉。现在通过抖音招商，每天都有不少代理上门咨询。

品牌在运营方向上一定要慎重考虑， 既要考虑内容的受欢迎程度，也要考虑后续生产内容的 可持续性， 而且尽可能保证内容风格统一，让粉丝对品牌形成统一的印象。

**60.** 账号简介怎么写

干货！ 抖音账号简介怎么写? (内附万能公式)

万能公式：

我是谁/产品是啥/为什么值得你相信/视频&直播更新时间

简介可以根据账号的定位来写，不用太长， 但一定说清楚：我是谁？产品是啥？为什么值得 你相信？可以加上视频更新时间或者直播时间。

需要注意的是， 刚注册的新号简介内不要放联系方式， 以及某信、某商、某 Q 等敏感词汇， 平台一旦识别可能会降低账号权重。

**61.** 抖音同步到今日头条

抖音视频怎么同步到今日头条？ 原来如此！

1、在「设置-帐号与安全-第三方绑定』处绑定头条帐号并开启「今日头条西瓜视频」开关。

2、发布视频时， 点击发布界面左下方的「今日头条/西瓜视频」字样，字体变为黄色。

3、若已开启仍未同步，请将设置内的「今日头条/西瓜视频」的开关重复开启尝试即可。

**62.** 火山号如何登录抖音

实操干货！ 互通授权后， 火山号如何登录抖音？

使用登陆火山帐号相同的登录方式登录抖音，如果登录的并不是你的火山授权帐号，可以在 抖音选择【设置】- 【帐号与安全】- 【帐号管理】中切换到你火山的授权帐号。

**63.** 抖音如何和火山版授权

小白必看！ 抖音如何和抖音火山版授权互通？

请先将抖音和抖音火山版升级至最新版本。

1、如果是想把抖音的视频内容互通到抖音火山版， 可以打开抖音火山版，选择「抖音」的 登陆方式登陆， 授权互通即可。

2、如果是想把抖音火山版的视频内容互通到抖音， 可以打开抖音，选择「抖音火山版」的 登陆方式登陆， 授权互通即可。

PS：抖火互通仅是将视频内容互通，授权互通后，会在另一个被授权端对应生成一个新帐号， 和被授权端的原有帐号相互独立。

**64.** 如何加人抖音内测

抖音内测是什么？如何加入抖音内测版？

抖音内测是什么：

抖音内测是抖音官方产品测试项目，会持续招募优质用户体验最新的产品功能，优化内测版 本出现的 bug 或体验问题，提升抖音产品质量。

如何加入：

1、打开抖音 APP，进入之后点击右下角的“我”。

2、进入个人主页之后，点击右上角的“三条横线”按钮。

3、然后选择右侧滑出菜单栏中的“设置”。

4、进入抖音的系统设置之后，选择其中的“帮助与反馈”。

5、进入抖音的帮助与反馈之后， 选择其中的“我想加入抖音内测”。

6 、进入加入抖音内测的页面之后， 点击报名即可

十七：星图问题

**1.** 达人怎么开通星图？

抖音的星图是什么？ 达人怎么开通星图？

星图平台是抖音的官方推广任务接单平台。星图平台与微博微任务以及快手快接单功能类似， 主打功能都是为品牌主、MCN 公司和明星/达人提供广告任务撮合服务并从中收取分成或附 加费用。星图平台可实现订单接收、签约达人管理、项目汇总、数据查看等功能， 实现内容

交易过程中多重交易角色的连接与沟通。

达人开通星图门槛：

1) 抖音达人入驻，最少粉丝要在 10 万以上；

2) 西瓜和火山端达人想要入驻到星图接单，必须粉丝在 5 万以上；

3) 达人可以通过和 MCN 签约入驻， 称之为 MCN 签约达人

**2.** 入驻流程

干货满满！ 抖音星图入驻流程， 看完你就明白了！

1、电脑端登录 star.toutiao.com

2、选择达人或创作者身份

3、用抖音扫描二维码登录

4、点击“抖音直播/短视频投稿任务”申请开通即可

**3.** 入驻门槛

实操干货！ 抖音星图入驻门槛是什么？

1、抖音粉丝数大于 1w

2、抖音粉丝数大于 1000，且开通直播购物车

PS：

满足以上任一条件即可入驻

十八：同城号

**1.** 如何做抖音同城号

干货： 如何做抖音同城号？6 个方法教会你！小白必看~

一、主页设计抖音名可以用名字加地区， 如果你有店铺， 别忘了添加自己的店铺位置

二、抖音-我的一隐私设置这里把同城展示开关打开

三、发布作品时找到抖音热榜下拉到底点击查看完整榜单，打开同城热榜找到与你视频内容 关联性强的热点，点投稿去发布作品

四、标题， 这里添加城市名添加位置，这里添加你的位置，或者你所在地区知名繁华地区位 置，

五、同城圈子加入同城圈子或者创建自己的同城圈

六、建立你自己的同城粉丝群， 鼓励你的粉丝啦， 同城入群

**2.** 同城号的秘密

抖音同城号的那些秘密你知道多少？ 赶紧看下！！

首先明确一点的是， 同城号有很多定义，但是基本都是来自民间的她是不需要单独开通的， 它不是一种功能，是一种同城的流量玩法

要有定位， 内容，定位， 以及后期的盈利模式定位

根据自己在同城线下的资源， 技术， 能力， 以及爱好去选定一个赛道，一直深耕这个项目持 续的输出内容。坚持持续输出优质是内容才是王道，用优质是内容去换取流量，从而变现， 千万别搞反了。

怎么做，取决于个人熟悉、爱好哪个行业？有持续输出内容的能力，这个才是应该去思考的 问题。

因为同城号的核心就是流量，通过持续生产优质的内容去换取平台更多的流量分配，从而进 行商业变现。

不管是个人还是商家，不能直接发硬广，抖音是一个内容平台， 有了好的内容才能有流量， 任何用户都不喜欢看广告，包括你自己。

**3.** 同城探店号 **3** 个月时间赚一个亿！

抖音探店号 3 个月时间赚 1 个亿？ ！赶紧学起来

探店号赚钱吗？ 当然赚钱！！例如： 这个“小贝饿了”账号单条，视频报价 38 万，而且已经 接了 155 条广告， 不到三个月的时间，直播间的销售额达到了一个亿， 你说他赚不赚钱那怎 么做呢？所有的账号都是可以复制的，但是需要你找对方法，这个账号学习三点的清晰的定 位，

①什么东西他都能三口吃完，用自己的真实的去吸引用户，而且他不是单纯的去推荐美食， 而是带你一起去为体验， 满足了用户的好奇心，

②超级记忆力在视频当中频繁出现一个东西，或者说是一个动作，让用户对你印象深刻， 这个账号每条视频都有固定的开场白和结束语，而且算的出现频率非常之高，让粉丝习惯并 且有记忆

③他的视频都会带上话题，抖音心动餐厅抖音美食创作人一起吃饭吧，这些可都是平台的 扶持计划， 会给你流量的学会了去优化细节， 制作精良， 你比他还赚钱。

**4.** 同城号怎么运营？

揭秘： 变现最快的同城号到底怎么运营？ 看完就会~

很多人都知道同城号具备了变现容易，变现快的两大特点，同城号分为企业号和个人号两种， 如果你想做的是个人号， 在抖音的搜索页直接输入北京、杭州、上海等这些同城号发展比较 好的大的城市名，再点击用户可以看到很多这些城市比较成功的同城号，找到五到十个与你 想做同城号类型相关的适合你地区发展的对标账号，分析他们的变现方式、内容结构、拍摄 方法等，分析完成以后就可以去模仿或者翻拍他们的作品，搭建我们的主页，五件套。行业 名加自己的名字，或者直接用企业名简介，发作品前一定要想着打开定位开关， 添加地理位 置，标题里也要带上地理位置， 最后发布作品的时候要选择同城流量优先推送。

**5.** 什么是同城号

抖音同城号是什么？ 同城流量怎么蹭？

同城号是什么？

抖音同城号是基于生活分类服务所衍生出来的一种账号类型。

利用抖音的智能推荐算法，把视频内带有同城的内容推荐给带有同城标签的用户。

同城流量怎么蹭？

抖音目前对同城内容有一定流量扶持。只要在发布作品时勾选上同城，这样作品的曝光量明 显会比之前好。

**6.** 如何开通同城号

抖音“同城号”如何开通？

很多人都在说同城号是 2021 年的风口机会，但找了半天也没有找到哪里有开通按钮。

其实同城号只是账号的一个方向，不需要专门去开通；它和普通账号最大的区别是：发 布的作品会和本地同城系统相关，会把流量分配给同城的人；同城号是抖音专门为“本地” 的商家和个人服务的。比如同城的房产账号、相亲账号、探店号等等；

网上有流传在部分版本的抖音中，“发布作品”页面右下角的“发布设置”中， 有相关选项 (如下图所示) ，但小编周围实在是没找到这样的版本。

所以建议大家尽量打上位置，应该就能蹭到同城流量哦！

十九：全民任务

**1.** 什么是全民任务

小白必看！ 抖音全民任务到底是什么？

大家都可以参加的任务， 对粉丝量和播放量都没有具体的要求。

在抖音全民任务下可以选择想要的奖励类型， 比如现金、流量、礼品或 DOU+等等， 然后确 定任务主题按照任务要求完成视频拍摄， 当视频审核通过后即有机会获得相应的平台奖励。

**2.** 如何参与

抖音全民任务该如何参与？(实操干货)

1、将抖音升级至最新版本

2、打开抖音，点击我的界面，点击右上角三条杠， 打开创作者服务中心

3、点击“全民任务”，挑选适合自己的任务，点击“去参与”即可

**3.** 收益如何结算

小白速看！ 抖音全民任务的收益怎么算？

参与全民任务能赚多少收益，平台是根据视频质量、播放量和互动量等三方面来综合计算的， 没有一个确定的收益标准。

比如： “2020 你的能量超乎你想像”主题下当前最高收益是 2430.31 元， 最高收益下的视频点 赞量为 13.2w、评论数为 6078、转发量为 556，那么一万点赞预计有 187 元的收益。

而“抖音营销知识”主题下当前最高收益是 3371.21 元， 最高收益下的视频点赞量为 1935、评 论数为 101、转发量为 106，这相当于一千点赞量预计有 1685.5 元的收益。

二十：巨量千川

**1.** 小店随心推和千川

小店随心推和千川应该用哪个？ 看完就明白~

作为千川的移动版， 整体来说， 小店随心推适合账号前期使用，启动快流量平滑稳定； 千川 适合后期使用， 随着账号标签垂直度增加，转化成本会越来越低。

至于两个付费推广渠道的区别方面：两者都是巨量的流量，流量来源没有区别； 投放引擎的 不同:千川具备探索性和配合，小店随心推稳定平滑但是精准度不够；大促期间，如果转化 数据稳定， 可以用随心推。

在这里，还需要再次强调付费推广的问题：付费推广花的是钱，节省的是时间， 付费推广可 以加速直播间的良性发展或者更快的让你意识到自己不适合抖音平台。抖音直播不是淘宝运 营，在这方面不是核心。

**2.** 抖店投不了千川怎么办？

抖店口碑分下降，投不了千川怎么办？

最好的解决办法就是通过投 feedlive。通过投 feedlive，能获得大量的曝光及提升直播间人气， 从而就能提升直播间数据和口碑分。

还有另外一种办法那就是 S 单， 也能提高口碑分。但是对于体量大的账号来说成本太高， 所 以就不太建议， 除非你本身有这样的预算。

**3.** 千川的基本操作

揭秘： 千川的基本操作及 3 种版本！看完就会~

1、小店随心推

小店随心推可以理解为移动版的千川，也可以理解为 dou+的电商版，可以给所有挂载了抖 音小店商品的短视频和直播间加热引流使用， 可以选择给直播间带人气(引来新流量) ，提 升互动评论，促进商品点击率和成交转化等目标。

抖音-我的-创作者服务中心-小店随心推

随心推虽属千川体系下的推广方式，不同于千川极速版和专业版，它可以直接在手机端就可 以实现，它相对于千川极速版和专业版一个主要特点是“轻量化” ，100 元就可起投， 而且随 时随地，对投放经验要求不高， 适用于新手。

2 、PC 端极速推广

极速版本就是千川的简单版本，没有复杂的定向体系，人工操作空间比较小，系统智能投放， 也可以自定义人群，但没有专业版复杂，适合新手商家前期为账号打标签或者少量投放时使 用。

3 、PC 端专业版

千川专业版拥有完善的定向体系，投手们可以根据自己的产品类别和属性，来选择与之匹配 的人群，无论是通过短视频还是直播间带货， 专业版均侧重直播间成交量， 投手应该考虑的 是为直播间筛选精准流量的同时，在直播间标签已经形成和投放模型成熟的情况下，放大流 量，直播间只需话术憋单、福袋、福利款等方式留住人群并促成利润款的成交即可。

**4.** 巨量千川是什么

揭秘： 巨量千川是什么？ 有什么作用？看完就明白~

什么是巨量千川？

巨量千川就是字节跳动的一体化电商广告平台，它整合了 DOU+、鲁班、电商广告等多种电 商广告能力，专注于抖音电商广告推广；同时与抖音小店做深入打通， 并更加贴合内容电商 的场景，打造新的一体化广告电商平台，目标是帮助客户在这个平台上完成所的营销建设； 这个全新的电商广告品牌— 巨量千川， 取意“千川江海阔， 风好正扬帆”。

简单一点来说， 巨量千川=DOU++鲁班+直播带货+短视频带货+各种电商广告环节。 另外一点要注意的是，使用巨量千川的前提是你得有抖音小店，这是一切的基础。

目前巨量千川分为三个版本， 小店随心推、PC 端极速推广、PC 端专业推广。三个版本共用 一个广告账户， 花钱也是用的同一个资金池。

**5.** 什么是巨量千川

抖音新出的巨量千川是什么？

巨量干川是巨量引擎旗下的电商广告平台，为商家和创作者们提供抖音电商一体化营销解决 方案。

巨量千川平台致力于成为领先的电商智能营销平台，构建繁荣共贏的电商营销生态，让电商 营销更省心高效，成就生意可持续增长。

二十一：账号标签

**1.** 抖音定位贴标签

小白必看！ 两招教会你， 抖音新号快速贴标签！

一、首先电脑登录创作者服务平台首页修改创作者身份选择与你账号定位相符的身份名称。 左侧的重点关注，可以关注 10 个重点关注与你相符的账号。

在与我相关，还可以再增加三个账号的关键词，系统会自动给你加上初级的标签，查看自己 标签的准确性。当然，这都是一个新账号的初步的定位，然后还需在自身垂直内容有更多优 质视频的产出账号标签才能深远持久哦！

二、可以在抖+上热门的定向投放中选择达人相似， 粉丝投放，根据账号的类型搜索对标的 账号， 每次最多可以选择 20 个达人，系统就会将视频推荐给他们的粉丝，精准圈粉还能快

速给你的账号贴上标签， 提升账号的垂直度！

**2.** 什么是标签

揭秘！ 抖音标签到底是什么？有什么用？

标签是指你的账号所属的类别， 例如：生活、搞笑、美食、美妆、健身、减肥等。抖音标签 的最大作用是帮助系统描述和分类内容， 便于检索和分发给具有相同标签的用户。

**3.** 如何打标签

如何快速给抖音账号打上标签？ (重磅干货)

内容标签：

1、垂直内容打标签

同一账号发布同类目作品，如美食账号， 持续产出美食类作品即可。

2、爆款内容打标签

在持续产出垂直内容的基础上， 打造爆款内容，可以更快给账号打上标签。 3 、DOU+打标签

投放 DOU+ ，选择同类目相似达人即可。

4、创作者中心设置标签

用电脑登录抖音创作者中心，选择对应标签即可。

兴趣标签：

经常刷同领域视频， 并进行相应互动(如：点赞、评论、转发)即可。

**4.** 标签人设

持续吸引目标粉丝秘籍： 打标签、定人设！

打标签、定人设的作用是识别,让用户识别你、认出你， 从而使抖音账号抢占用户心智，增 强粉丝黏性，留住粉丝。

除此之外， 抖音账号打标签、定人设的重要目的还包括：

1、被系统记住

系统知道账号会持续输出何种内容后,就会把你的视频内容推送给对此类视频感兴趣的用户。 2、被用户记住

持续定向输出用户需要的内容， 才能被用户记住。留住用户。

**5.** 兴趣标签

小白必看： 什么是用户兴趣标签？

用户兴趣标签指：你对哪些类型的内容感兴趣。 一个用户注册新账号，系统会自动分发 20 个视频。 通过用户在这 20 个视频的停留时间、播放次数、点赞、留言、关注等信息， 系统就能很快 判断出用户属性，定义用户兴趣标签。

二十二：拍摄技巧

**1.** 视频拍摄 **7** 个错误

抖音视频拍摄 7 个错误！快来看看你踩了几个坑？

你拍的照片或视频之所以“不好看”、“不动人”，极可能是因为你犯了以下七大错误：

1、不懂手机基本参数设置; 2、没有对焦; 3、不懂光; 4、不懂构图; 5、背景太脏; 6、距离太 远; 7、没有创意。

**2.** 抖音短视频拍摄技巧

干货整理： 抖音短视频拍摄技巧！小白必看攻略~ 很多人的视频内容方面制作很好，但是视频非常模糊， 影响用户体验，从而导致整个视频的 完播率不是很高，所以在拍摄视频的时候也需要一些小技巧

视频画幅尺寸比例 16 ：9 录制运动类视频时，建议选择较高的帧率(1080p HD 60 fps)，可以让运动物体在画面中的动 作更流畅。 录制访谈等相对静止的画面时， 选择(1080pHD 30 fps) ，既省电又省空间。

焦点， 决定了视觉重点。很多对焦点就是拍摄主体是模糊的，可能是因为不知道怎么对焦， 或者手抖造成的。手机摄像头都能实现自动对焦， 但自动对焦采用的是中心对焦或散点/全 局对焦方式，只能照顾大多数拍摄需求。如果自动对焦模式无法将焦距对准你要拍摄的主体， 就要用手指定一下焦点的位置。

要想让你的视频富有『层次感』， 就要知道怎么摆前景、中景、远景。通常，应该把拍摄主 体放在中景位置，把焦点对在中景上，让前景(亦可没有)和远景都虚掉。

**3.** 手机拍摄技巧

手机拍摄短视频技巧！2 个步骤教你拍出高质量内容！ 1、网格功能，那些给我们留下来深刻印象的照片或视频， 往往是利用来专门将观众眼球聚 焦到某一场景的特殊方法。推荐三分构图法，这一概念引述到智能手机上就是网格。如果手 机上也有这个功能， 那一定要记得在拍摄视频前先将其启用。

2、场景和角度的选择， 可以选择在同一个场景内加入或更换一些道具，这些小细节往往会 带来意想不到的效果。在拍摄视频前，先想想自己的主题，然后想想在此主题下还可以在哪 些地方拍摄。可以从远处将镜头拉近，也可以从近处将镜头拉远， 甚至可以斜着拍，来避免 视频过于单调。

**4.** 如何拍摄高清作品

如何拍摄高清作品？ 学到了！

1、高像素的拍摄设备

2、点开手机设置找到相机功能， 点开录制视频，选定 1080P ，60fps

3、拍摄前使用酒精棉擦拭摄像头

4、选择好的拍摄光线

5、从电脑端上传作品(电脑登陆抖音官方网站，登陆你的抖音号上传)

6、作品传输通道(不要用微信把短视频从手机传输到电脑，要使用QQ 进行传输)

7、使用抖音作品特效(装饰选择背景模糊，转场选择模糊变清晰)

**5.** 如何运镜

抖音拍摄中常见的运镜介绍！(小白速看)

1、平视镜头

这是最基础的镜头， 手拿机器往前推，注意平视镜头呈现出来的要客观，不要轻易改变人物 的关系。

2、微摇

也就是摇拍的一种。是一种移动拍摄手法，以摇动镜头的方式呈现被摄体的的速度感。

3、推镜头

推镜头是在拍摄物体固定不动的情况下，镜头从远景或者前景由远及近的向拍摄物推进，形 成近景或者特写模式，这种拍摄手法主要是突显细节和拍摄主体。

4、拉镜头

拉镜头则是从近到远的， 由小图到大图扩散的一种拍摄手法，摄像从近景或者特写慢慢拉出 全景或者远景， 从视觉上呈现由小至大， 由窄到宽的效果。

5、转场拍摄

转场拍摄是经常使用的一种手法，通常我们要使两个切换场景连贯，就要使用转场拍摄，转 场拍摄分为两种，无技巧转场和技巧转场。

无技巧转场：找到合理的转换因素，用镜头自然过渡到下个场景，如空镜头转场、声音转场， 两级镜头转场、遮挡镜头转场等方式。

技巧转场：技巧转场更能让用户感知到视频的段落感， 如叠化转场， 让前镜头画面跟后镜头 画面重叠呈现， 前镜头设置成暗化， 后镜头逐渐清晰。技巧转场还包括划像转场， 淡入淡出 转场等。

**6.** 带货视频

吐血整理！ 怎样拍摄带货视频？ (赶紧收藏)

1、展示产品功能

如果你的产品是原创或新颖实用的，你可以直接用颤抖来展示产品的“神功”，比如说表、声 控电器等。

如果产品功能更加传统， 就可以扩大产品功能。例如， 沙发的产品优势是很好的灵活性，你 可以拍摄一个人坐在一个直接反弹到屋顶。

然后再引流到直播间进行转化，每次直播前针对粉丝会提到的问题，写好互动话术，导入抖 音直播间人气互动神器， 引导粉丝互动评论， 激活粉丝， 设置点赞频率，营造直播间热度， 增加直播间排名，快速上热门， 获得更多的官方流量， 设置前往购买频率， 引导粉丝抢购下

单。

2、展示产品使用方法、技巧

震颤知识技能视频以其时间短、知识枯燥、讲解清晰等特点， 引起了大量的转发和收藏。

因为小视频只有 60 秒，所以内容规划必须考虑如何在如此短的时间内简单、清晰地显示产 品的使用方法、技巧，还要使用快进、蒙太奇的拍摄技巧。

3、场景植入

场景放置是指视频中适当的品牌存在，让用户记住产品。例如，一个搞笑的视频， 在表演者 的衣服上打上品牌标识，作为道具放在桌上的产品，背面的视频是一个著名的产品广告音乐， 等等。

4、口碑营销

口碑营销是让消费者分享产品体验，用好体验为我们的产品做代言，调动用户的购买欲望。 抖音的玩法和带货能力都是值得研究的，企业和品牌想要在短视频平台做好营销， 要找对方 向。

**7.** 拍摄流程

小白必看！ 必须掌握的抖音拍摄流程

想要在抖音拍出火的内容，一定要按照标准化的流程来生产。

有时随便一拍， 当时可能火了。但想要持续产出爆款，就一定要学会科学的抖音拍摄流程。 所谓的拍摄流程就是一套经过验证的拍摄套路，接下来就来给大家详细聊聊。

1、找准内容定位，要符合人设

如果在拍摄之前，一定要明确内容的拍摄方向。

内容是在你的定位和人设下进行的， 所以在拍内容之前先把定位搞清楚，这个至关重要。

2、确定选题，这个是指拍摄思路

你拍摄的主线是什么，剧情内容有没有矛盾点，是否能够在短时间内吸引人。还要兼顾到拍 摄的难度和成本控制，以及你现有的条件是否能实施。

3、完善脚本分镜

分镜头脚本就是你的镜头剧本。简单来讲就是将你想要变达的内容以文字的形式分切成一系 列可摄制的镜头。每一个画面感要怎么表现， 需要哪些道具， 你都需要写在分镜头里， 这样 在拍摄的过程中才不会乱。

4、准备拍摄工具

拍摄的工具包括：拍摄手机、支架、打光灯等，准备好服化道：服装、化妆、道具等， 充分 利用相机的自带功能运镜：速度、倒计时、慢动作等

5、试拍和调整

在拍摄过程中一定会有你觉得不合适，需要调整的地方。如果感觉不对就要进行调整，直到 最终版本确定为止。

6、后期制作视频

拍摄完成后，需要进行剪辑和制作。这里主要有四点， 一是对剧情的流畅度进行简单的剪辑 加工； 二是添加符合作品风格的背景音乐和音效的添加。三是利用特效加强视频变达效果， 比如像倒流、反复、放大、文字等。四是视频封面，选择视频里比较精彩的画面作为封面。

**8.** 防止抖动

抖音拍摄技巧： 如何防止镜头抖动？ 手抖是很多视频拍摄者的致命伤。在拍摄视频时，千万注意手不能抖， 要时刻保持正确的对 焦，这样才能拍摄出清晰的视频效果。 为了防止抖动， 可以将手机放在支架上或者使用手持稳定器。

手持稳定器分为两种：手机手持稳定器和单反手持稳定器。 手机手持稳定器已可以实现人脸识别、目标跟随自动转向、自动对焦、自动拍摄、 360 度旋 转拍摄和拍摄 360 全景影像等功能， 加上手机的强大相机功能,可以实现延时拍摄、慢门拍 摄、大光圈背景虚化拍摄、人脸识别自动补光、拍摄即完成美颜等功能，价格也不贵， 非常 适合小白用户。 单反相机手持稳定器，也叫单反三轴稳定器， 专业性极高但价格也比较高。

**9.** 镜头虚化

抖音拍摄技巧： 双摄镜头虚化

目前手机双镜头的人像虚化模式，已经可以实现浅景深虚化效果。但是很多人抠图还是会存 在瑕疵，要注意以下两个技巧：

1、保证足够的进光量，就是在光线充足的环境下拍摄

好的光线布局可以有效提高画面质量。还可以用光线进行艺术创作，比如用逆光营造出缥缈、 神秘的艺术氛围。在光线不好的地方，尤其是晚上昏暗一些的时候，用带滤镜的 APP 拍照， 画面非常模糊。此时可以开启闪光灯功能拍摄，也可以购买个专业的外置闪光灯。光线就会 比较柔和， 画面也会更加清晰柔美。

2、人物和主体要保持一定的距离

即使是相机上的光学虚化，人物和背景近了也不会有好的虚化，更不用说是手机了，所以一 定要注意距离。

**10.** 黄金比例

抖音拍摄技巧： 黄金比例分割法

拍摄的时候，构图非常重要。

不论是三分构图法， 对角线构图法， 甚至是黄金比例分割法， 无论哪种构图法， 你一定要知 道线在哪。拍照的时候可以先打开参考线，例如三等分和四等分以及黄金比例分割的参考线。 对于人像来说，一般最重要的就是人物的眼睛，因此我们可以把眼镜放在这些参考线的交点， 这样我们拍出的人像就会丰富而不呆板。

几乎所有的手机，都有构图参考线，像华为，小米，iPhone 都有。如果你找不到， 就用 VSCO 这样的软件拍摄，也会有相应的辅助参考线。

**11.** 切换场景

抖音拍摄技巧： 切换场景更炫酷

在拍视频前，应该先想想自己的主题。然后想想在此主题下可以在哪些场景拍摄。即使是同 一个场景， 也可以尝试换个背景，从远处将镜头推近， 或者从近处将镜头拉远， 甚至可以斜 着拍。可以有效避免视频画面过于单调。

也可以选择在同一个场景内加入或更换一些道具， 这些小细节往往会带来意想不到的效果。

下面介绍两种常用的场景变换方法：

1、忽远忽近的镜头感：

最简单的方法就是拿着手机放远再推近即可

2、暂停拍摄切换场景：

可以按住圆形的红色录制按钮开始录，几秒之后松手停止录制，换一个场景继续按住按钮录。

可以巧妙地利用手部或者衣物的遮挡来完成转场， 会让视频看起来更加酷炫

二十三：橱窗问题

**1.** 如何开通

抖音商品橱窗如何开通？

打开抖音→创作者服务中心→点击变现能力中的“商品分享”→点击“商品分享功能”→完

成实名认证并提交申请→完成开通

商品橱窗要求：

1、个人主页视频数(公开且审核通过)≥10 条

2、账号粉丝量(绑定第三方粉丝量不计数)≥1000

**2.** **0** 分开橱窗

重磅干货！ ！抖音 0 粉开通橱窗如何操作？

1、如果你是商家：

注册一个小店可以直接绑定抖音号开通橱窗功能

2、如果你是个人号：

走达人路线，不想等到 1000 粉，有 2 种快捷的办法，第一是找身边朋友的抖店绑定一下， 或直接某宝办个体户执照开通一个小店。

**3.** 保证金冻结

什么情况下，抖音会冻结橱窗保证金？

出现以下情形， 平台有权无限期冻结用户保证金， 保证金冻结期间不支持提现：

1、因用户行为， 引发消费者或第三方诉讼至司法机关或投诉至行政执法部门的，若用户所 提供的联系方式无效，平台不能及时与用户取得联系，或用户处置态度怠慢未及时处理继续 违规的。

2、用户短期内被投诉、举报量显著增长或数量较多，已经或可能存在引发其他消费者大量 集中维权的。

3、行政司法部门要求处理：用户本人或用户行为被新闻媒体曝光，国家市场监管部门、消

费者权益保护组织以及有关行政或司法部门通报， 相关用户处于平台查证期间的。

4、用户可能引发危及交易安全或平台帐号安全的危险交易行为的。

**4.** 保证金体现

橱窗保证金如何提现？

1、将抖音升级至最新版

2、点击“我”→“商品橱窗”→ 常用服务“作者保证金”→ 点击“提现保证金”即可

二十四：小黄车

**1.** 短视频带货怎么做？

短视频带货怎么做才能好？2 个方法教会你~

抓住兴趣电商的机会去做一个带货类短视频，对于很多刚开始做抖音的人来说，是一个非常 好的机会， 不需要多少粉丝就能实现变现，那么针对于想做带货， 短视频的人来说，给你们 两条建议：

一、不要拍成杂货店，很多人在策划带货类账号的时候，喜欢把账号定位为百货店，啥都卖， 这样的账号一出来，观众就会失去关注的欲望，所以我们千万不要把自己的账号做成了杂货 店， 而是应该针对于一个群体去做账号定位。例如，针对于宝妈群体的居家好物， 分享针对 于年轻人的潮流小礼物分享。

二、有人设的更容易火，还有很多人会把账号做成广告一样，从账号的名字上就直接取名为 好物分享， 一上来就直接对着产品拍摄发产品视频，那么这种也是很难火的，可能连 1000 粉丝都难以突破，因为这种账号给人的感觉太像是广告账号了，那你们想想会有多少人愿意 去关注广告类账号呢？所以做这类带货短视频的时候，如果想快速涨粉必须。叫做有人设的 账号才有可能账号快速度过冷启动期，带货短视频确实是一个风口，但是还是需要大家认真 去策划，才有可能脱颖而出。

**2.** 抖音小风车和小黄车的区别

抖音小风车和小黄车有什么区别，如何开通？

很多人搞不清抖音小店、小黄车、小风车有什么不同，发现不同的直播间挂的功能也不一样， 那我们就梳理下它们的关系，也希望能给你带来帮助。

要开通小风车功能有一个大前提，那就是蓝 V，必须先开通蓝 V 认证，才能开启小风车功能， 小风车是蓝 V 认证的一个附属功能。

“小风车”，其实是一张直播卡，也是一种转换组件。让抖音直播卡片进行标题. 图片配置， 开机后点组件完成风车上架。悬挂抖音小风车组件后， 直接在直播间说商品服务或价格，与 小黄车享一样的商品分享豁免。

1、抖音小风车和小黄车的区别， 有什么作用？

①电商小黄车有高昂的押金以及抽佣；

②“小风车”，专门针对本地生活提供的，没有押金和其他费用， 用于客户留资料， 门店引 流， APP 下载，卖课、咨询、团购活动、下载应用、小程序展现等功能。

无论小黄车还是小风车， 都可以挂在抖音直播间。

2、怎么在直播间挂抖音小风车？

开通小风车，业内又称之为“报白”，想要在直播间挂小风车，以餐馆推广团购为例，达人和 商家都需要报白，然后把他们的账号关联一下，达人就可以在直播间推广团购了。

当然， 报白有硬性门槛， 达人账号需要粉丝达 1000 人以上，商家账号需要是企业号并且粉 丝也要 1000 人以上。

抖音小黄车

小黄车也就是购物车，会显示在短视频、直播间里，用户点击小黄车会跳转到商品购买链接， 可以直接下单， 开通门槛也非常低。

入驻条件： 只要开通了抖音商品橱窗功能，就拥有了小黄车的权限，在 10 天内至少添加 10 件商品至商品橱窗， 否则权限会被收回。

**3.** 如何开通

抖音小黄车怎么开通？如何实名认证？

答： 想要开通抖音小黄车，只需开启抖音商品分享功能或者开通小店就可以了， 具体只需在 抖音我的页面点击右上角的三条横线图标，打开后点击创作者服务中心选项，然后点击商品 分享，打开后点击“商品分享权限”或者“开通小店”就可以了。不过需要注意的是并不是所有 用户都可以开启“商品分享权限”功能的，若用户没有进行实名认证、个人主页公开视频小于 10 个、粉丝数量低于 1000 就无法开通。

使用抖音想要进行实名认证的话，进入 app 后点击切换到我的页面，接着点击页面右上角的 三条横线图标，打开后点击设置选项，然后点击账号与安全，打开后点击实名认证就可以进 行相关操作了。

二十五：小店问题

**1.** 体验分、口碑分和信用分

抖音小店体验分、口碑分和信用分， 三者之间有什么区别？

在抖音上存在的三种分的类型：

商家： 需关注小店体验分满分 5 分， 最低 3，如低于 3，将会被清退， 体验分越高，流量也 会越高，同时体验分也是决定是否可以参加品牌的大促活动， 以及是否能加入精选联盟。

带货达人： 关注的是带货口碑分，满分 5 分，最低3，如果小于 3 ，将失去带货的能力。

橱窗信用分：满分是 12 分，最低 0 分，如果低于 0 分，商品橱窗将被永久关闭了， 它是根 据视频和直播间的一些行为进行去考核的，比如说你在直播间说了一些违禁的词汇，它会根 据相应的违规内容进行扣分， 比如说扣除 0.5 或者是 1 分，它是分为一级违规、二级违规以 及严重违规的，大家看一下不同的分值类型， 面临的处罚是不一样的。橱窗信用分也是可涨 的。

**2.** 开通抖音小店

抖音小店如何入驻开通？ 一篇文章教会你~

1.打开手机抖音 APP,点击“我的”,选择右上角的三条杠,点击 2.打开三条杠设置后,点击选择“创作者服务中心”点开。 3.点开“创作者服务中心”,择择“商品分享”选项,点击打开。 4.点击左下角的“开通小店”选项 5.按照要求点击“立即开通”,认证店铺,上传店铺信息及个人信息相关资质。 6.完成开通后，将认证后的链接复制。

7.打开电脑， 登录复制好的链接，在电脑上上完成认证， 即可完成开通

认证好即可完成小店建设，就可以抖音做小老板了。

**3.** 个人开通抖店需要什么

干货： 个人怎么开通抖音小店？ 一篇文章教会你！

1.个人入驻

需要提供一下资质:

A.需提供身份证照片正反面;

B.需提供本人手持身份证照片(手持证件，上半身拍照， 手臂完整露出); C.身份证须使用二代 身份证: D.证件需保证清晰完整有效

服饰内衣、运动户外、厨具、鞋靴这四个类目，支持抖音小店个人入驻，只需要提供二代身 份证照片信息，然后缴纳 500 元抖音小店保证金，即可申请开通抖音小店，不需要营业执照。 保证金

抖音小店的入驻是需要缴纳保证金的，不同经营主体、类目需缴纳的保证金也不同 个人小店和企业/个体工商户小店有什么区别?

1.个人小店不支持投放鲁班广告

2.个人小店不支持精选联盟

3.个人小店仅支持普通店铺

4.个人小店不支持二类电商

5.个人小店目前仅支持服装、鞋靴、箱包和户外运动四个类目

6.个人小店仅支持抖音号方式开通

**4.** 抖店的日常维护

干货整理： 抖音小店的日常维护竟这么重要！ 小白必看~ 要想长久运营起抖音小店，我们必须重视起他的体验分。因为体验分是影响小店拉升自然流

量量级的核心因素：一方面， 体验分满分 5 值越高权重越高，当体验分低于 3.8 时会收到平 台的整改预警， 低于 3.5 时会被关闭精选联盟的权限，低于 3.2 时有被清退小店的风险。另 一方面，对于口碑分最直接的影响因素当然是商品品质以及服务质量。选择并销售更多好评 率高、退货率低、投诉少的商品，将有助于提升带货口碑分。最后，我们要想真正运营起抖 音小店，还必须绝对熟悉他的平台规则。比如图片，不能有除品牌 logo 外的任何文字水印， 不能有极限词和敏感词等。 抖音平台属于变化多更新快的， 所以要有敏感的运作思维和坚定的执行力，去不断丰富自己 解决问题， 快节奏的跟上平台的发展节奏，才能抓到小店的红利爆发机遇。

**5.** 抖店如何上架商品

抖音小店如何上架商品！ 5 个步骤教会你~

1. 首先在电脑中打开浏览器，输入【抖音商家后台】并打开。

2. 在打开的页面中，选择抖音账号登录方式。

3. 打开小店后台， 按【商品】下的【商品创建】。

4. 接着选择【类目】， 点【下一步】。

5. 最后创建商品， 【提交审核】即可，如下图所示抖音小店上架商品就完成了。

**6.** 抖店如何设置佣金？

抖音小店如何设置佣金？

1. 进入抖店后台，在“营销中心”找到“精选联盟”。精选联盟有 5 个计划：普通计划、定向计 划、专属计划、鹊桥计划以及招募计划。

若尚没有合作达人， 可以将商品添加到【普通计划】，然后设置佣金。

2. 若尚没有合作达人， 可以将商品添加到【普通计划】， 然后设置佣金。

3. 设置佣金后，商品自动出现在【精选联盟】。

当有达人通过精选联盟推广商品，并有交易完成， 达人可赚取我们所设置的佣金比例。

若已经确定合作达人，则不能设置【普通计划】， 而是改为【定向计划】， 单独为达人设置 佣金前，先添加到普通计划里然后再添加到定向计划。

注意， 可一次性设置 15 款商品佣金， 批量设置佣金每款商品佣金比例是一样的。

**7.** 上传学浪课程

上传学浪的课程为什么会不通过？一篇文章讲明白~

浪课程发布的平台明令禁止发布的信息，违反公序良俗，容易引发社会争议的观点，或者平 台明令禁止禁售类目，比如说投资理财啦，金融咨询了心理咨询、情感 PUA、奥数、医疗养 生等

**8.** 抖音如何加入精选联盟

抖音小店如何加入精选联盟？这点一定要注意！

现在抖音小店开通精选联盟非常简单，只要开通抖音小店就能直接自动开通精选联盟了。

1. 点击商家后台-营销中心-精选联盟-点击立即开通。

2. 阅读协议内容， 勾选已阅读方框， 点击【进入巨量百应平台】。

注意： 每个商家有且仅有 3 次开通精选联盟机会 ，如果被系统关闭了 3 次， 该商家将永久 不可申请开通精选联盟。

**9.** 抖店如何查看订单来源

抖音小店如何查看订单来源？看完就会~

小店出了订单之后， 如何去查看订单来源？到底是猜你喜欢的还是精选联盟的， 首先呢， 需 要点开订单，然后找到订单管理，点进去之后呢，在这里我们能看到订单，订单下方的小字， 这个就是订单来源， 也有猜你喜欢， 像这种就自然流量。

**10.** 抖音小店怎么运营

重磅整理： 抖音小店怎么运营？ 有哪些方法？ 非常简单~

第一种、借助主播、网红带货， 借助大 V 来推广我们的商品， 我们只需要开好店铺并把产 品加入到精选联盟当中， 然后再去对接一些主播达人， 给他们设置好特定的佣金，然后让他 们帮我们在直播间去推广我们的商品，他们负责卖货，我们负责发货就可以了。

第二种、短视频引流卖货：如果你不会直播也没有关系， 我们只需要去拍摄、制作一些优质 的短视频，在视频当中去插入一些小黄车，在小黄车当中绑定你的商品，这样的话视频的播 放量高了， 自然会有用户去点击我们小黄车去下单的。

第三种、自然流量和猜你喜欢：抖音小店也是有免费的自然流量的，如果你之前做过淘气店 铺或者多多店铺的话，这个应该不会太陌生。我们只需要利用补单的方式， 提高产品的销量 和店铺的分数，从而提升自然排名 ，同时打造好人群标签，这样的话你的商品会很自然地 被系统推荐给用户， 这样买家可以通过关键词搜索就能搜索到我们的商品。

第四种、直播卖货： 如果你有很好的直播能力的话，可以借助直播间的流量，以及设置一些 秒杀活动， 去刺激消费者在你的直播间买东西。

第五种、付费引流： 如果你有很好的产品以及供应链， 而且产品有足够大的利润， 我们可以 直接借助付费的方式来带动我们商品的一些流量，直接提高商品的曝光量，这样的话也会有 买家购买我们的产品。

**11.** 抖音小店新手期

抖音小店新手期怎么度过？2 种方式教会你~

官方的说法是： 新手期的考核指标为店铺累计成单量、经营时长、好评率。成单量稳定、好 评率高的店铺可快速通过新手期。解除新手期主要有两种方式：

(1) 店铺商品总销量≥1000 单，店铺体验分维持在 4.4 分以上，好评率在 80%以上， 订单突 破 1000 单， 基本上就可以收到通过新手期的通知了。

(2) 前置申报快速通过新手期， 商家可通过前置前置申报，申报成功后，即可通过新手村， 解除单量限制。

**12.** 抖音小店最新规定

重磅揭秘： 抖音小店最新规定！ ！新手赶紧学习~

同一个法人，如果之前开过店铺，然后被清退了， 店铺被封了。现在同一个法人二次开店是 开不了，这是最新的规定，如果有遇到这种情况，还想开店怎么办呢？ 所以这个问题很好解 决，直接换个法人就可以解决这个问题了。

**13.** **8** 个抖店运营违规行为

保证金直接扣完！最容易踩坑的 8 个抖音小店运营违规行为

新手玩抖音小店最容易踩坑的抖音小店运营违规行为。全部都是很容易扣分扣保证金之类的 违规行为

1.商品， 标题、图片、详情页不得有敏感词、极限词，不得有第三方导流的信息等等。

2.商品信息不得涉及虚假宣传(包含医疗、广告极限用语等内容) ，所描述内容需与外包装 说明信息内容一致；

3.不得出售假冒伪劣商品未经授权许可擅自使用品牌商标、擅自复制、批量生产销售同款商 品。

4.不得发布第三方信息。

5.商品主图规范： 商品图片和详情中不得进行与商品信息无关的描述。

6.不能发布平台违禁商品违禁商品。

7.不能发布非约定商品(发了直接扣除全部保证金)。

8.不要通过不正当途径 S 单(虚假交易) 新店铺破零可适当S 单(正常活跃标配匹配的抖音

账号)

**14.** 抖音小店如何开通？

干货整理： 抖音小店如何开通？ 新手小白必看~

第一步，需要准备一个营业执照，电脑打开百度搜索抖音小店，然后这里会出现抖音学院官 网， 一定要认证官网，点击立即入驻立即入驻，把手机号码和验证码给他写上去好，它会提 示请选择主体类型， 根据你营业执照进行选择，营业执照直接给他传上去， 执照传上去之后 呢，那么关于执照名称和信用代码，它会自动识别的啊，不需要手动。下一步法人的身份证， 反面也是一样， 把身份证给他传上去，那么也是一样的自动识别的，

完成之后呢， 点击下一步店铺名称，经营类目呢， 比如： 是卖服装的， 那么类目就选服装， 在选择经营类目的时候啊，一定是跟你执照， 经营范围相匹配的， 直接点击提交审核， 一般 两个小时左右就会有审核的。

**15.** 提升抖店体验分

规则解读： 想要提升抖音店铺体验分？快戳进来！

商家体验分规则核心变化：体验分为 5 分制，最低为 3 分，由商家近 90 天内的【商品体验】、 【物流服务】及【服务态度】三个评分维度加权计算得出。

商品体验： 分值来源于近 90 天的商品差评率和品质退货率

物流服务： 分值来源于近 90 天的揽收及时率和订单配送时长

服务态度： 分值来源于近 90 天的服务好评率、投诉率、纠纷商责率、IM3 分钟平均回复时 长、仅退款自主完结时长、退货退款自主完结时长。 三个维度都是根据商家某基础单项指标在所处行业的综合排名计算得出，日期越近的数据对 分数的影响越大。

更新周期： 体验分每天中午 12 ：00 进行数据更新。

**16.** 影响抖店没流量的原因

干货： 5 点影响抖音小店没流量！严重可导致被封！！

一、主图同质化。主图同质化是为了减少同类产品轨道上的对手数量。此外，修改主图也可 以避免平台同类产品好评率低导致产品被禁止。

二、好评率高于 90%。好评率高意味着你的产品质量高， 高质量的产品更容易被平台推荐流 量。

三、客单价。抖音小店的商品客单价不要都在一个梯队。要有引流款、利润款、精品款商品 三重布局。

四、销量。抖音小店的商品要有销量。首先要补单，找商品的受众群体补单，做真实销量。 下单后，让用户自发好评，尽量图文结合，好评的质量会更高。

抖音小店的商品补单最好也是通过短视频或直播间来做。亦可采用-1+1 模式挖墙脚，对接 优质带货达人为你出量， 这样无需刻意去刷单，用户人群也很垂直。

五、退货率不超过 30%。如果退货率太高，平台会认为你的抖音店的产品质量不好，不会给 你流量。若消费者申请退货， 尽量引导用户选择多拍/错拍/不想要，或 7 天无理由退货。体 验分数不低于 4.8 ，dsr 不低于 4.7。严格来说， 即使抖音小店的体验分低于 4.8 分，也不会 影响抖音小店的运营。

**17.** 小店运营注意点

抖音小店运营需要注意的 5 个点！ 干货满满~

刚入场大部分人是不会选择付费推广的，那就从免费流量入手向大家分享一些经验。免费流 量入口一般是来自于自然搜索、猜你喜欢、你可能还会喜欢....产品被推荐的原理也很简单。 要让店铺持续有自然流量，必须要想办法维护和提升这几点：

店铺评分至少要在 4.6 分以上， 越高越好。

好评率最好不要低于 85%。

店铺没有虚假违规扣分。

商品标题中没有违禁词、敏感词。

主图清晰， 没有水印等广告信息。

**18.** 小店新手期运营

揭秘！ 新手期对抖音小店有哪些影响？

开通了抖音小店之后，店铺处于新手期， 对商家来说有哪些影响，

第一点，每日订单限制 1000 单， 如果你是二手行业呢，限制 150 单，这也会导致了达人不 愿意帮你去带货，因为考虑到达人的流量起来了， 但是你的店铺限量 1000 单，他们的流量 就导致了浪费。

第二点， 货款结算周期为 T+10，代表客户确认收货后，十天后才能到达你的小店后台，这 也就说明了货款结算的周期比较长。

第三点，无法参与平台的一些大促活动的，比如说 818 或者双 11 活动。

**19.** 小店评分

吐血整理： 做抖音小店， 需要注意的几个细节点！

抖音小店体验分，考核的商品体验占比 50%。而商品体验分考核的又是商品差评率。如果你 不维护抖音小店好评，全是差评，抖音小店商品体验分就会很低，50%的占比就会很大程度 上拉低抖音小店体验分。

而如果抖音小店体验分低于 4 分， 会关闭精选联盟权限， 少了一个商品推广渠道 而如果体验分小于 3.2 分，平台还会直接清退店铺

抖音小店差评太多， 会直接影响商品转化和流量。维护抖音小店评价很有必要。

**20.** 随心推

揭秘： 抖音小店随心推是什么？ 有什么功能？

小店随心推是什么?

小店随心推是更专业的商品推广方式。可以帮助你获得更多成交。

小店随心推的能力

1、更多优化目标：提供更多电商向优化目标， 助力提升商品购买量

2、更多出价方式：更多目标支持多种出价方式，灵活控制推广成本

3、更多推广流量：拓展素材触达范围，提供更丰富的可竞流量

4、更多数据赋能：升级数据赋能体系，让电商推广的效果更加清晰可见

**21.** 使用随心推

什么情况下，可以使用小店随心推？

在以下两种情况，可以使用「小店随心推」:

1、当你选择推广的短视频中带有包含小店商品的购物车时。

2、当你选择推广的直播间使用过购物车组件时。

**22.** 抖店、橱窗、小黄车的区别？

抖音小店、抖音橱窗和抖音小黄车的区别？

1、抖音小店

抖音小店开通后，可以在头条系的其他应用中统一展示店铺， 例如头条、抖音、火山等。上 架自己的商品， 让粉丝进行购物，从而完成闭环。

2、抖音橱窗

抖音橱窗可以售卖自己抖音小店或者淘宝的商品，也可以通过售卖别人小店或者淘宝里的物 品来获得佣金。

3、抖音小黄车

抖音小黄车可以添加在视频作品下方，也可以在直播时添加在直播窗口。

**23.** 功能简介

揭秘！ 抖音小店定位是什么？有哪些产品功能？

抖店是抖音电商商家实现一站式经营的平台，为商家提供全链路服务，帮助商家长效经营高 效交易实现生意的新增长。

1、一站式经营

开通抖店后，可以通过内容到数据到服务全方位的抖店产品， 实现商品交易、店铺管理、售 前&售后履约、第三方服务市场合作等全链路的生意经营。

2、多渠道拓展

开通抖店后， 可以在抖音、今日头条、西瓜、抖音火山版等渠道进行商品分享，一家小店， 多条售卖渠道。

3、双路径带货

商家自营： 抖店商家可实现在平台的持续经营，可通过商家自播实现生意的新增长。

达人带货：商家在抖店不仅可以自播带货，也可以中请加入精选联盟， 邀请平台达人帮助带 货。

4、开放式服务

第三方服务市场合作：抖店连同第三方服务市场， 可助力商家在商品管理、订单管理、营销 管理、客服等全经营链路实现效率提升。

**24.** 选择主体

抖店主体选择： 什么情况选个人，什么情况选企业呢？

按以下说明选择即可：

个体：

即营业执照中， “类型”为“个体工商户”

负责人字段展示为“经营者”

企业：

即营业执照中， “类型”为“公司/企业/农民专业合作社”等

负责人字段展示为“法定代表人”

**25.** 入驻流程

抖音小店入驻流程

1、在该网址登录账号

<https://fxg.jinritemai.com/?source=school.nrlj>

2、选择主体类型

3、填写主体信息

4、填写店铺信息

5、平台审核

6、账户验证

7、缴纳保证金

完成以上 7 步，即可成功入驻抖音小店。

**26.** 店铺装修

揭秘！ 抖店“店铺装修”是什么？ 在哪里操作？

绑定了“店铺官方账号”的小店， 才有“店铺装修”的能力。 “店铺装修”可以帮助商家更好地引 导消费者“逛店”的心智。

商家可以通过在商品橱窗精选页配置优惠券、店铺活动、秒杀商品， 在分类页配置不同的商 品组合，激发消费者的兴趣，引导转化。

快速入口：

抖店后台左侧菜单栏，点击[店铺]- [店铺装修]

**27.** 号店一体

抖音小店“账号管理”是什么？有什么用？

为了帮助商家有效沉淀粉丝， 抖店推出了“号店一体”的概念，支持每个店铺绑定唯一的抖音 账号作为店铺官方账号。

绑定官方账号可帮助商家增强粉丝信任感，抖店后台数据显示：绑定官方账号的商家店铺复 购

率，对于未绑定商家均有一定提升。

**28.** 售前准备

抖音小店商家基本的售前准备， 你都做了吗？

1、账号管理：官方账号绑定子账号管理

2、开通支付：支持 4 种在线支付方式

3、商品管理：商品创建， 并添加至橱窗

4、营销设置：营销工具设置

5、装修店铺：优惠券、活动秒杀、商品组合等

6、保障服务：运费险、极速退等

**29.** 营销工具

重磅干货~抖音小店 5 大营销工具介绍！

1、优惠券

通过提供价格优惠引导消费者下单的营销玩法，包含店铺券、新人券、粉丝券、达人定向券， 可通过不同利益点的透出提升店铺销量、获取新用户、增加粉丝等。

2、限时限量购

配置限时限量购之后，相关商品在抖音端的直播间、商品详情页将展现专属皮肤，营造营销 氛围， 有效提升用户的下单转化率， 是打造爆款商品的必备营销工具。

3、满减活动

指以店铺为基本单元，支持用户基于特定范围内的商品享受消费满额后立减的优惠，通过“凑 单”或“立减”形式影响客户购买决策， 有效提升转化率及客单价。

4、定时开售

定时开售可以帮助商家在商品未上架前进行宣传预热， 开售前支持用户预约、收藏， 帮助商 家了解商品热度、预估销量,开售时平台提供预约用户站内信+push 召回的功能，提升回访。

5、拼团

一种商家营销工具， 对商品进行拼团促销，增强促销氛围。商家设置拼团后，买家可以以优 惠价格支付下单并通过自身分享直播间帮助商家传播，商品总体售卖件数达成要求即可成团。

**30.** 推广计划

揭秘！ 抖音小店推广计划有哪些？有什么区别？

为了满足商家多样化的达人合作诉求，抖店平台为商家提供了多种与达人合作的方式 普通计划： 加入普通计划的商品，平台所有达人都可以看到， 且佣金率都一致。

专属计划： 又称「私密计划」， 实现指定商品仅指定达人可推广， 且可以独立设置佣金率。 鹊桥计划： 当商家希望与更多优质达人合作并愿意给予其定向高佣时， 可使用鹊桥计划。

招募计划： 由平台帮商家进行撮合。平台会不定期组织主题活动， 需要招募商品， 商家满足 条件即可报名参与。

**31.** 保证金

我售卖的商品需要缴纳多少保证金？

不同类目保证金额不同， 可以参考：

<https://school.jinritemai.com/web/article/101816>

如同时销售多类目商品， 抖音平台按照类目最高金额收取保证金。

**32.** 多类目保证金

经营好几个抖店类目，需要缴纳几次保证金？

选择多类目时， 保证金缴纳采取就高原则，按最高金额缴纳即可。

在选择类目时， 会在下方展示店铺入驻需要缴纳的保证金金额。

**33.** 商品发布

抖音小店必看： 商品发布需要注意什么？

1、商品类目

根据商品实际属性， 填写正确的商品类目

2、商品标题

应包含商品品牌、商品品名、基本属性(材质/功能/特征)和规格参数(型号/颜色/尺寸/ 规格/用途/货号)等，不应包含其他无关品牌及无关信息

3、商品主图

所有主图不得含有除品牌 logo 以外的任何文字、水印，第一张主图必须为商品主体正面实 物图， 其余辅图需包含侧面、背面、平铺及细节等，顺序不强制要求

4、商品详情

1) 完整性

为保证消费者在购买商品时拥有充分知情权，便于消费者更全面地了解商品，商家需在发布 商品时明示商品的主要信息。商家应根据所销售的商品实际属性录入基本信息，并及时维护， 保证主要信息真实、正确、有效

2) 一致性

商品的描述信息在商品页面各版块中(如商品标题、主图、推荐语、详情描述等) 需保证要

素一致性

3) 真实性

需如实描述商品的实际功效， 不得含有虚假、夸大的内容，不得涉及治病预防、治疗等功效 描述，不得真人展示成效，不得出现对比图，所描述内容需与国家批准的实物外包装说明信 息内容一致

5、商品价格

需正确设置商品价格，不得随意调整商品价格。不得虚假标高商品实际价格，不得在销售活 动中虚假降价

6、商品 SPU/SKU 设置

以颜色、尺寸、系列等属性为主要组合形式， 不得将跨品牌、跨类目、跨系列等无关联商品 绑定在同一 SPU 下

7、商品品牌

旗舰店、专卖店、专营店在创建商品时必须提供品牌资质

**34.** 销售类目

一个抖音小店可销售几个类目？

一个店铺可销售多个类目。

需确保商品未超出营业执照经营范围，且资质齐全，商家入驻时选择对应类目即可。如已入 驻成功需增加类目， 商家可在商家后台左侧列表→店铺→ 资质中心→ 行业资质中编辑修改， 以抖音官方审核结果为准。

**35.** 禁售商品

哪些商品在抖音小店不能售卖？

可以查看禁售商品管理规范：

<https://school.jinritemai.com/web/article/101805>

**36.** 增加类目

抖音小店选择了某个类目，入驻以后还能增加/修改类目吗？

入驻成功后可以增加或修改类目。

在商家后台左侧列表→店铺→ 资质中心→行业资质，可增加或修改一级类目。根据营业执照 的经营范围选择类目即可，不支持选择营业执照经营范围内没有的类目。如类目当前在审核 中状态则无法修改， 请等待审核结果后再操作修改。

**37.** 品牌授权

我可以使用别人的商标， 入驻抖音小店吗？

可以的。

除了商标注册证，再额外提供品牌方给到的品牌授权书即可。

**38.** 售后服务

抖音小店必看： 售后服务需要注意什么？

售后服务

商家需及时解决消费者的售后问题，如存在不接听消费者来电、售后联系方式无效、无故拒 绝消费者售后请求、超时不回复客服请求等情况， 平台将扣除一定的保证金。

商家违规/违约行为处理

1 、 包邮及货到付款订单，商家退款时扣除发货运费、货到付款手续费，或者扣除其他平 台不允许扣除的款项。

2、商家无故或未与消费者协商一致取消订单。

3、商家售后联系方式无效。

4、商家无故拒收或因地址/联系方式不明确导致消费者无法退换货，或退换货商品无人签收。

5、商家无故拒绝消费者售后请求。

6、三包类商品， 商家无法或拒绝提供三包服务。

以上行为每出现一次违规行为， 扣除保证金 500 元。

服务态度差

1、用户取消订单后， 商家仍强迫消费者接受交易。

相关商品封禁， 每出现一次违规行为,扣除保证金 2000 元。

2、脱离平台，线下与消费者交易。

3、商家诱导买家撤销投诉、取消退款申请或者修改差评。

4、商家未经消费者同意修改订单信息。

5 、 商家侮辱消费者、平台工作人员，或泄露消费者信息或者恶意报复消费者行为。 ps ：2-5 行为，每出现一次违规行为,扣除保证金 5000 元，， 相关商品封禁。

**39.** 无品牌入驻

想售卖的商品目前没有品牌，能入驻抖店吗？

可以的，选择普通店铺入驻， 需要注意， 店铺名称不能涉及到商标名称，否则也是需要提供 品牌资质的，不提供的话无法审核通过。

后续如果有品牌了， 也可以自行在“商家后台-店铺-资质中心品牌资质”处上传品牌相关信息 修改店铺类型

**40.** 商品抽检

抖音小店必看： 关于商品抽检

商品抽检

为保障消费者的合法权益，维护正常经营秩序，平台会定期对商品进行随机抽检。 抽检流程

1、抽样

样品由平台指定人员以普通消费者身份，通过相关商品的推广链接进行购买，并将收到的实 际样品委托给具有国家认可的相关资质的第三方质检机构进行检测

2、检测方

检测方是具有国家认可的 CNAS 与CMA 资质， 并经平台委托进行检测的第三方质检机构

3、检测项目

1)商品实物与商品详情页面描述内容的相符性 2)商品所适用的国家强制性/推荐性标准、行业标准、产品标准等要求的检测项目 3)商品品牌、商标及标签

4)其他与商品的质量相关的项目

4、检测依据

商品抽检依据包括但不仅限于：

1) 《中华人民共和国产品质量法》

2)《GB/T 5296-2012 消费品使用说明》系列标准

3)国家强制性/推荐性标准

4)行业标准或其他相适应的产品标准

5) 《中华人民共和国广告法》及其他相关国家法律法规

5、具体流程

商品抽检是由平台对商家上架销售的商品进行有计划的神秘买样、委托检验鉴定， 公布抽检 结果并按平台规则进行处理的活动。抽检遵循科学、公正原则。

6、抽检费用

抽检工作中所涉费用(包括但不仅限于商品神秘购买费用、物流费用、初验费用等) 由平台 承担(特别品类除外)

抽检中，如发现商品存在相关问题，平台可能会对商品进行封禁、或扣除小店保证金等处理。

商家售卖商品，需要缴纳一定技术服务费。但对于新商家和服务优质的商家，会有优惠政策 噢！

**41.** 修改类型

实操干货！ 抖音小店的入驻类型可以修改吗？

一旦选错， 提交后无法修改，店铺无法经营。

**42.** 增加**/**修改类目

抖音小店选择了某个类目，入驻以后还能增加/修改类目吗？

入驻成功后可以增加或修改类目。

在商家后台左侧列表→店铺→ 资质中心→行业资质，可增加或修改一级类目。根据营业执照 的经营范围选择类目即可，不支持选择营业执照经营范围内没有的类目。如类目当前在审核 中状态则无法修改， 请等待审核结果后再操作修改。

**43.** 企业、个体户的区别

用企业入驻小店，还是个体工商户入驻？ 有什么区别？

在可选的经营类目上，两者一致。

具体以企业入驻还是个体工商户入驻，需根据营业执照的类型来选择入驻类型，若营业执照 类型为个体工商户， 则只能以“个体工商户”入驻，不可以“企业”入驻。

**44.** 虚假发货

抖音小店运营红线： 虚假发货及处理

虚假发货定义

虚假发货是指商家上传至后台的订单物流单号对应的物流信息存在明显异常的情形，包括但 不限于：

1、商家上传的订单物流单号，在相应物流公司官网存在异常、重复物流信息。

2、商家上传的订单物流单号对应的物流轨迹与消费者订单显示的收货地址不符。

3、商家上传的订单物流单号，在相应物流公司官网出现首条物流信息后的 24 小时内没有后 续的物流信息更新。

4、其他订单物流信息异常、物流单号异常或者消费者在商家发货后合理期限内未实际收到 所购商品的情形。

虚假发货判定

平台根据虚假发货定义， 通过物流大数据信息比对、用户投诉、平台主动筛查等多种渠道识 别物流单是否存在异常物流信息。订单每被判定一次虚假发货，系统将实时记录虚假发货 1 次。商家可在【订单-违规处理】中查看判定详情

虚假发货违规处理

1) 扣除保证金

根据以上规则，如系统自动识别到订单存在虚假发货情况，会及时向商家发送站内信提示， 建议商家在收到提示后尽快核实改正

平台复核被预警提示的虚假发货订单后，如确认订单存在虚假发货情况，每出现一次违规行 为，扣除保证金 500 元，店铺单日扣除保证金上限不超过 5000 元

2) 商品下架及店铺关店/清退处理

如同一订单在被判罚多次后仍未及时规范发货或与用户协商一致做退款处理的，平台有权对 该商品做下架处理； 情节严重的，平台有权直接对该店铺采取关店或清退处理

3) 影响商家评级

虚假发货行为是商家评级的负向评价指标之一，虚假发货的判定记录将同步计算在商家评级 分值中，影响商家评级分值，进而影响商家在平台的各项权益

**45.** 普通、专营、专卖、旗舰店

抖音小店的普通店、专营店、专卖店、旗舰店该如何选择？

若无商标， 选择普通店。

若有商标， 则根据以下要求选择对应店铺：

专营店 ：店铺内至少 1 个类目有 2 个品牌(授权品牌或自有品牌均可) ，其他类目 1 个及 以上品牌(授权品牌或自有品牌均可)。

专卖店 ：只可经营一个授权品牌。

旗舰店 ：可经营多个自有品牌或一个一级独占授权品牌。

**46.** 售假

抖音小店运营红线： 售假定义

抖音小店严禁“售假”，“售假”行为的处理措施是格外严厉的！一旦发现商家存在“售假”行为， 平台可能会对店铺进行清退并扣除全部保证金

假冒商品的定义

1、出售假冒注册商标商品或仿制品，即未经权利人许可，在出售的商品上擅自使用其商标； 或未经品牌方许可， 擅自复制、批量生产、销售与该品牌商品高度相似的商品。

2、出售盗版商品，即指未经权利人许可复制其作品的图书、电子书、音像作品和软件

假货认定

满足以下任意一种情况， 即视为商家可能构成侵犯第三方合法权利，平台有权根据商家与平 台签订的《电子商务开放平台店铺服务协议》及《商家违规行为管理规则》进行处理

1、平台收到来自官方(包括但不限于行政机关、司法机关、品牌方、生产商、品牌方直接 授权的代理商等)的邮件、鉴定报告、行政调查结论、司法判决等证据

2、用户投诉假货且商家在举证期内(接到涉嫌侵权通知的 2 个工作日内)未举证、经举证 仍不能证明疑似假货商品为正品

3、商家主动承认售假事实，则视为商家售假事实成立

**47.** 一个营业执照能开几个小店

一个营业执照能开几个抖音小店？能多开吗？

不能。

一个营业执照仅支持开通一个店铺，如果想开更多店铺， 需要使用其他未入驻过抖店的营业 执照进行入驻。

**48.** 一个品牌能授权几个小店

一个品牌可以授权几个抖音小店使用？

目前暂无限制。

二十六：昵称取名

**1.** 取名技巧

抖音怎么取名？ 这五个方法让你自带流量(干货满满)

取名一定要使用通俗易懂的大众词汇。多使用领域专属词、高频词， 你露出的几率会大大增 加。

1、好记忆

一个好名字，是很容易让人记住的， 比如我们熟悉的今日头条、小米， 提到名字， 我们就知 道他是做什么， 这是名字容易记结果。

2、好理解

好名字一定是好理解的， 比如： 提到微信、我们就会想到社交，提到头条我们就会想到新闻 资讯

3、好传播

提到一个名字，就会在用户心智里形成一定印象。比如一个旅游网站马蜂窝，这个公司原来 的用的是蚂蚁的“蚂”，吉祥物是一只蚂蚁和一只蜜蜂。因此介绍十分繁琐，所以最后把“蚂” 改成了“马”， 使其更容易传播。

**2.** 昵称攻略

短视频新手必看~抖音号昵称攻略来了！

第一印象从名字开始，好名字可以表达愿景或期许，更容易让大家记住，迅 速传播，想要起好名字。

一个好名字的 3 大标准:

1、好记忆:别人很容易就可以记住

2、好理解:一看就知道什么意思

3、好传播:一说到， 脑海里就能出现相关文字， 不需要解释，马上在别人的脑海中会有一个 印象。

对于垂直型账户建议采用以下几种方式进行昵称的选择:

1、特定人群型:目的:做抖音除了打造个人品牌外，更多是为后期卖货做广告赚钱做准备，所 以，吸引到特定人群很关键，如:装修游击队、生活美学家、

2、职业昵称型:目的:职业职称， 也就是你的职业， 加上人格化词语，让用户感知到这个账号 是一个真实的人。如:资深文案唐小天、快递吴彦祖、平面设计小仙女

3、意见领袖型:目的:一看就是在某个领域说话比较有权威的人如:股市怎么看，财经有话说 一个好头像就像 logo，可以帮助用户认识我们，记住这个账号，所以一定不能随便选

**3.** 万能公式

抖音昵称万能公式！ 必看干货~

1、性格+花名

努力的彦叔、可爱的佟三金、香香软软的小泡芙

2、爱产品+花名

爱美妆的全智咸、爱美食的兔姐姐等

3、产品+哥姐妹兄

丽江石榴哥、武汉哥、衣哥

4、花名+类目

妙妙家居、官先生男装

6、花名+的+专卖店

王秀秀茶叶专卖店、大东鞋专卖店

**4.** 昵称重要性

科普： 不要再乱取名了！ 抖音昵称原来这么重要~

一个好名字相当于一个人的品牌标识，让你与其他人区别开来，在用户心智中形成定位，同 时你的名字也能与某一个领域或者某一个品类等价。

比如我们一提到乔布斯， 就会立马联想到苹果，提到马云，就想到阿里巴巴，提到李佳琦， 就联想到 OMG 口红等等。

如果你下定决心想要投入抖音这个短视频战场，千万不要再乱取名了！也不要三天两头更换 昵称！

二十七：企业蓝 V

**1.** 和个人号的区别

抖音企业蓝 V 是什么？

抖音企业号(俗称抖音蓝 V) ，企业号能够帮助企业传递业务信息， 与用户建立互动。抖音 蓝 v 是什么？

通过企业号认证，即可获得权威认证标识、营销工具、数据监测、粉丝管理等多项权益。 申请蓝 V 商家的好处及优势

1.发营销性质视频不会被评级打压限流， 还会进行精准推送。

2.蓝 V 标志专属， 名称具有唯一性。搜索排名置顶、优先显示。

3.专属商品展示栏，即商家页面，可以展示商品菜单和在线预约。

4.电话组建， 一件打电话，可以链接官网。

5.POI 地址， 即专属地址定位，可以一健导航， 发一个作品带上自己专属地址，系统可以以 此地点为中心推送周边一片的流量。

6.视频置顶功能

7.卡券功能， 设置电子优惠券， 可以更好的锁客。让顾客关注你领优惠券， 同时让顾客拍视 频带上你的抖音蓝 V 的 POI 专属地址。

8.具有客户大数据分析后台，客户更清晰的查看粉丝的年龄、性别、活动时间等分布。

9.连锁店特权，通过后台，品牌总部可以让开通蓝 V 的所有直营门店向总部发起授权，让总

部对所有直营店统一管理，矩阵式打法。

10.认证抖音蓝 V 后，可以同步今日头条、火山小视频，也就是认证一个等于认证三个平台。 还有很多功能还在进化升级中， 比如城市各行业分类排行榜等。

11、抖音企业号管理后台抖音企业号全新管理后台——e.douyin.com 是为企业提供功能服务， 用户管理， 数据支持。运营学堂等， 综合服务的平台。抖音一键扫码登录， 支持多人同时操 作，便捷运营。

**2.** 十大优势

重磅整理！ 认证企业蓝 V 的十大好处！(赶紧收藏)

1、呢称的惟一性

2、可以设置门店网址、地址、联系方式

3、可以设置 H5 网站、APP、网店联系

4、蓝 v 认证标识，提高公信力

5、开通作品数据分析功能

6、私信自定义回复

7、抖音搜索结果前置

8、获得本地流量扶持

9、轻营销内容不会被限流

10、直播绿色通道

**3.** 如何开通

抖音蓝 V 如何开通？

打开抖音→ 创作者服务中心→ 点击“官方认证”→选择“企业认证”→填写资质→支付审核费用 并提交审核→ 审核通过即可完成开通

**4.** 如何关闭试用企业号

如何关闭试用企业号？

打开抖音 APP，点击「我」→ 「右上角三条杠」 → 「企业服务中心」→「进行官方认证」→ 「企业认证」→「免费试用」 → 关闭开通账号即可。

**5.** 认证失败，审核费可退吗？

揭秘！ 蓝 V 认证审核失败，可以申请退款吗？

企业认证需要审核人员多维度审查，无法做到审核通过的保证，且认证费用为一笔一次性的 人工审核费用。审核未通过不可退款。

PS：

如遇到企业号、门店及团购权益的问题， 可以到抖音 APP 内关注【企业号小助手】官方账 号，点击私信进行咨询。

**6.** 认证费是一年还是终身？

抖音蓝 V600 元认证费， 是一年还是终身？

600 元认证费是一年的费用，认证通过以后即开始计时。

一年以后认证到期， 可以选择是否继续认证， 继续认证需要重新缴纳 600 元认证费用。

二十八：视频审核

**1.** 危险行为

重磅整理： 抖音审核规则之“危险行为”(必看！ )

作品含有易导致轻/重度烧伤、烫伤、灼伤的行为， 包括但不限于：

1、非常规使用热源、火源作用于身体，如：喷火烫头挂烫机蒸脸、火疗、徒手接触火源等

2、加工制作、改造、破坏易燃易爆品，如： 切割煤气罐、火烧开红酒、使用爆竹制作/破坏 物品、点燃/使用大型自制孔明灯等

3、易导致着火或爆炸的行为， 如：点燃柳絮、烧荒、使用化学用品产生冒烟/发热/发光/燃 烧/爆炸的反应、在法律法规禁止区域燃放烟花爆竹、易拉罐爆米花/烤肉、展示/使用自制 炮筒等

4、在易造成烧伤、烫伤、灼伤的环境中坐卧、停留、嬉闹，如： 正在燃放的烟花爆竹、已

经着火等场景

**2.** 公序良俗

重磅整理： 抖音审核规则之“公序良俗” (必看！ )

超高金额消费

作品涉及刻意展示超过日常消费数量或价格的奢侈生活内容，如购物体验/食品消费/代步车 等消费场景

未成年轻微不良导向

作品含有易对未成年人产生不良引导的内容， 包括但不限于：

1、会影响未成年人身心健康的内容，如：未成年人出入 KTV/棋牌室等场所、带有未成年人 违法犯罪行为的正规影视作品/作品解说、传达误导未成年人的价值观、使用暗黑系列的贴 纸演绎黑化风格的内容、动漫作品/卡通形象出现未成年人吸烟行为等

2、与未成年人年龄不匹配的成人化行为，如：演绎内容成人化、演绎爱情内容/爱情歌曲/ 性感舞蹈、做出引诱动作、早恋行为、展示妆容、未成年人染发、涂指甲油等

3、内容为展示未成年人的家庭不和谐关系、幼儿/儿童因打斗导致哭闹的内容,如:父母争吵 孩子在旁边哭泣等

4、鼓励或变相宣扬未成年人参与商业活动，如童模，未成年单独出镜中使用商业贴纸等

葬礼恶搞

作品含有葬礼演绎/低俗恶搞的行为， 如： 在坟头蹦迪等

虐待动物

作品含有虐待动物的内容，包括但不限于：

1、利用动物作为拍摄道具，导致动物受伤或可能受伤的行为，如：捆绑/挤压/拖拽动物、 把动物当球抛来抛去等

2、在动物园对动物进行不文明行为， 如： 用硬物砸向动物、拉扯动物等

3、利用表演/赌博的方式进行人为的斗狗、斗鸡等内容

4、虐待、殴打、伤害动物的行为，如：束缚动物、给动物纹身等

模拟连线小剧场

作品涉及情感主播通过连麦形式，向观众讲解一系列曲折离奇的狗血故事来博取观众眼球，

包括但不限于： 婆媳矛盾、职场纠纷、离婚出轨、儿女不孝等内容

吸烟行为

作品含有吸烟相关的内容，包括但不限于：

1、展示点燃状态下的吸烟行为， 如： 拿烟、吸烟、吐烟等

2、动漫、卡通形象或影视剧中多个吸烟镜头的展示

医疗养生科普

作品含有不具备健康认证资质的帐号进行医疗相关内容的讲解/科普/推荐，包括但不限于：

1、食疗偏方，如：单一混合食品可代替药物治疗/抵抗/预防疾病、以形补形的功效、表达 食物相克理论等

2、中草药偏方，如：中医方法/时辰等可以决定生男生女、单味中药或具有药物功效的食物

可治癌症等

3、除饮食/运动/医疗手段以外的减肥方法等

不文明行为

作品含有不文明的内容， 包括但不限于：

1、翻越检票闸机、跨越道路护栏、马路上放钉子、破坏景区风貌、违反景区禁令等行为

2、在公共交通场所进行乞讨卖艺等

3、以亲人去世为噱头吸引用户观看

4、不当获利的内容， 如： 宾馆偷吃泡面、偷娃娃机里的娃娃、售水机偷水等行为

黑社会

作品含有黑社会倾向的内容，包括但不限于：黑社会形式的江湖兄弟情义、渲染帮会/黑社 会组织仪式、网络家族“黑界”的相关信息等

有明确炫富倾向

作品含有炫富倾向或表达拜金主义等不良价值观的内容， 包括但不限于：

1、涉及“炫富”相关用词且有炫富意图等，如故意展示大量现金、转账截图、撒钱、扔钱的 行为

2、销售、教授如何制作炫富视频/文案/图片素材， 制造“白富美”“高富帅”假象等，如虚荣年 度账单 P 图、炫富摔、其他摆拍炫富

未成年严重不良导向

作品含有易对未成年人产生不良引导的内容， 包括但不限于：

1、未成年人抽烟、喝酒、使用不文明用语、讲内涵段子、纹身、打耳洞过程、社会摇类舞 蹈、炫富、攀比、不正当征友等

2、未成年人喊麦、疑似喊麦、卖惨寻求帮助、扮丑、乞讨卖艺、厌学、消极厌世等

3、未成年人模仿伪娘、秀吉等

4、带有诱导未成年直播打赏、充值等

5、带有恐怖、低俗、违法、黑社会、自杀负面情绪等元素的游戏

6、未成年人变性

7、未成年人食用不可食用的物品,包括咀嚼、吞咽或其他有明确食用的行为

疑似未成年交友

作品含有疑似未成年交友相关的内容，易对未成年人的价值观造成不良的影响，包括但不限 于：

1、找哥哥姐姐弟弟妹妹/找主人仆人/处 cp 等

2、引导评论恋爱交友相关文字， 如"中意请带走" 、“相同就在一起”等

宣扬浪费食物

作品内容存在浪费行为， 如：泼洒食材、暴力做菜、吃/做大量食物等

哗众取宠

作品含有影响到他人的非正常行为， 包括但不限于：

在街头以索吻、索拥抱、土味情话表白、强制性肢体接触等表现形式,或任何哗众取宠的内

容

寻医问药

作品含有在平台寻医问药的内容，易引发谣言造成误导

利用监狱/犯罪玩梗

作品涉及利用监狱/犯罪来玩梗的行为，包括但不限于：

去监狱养老、演绎指认现场、畏罪潜逃、马上自首等内容

大量饮酒

作品含有大量饮酒的内容，易对平台用户造成不良的导向

偷拍行为

作品含有非正常视角下拍摄陌生人的行为

伪科学

作品含有未经证实、违背现有科学逻辑或自然规律现象，并进行虚假/夸大宣传的伪科学内 容，包括但不限于：

1、涉及伪科学、造谣或存在欺骗性质的新闻或成果，如： 人造鸡蛋/蒙眼识字、宣扬外星人 /量子内衣、宣扬世界末日论/地球毁灭论等

2、表达动植物的生长、繁殖途径不符合自然规律，如：长在树上的草莓/葡萄/菠萝、长在 树干上的山竹、杨梅树上长樱桃等

过度博取关注的行为

作品含有利用特殊群体卖惨或通过悲情/励志故事来过度博取关注的内容，包括但不限于：

1、利用未成年/残疾人设/无助老人/重疾病人等特殊形象，通过其悲惨故事、心酸场景及具 有煽动性的情绪卖惨，过度博取关注的行为

2、利用悲惨元素/悲情故事博取用户同情，且带有明显的引流意图，如引流至直播间/锚点/ 小程序等

隐晦歧视及攻击他人

作品含有攻击、歧视他人的内容，包括但不限于：

引战/骂战、模仿残疾人、对他国使用不尊敬称呼的内容

非危险、惊吓类整蛊未成年人

作品含有故意招惹、整蛊并造成未成年人哭泣的内容，跟小朋友们玩耍的时候要逗他们开心

~

唆使未成年人

作品含有诱导/教唆未成年人进行不符合其年龄段的行为， 如：

过度/沉迷的不正当追星、强加跪拜孝道的价值观等

影视综剪辑不正当男女关系

作品含有影视综艺节目中涉及非主流婚恋观的内容，如：

一夜情、换妻、不伦关系、找小三等

歧视特殊群体

作品含有对地域、特殊群体等有调侃或歧视的内容

投机取巧

作品含有作弊技巧的内容，包括但不限于：

考试作弊、使用游戏外挂、分享驾考笔试作弊的小技巧、印章/发票/签名的 ps 教学等 与未成年的亲密行为

作品含有与未成年人的亲密行为，并带有不良诱导话术或衣着暴露的内容，不论是否有亲属 关

系，都是平台所不提倡的,请各位大朋友对小朋友们正确表达爱意

畸形婚恋价值观

作品涉及与主流婚恋观不符的内容， 包括但不限于：

1、以“快速交友”“情感操控”等为噱头， 从事一夜情、骗财、骗色等情感教学， 如：一周捕 获白富美、如何结识钻石王老五等

2、违背伦理道德、公序良俗的毒鸡汤或婚恋价值观等，如：男人没钱就是废物、嫁给有钱 人会幸福、婚姻就是一场交易等

过量饮酒

作品含有过度饮酒的内容，包括但不限于：展示对瓶吹、对盆喝、对碗喝等豪饮的行为 标题党/博眼球类不正当男女关系

作品含有通过以乱伦/出轨/一夜情等涉及不正当男女关系的文案画面来博眼球的内容 演绎不正当男女关系

作品涉及小剧场或段子演绎等非真实类的非主流婚恋观内容，如：一夜情、换妻、不伦关系、 找小三、老少恋等

不正当男女关系

作品含有宣扬非主流婚恋观或描述真实发生的非主流婚恋观内容， 如： 一夜情、换妻、不伦 关

系、找小三、老少恋等

贬低歧视

作品含有对男女、穷富、不同学历等群体存在绝对化点评或攻击歧视的内容，如：重男轻女、 女人混的好必须穿的少等概念

**3.** 平台策略

重磅整理： 抖音审核规则之“平台策略” (必看！ )

引导加群

作品含有引导粉丝加群、诱导用户扫以建群/交友为目的的二维码等易产生人身/财产安全风 险的行为

引流至其他平台

作品涉及引流话术或利用兑换码，引导用户到脱离抖音平台管控的第三方平台的内容， 易产 生人身/财产安全的风险

无资质新闻

作品含有无资质的普通用户以新闻形式发布的事件播报/跟进/回应等内容

严重车祸

作品含有血腥、引人不适的车祸内容，包括但不限于：事故碾压、人员伤亡等 未经授权使用抖音 logo

作品含有主体拍摄未经授权使用抖音 logo 的商家

AI 换脸

作品涉及 Al 换脸特效的内容，易对个人隐私及财产安全造成风险

涉嫌违反北京字节跳动管理规定

作品含有涉嫌违反北京字节跳动管理规定的内容

影视综音频游戏版权

作品涉嫌未经授权使用影视综音频游戏等他人知识产权内容， 易导致版权风险 冒充官方

作品含有模仿或冒充抖音官方账号、未经授权使用抖音 logo 的贴纸/非主体拍摄使用抖音

logo 的商家

冒充名人

作品含有利用名人形象进行误导/欺骗用户的内容， 如：编造卖惨故事、捏造捐款事迹、伪 造励志语录/商业秘诀、诱导他人送礼物/送红包等

获客二维码相关内容

作品涉及用户在扫码领取店家优惠后，未经用户本人同意，将商家视频的广告信息发布在用

户抖音上进行推广的内容，包括但不限于：教程介绍、相关商业模式推广等行为 利用平台获利

作品含有利用平台进行不正当获利的内容，如：宣传/教授搬运站内视频去站外获利、分享 去除视频水印的软件/平台、传授“无人直播”1“睡觉直播”作弊获利等

**4.** 引人不适

重磅整理： 抖音审核规则之“引人不适” (必看！ )

【重】暴力血腥恐怖展示

作品含有展示暴力/血腥/恐怖相关元素的内容，包括但不限于：

1、展示恐怖内容,如:恐怖漫画/视频/游戏/小说/影视剧、灵异事件、使用血腥恐怖贴纸/特效、 恐怖妆容等

2、展示血腥暴力内容,如:涉及死亡/濒死/血肉模糊/大量出血、内脏/断肢/骨折、血腥动漫/ 电影/游戏/交通事故等

3、对身体造成伤害的另类造型， 如： 分舌、眼球纹身等

【中】身体外观及代谢物

作品涉及身体外观、毛发、皮肤等易引人不适的内容，包括但不限于：

1、主旨展示清黑头、修脚、头皮屑等

2、展示大面积皮肤病、痘痘等

3、其他主观引人不适的场景,如:特写浓密的腋毛/胸毛、过分扭曲的腹部、过分肥胖等

【重】密集恐惧

作品涉及密集恐惧相关的内容， 如身体/脸部密集的痘痘或痤疮、大面积昆虫等

【中】进食恶搞

作品含有在进食过程中进行恶搞的内容，包括但不限于：吐出食物、出现令人产生不适的干 呕等

【中】重度负面情绪

作品含有对即将离世、濒临死亡的人表达过度的悲伤情绪等， 易对他人造成负面影响

【重】食用恶心物质

作品含有食用恶心物质的内容， 如： 死皮、咀嚼过的食物残渣、昆虫/肉虫、排泄物等

【中】破坏身体过程

作品含有破坏身体过程的内容， 包括但不限于：

1、主旨展示医疗/整容手术、纹眉、穿刺、拔牙、植发等过程

2、主旨演绎破坏身体过程，如:血腥自残魔术等

3、其他非自残类无血腥场景的破坏身体过程

【重】宰杀动物行为

作品含有猎杀动物、伤害/屠宰/烹饪活物的内容， 如：弹弓杀老鼠、气枪打鸟、被拔毛的活 鸡、电杀猪、煮活乌龟等

【重】尸体

作品含有出现人类尸体、骨灰的内容

【中】葬礼习俗

作品含有展示葬礼习俗的内容， 不适宜在平台进行公开传播， 包括但不限于：

1、丧服/冥币等丧葬物品

2、土葬/火葬等丧葬方式

3、哭丧/烧纸等丧葬仪式

4、墓碑/殡仪馆/逝者遗像等丧葬元素

5、展示追悼会/公开展览尸体等丧葬场景

【中】不常见引人不适动物

作品涉及画面冲击力强的动物展示， 易引起观感不适，如蛇类、老鼠、昆虫等

【中】恐怖引导

作品含有故意渲染恐怖气氛、引导用户想象恐怖灵异事件、展示或特写人类尸体、展示古代 刑罚手段等内容

【重】呕吐

作品涉及呕吐过程、展示呕吐物等内容

【重】邪典动漫

作品含有把正常动画制作成血腥暴力/成人版等或对正常动漫进行阴暗解读的内容

【中】伤口/损伤状态展示

作品含有展示身体伤口/损伤状态的内容， 包括但不限于：

1、主旨展示无明显出血的大面积伤口、淤青或使用特效妆等

2、医疗过程中有出血情节，如： 透析/献血/输血时,主体拍摄输血管、血袋等

3、主旨展示血液,如大面积血渍、动物血液等

4、刻意展示身体特殊特征或残疾，易侵犯他人隐私或歧视他人，如：肢体/智力等残疾特征、 裹小脚、唇盘族等

【重】鬼畜引人不适视频

作品含有对人的视觉、心理造成严重负面冲击的内容，包括但不限于：

1、色调突变，如：底片曝光、黑白色、色彩阴暗、色彩对比差异较高等

2、画面人物五官扭曲、五官移位、器官拼接等

【中】惨叫

作品含有人或动物受伤时、家畜家禽待屠宰时发生惨叫的内容

【中】动物重度暴力血腥场景

作品含有动物斗殴、展示动物濒死状态或动物尸体的血腥场景

【中】非主旨、非真实排泄物

作品含有非刻意展示排泄物、刻意展示排泄物的仿真造型、全程出现屁声的内容

**5.** 双重审核

抖音审核机制揭秘： 双重审核

在抖音，每天有数量庞大的新作品上传，纯靠机器审核容易被钻空子， 纯靠人工审核又不太 现实。双重审核成为抖音算法筛选视频内容的第一道门槛。

机器审核：

1、审核作品、文案中是否存在违规行为，如果疑似存在， 就会被机器拦截， 通过飘黄、标 红等提示人工注意；

2 、通过抽取视频中的画面、关键帧，与抖音大数据库中已存在的海量作品进行匹配消重， 内容重复的作品进行低流量推荐，或者降权推荐(仅粉丝可见、仅自己可见)。

人工审核：

1、视频标题

2、封面截图

3、视频关键帧

针对机器审核筛选出疑似违规作品， 以及容易出现违规领域的作品，抖音审核人员进行逐个 细致审核。如果确定违规，将根据违规抖音账号进行删除视频、降权通告、封禁账号等处罚。

**6.** 低俗

重磅整理： 抖音审核规则之“低俗” (必看！ )

无低俗引导的色情资源及低俗场所

作品含有色情片头、已洗白的 AV 女优、提及红灯区、拍摄成人用品店等内容 一般脏话

作品含有“我日” 、“我干” 、“贱人” 、“婊子”等语言不文明的内容

带有性暗示、性挑逗的低俗行为

作品含有性暗示、性挑逗等易产生性联想的内容， 包括但不限于：

1、模仿、描述性行为/性高潮/性器官及感受

2、异/同性舌吻/热吻、亲吻/抚摸敏感部位(胸部、下体、臀部等)、成年人/未成年挑逗动作、 嘴部特写性感动作(吸吮手指等)、低俗手势等

3、舔耳、亲吻/湿吻、抚摸身体、使用易引起低俗互动的道具等表演发出的低俗声音

4、贴墙蹲、男性顶跨、脱衣舞等低俗舞蹈

5、低俗二人转、低俗小品等低俗表演

6、恶搞的色情/低俗内容、嫖娼/招嫖/性暗示的内涵段子

敏感部位展示及着装暴露

作品含有刻意展示敏感部位及着装暴露的内容，包括但不限于： 1、男性下体、女性三点及动物生殖器暴露等 2、人体彩绘/纹身/拔罐等过程中，未直接暴露三点的裸体或走光 3、胸部/下体特写、胸部凸点、男性下体凸出、以大胸为吸睛点等 4、三角区裸露但未露点、仅着内衣或透视可见内衣、男女床上均未穿衣服等 5、恋足癖、丝袜诱惑、SM 等特殊性癖好的着装

6、未成年人男扮女装

其他低俗行为

作品含有侵犯他人隐私或其他低俗的内容，包括但不限于：

1、哺乳过程

2、偷拍他人敏感部位、猥亵/偷窥行为、拍摄他人上厕所/洗澡等

3、男性裆部撞木杆、女性胸部夹气球等攻击、伤害性器官的动作

4、出现疑似醉酒者被陌生人带走的行为或带有相关低俗行为的表达

5、婚闹过程中出现低俗行为，如：男性带胸罩、下体夹气球等

无明显性暗示、性挑逗的轻微低俗行为

作品含有非主旨展示低俗内容， 但动作或表情等可能带有低俗感， 包括但不限于： 1、撩衣服露出肩带、运动时抖胸等轻微挑逗/诱惑的动作 2、公开演出、正规影视剧作品中出现的轻微低俗行为，如：湿吻、顶跨、扭胯等 3、与未成年人接吻或成年人较长时间的亲吻 4、言语表达带有低俗色情诱惑等话术

色情资源及低俗场所

作品含有色情资源、色情服务场所的内容， 包括但不限于：色情片、 av 演员、带有色情交 易的酒店/洗浴按摩场所/KTV 等

其他低俗物品

作品含有刻意展示易产生低俗联想的物品，包括但不限于：内衣裤、丝袜、皮裤、避孕套等 非关键敏感部位展示及轻微着装暴露

作品含有易产生性联想部位及展示内衣裤的内容， 包括但不限于：

1、长时间且带有低俗倾向的展示脚/腿/腹部等

2、深 V 露沟/露胸、全程出现内衣/裤边缘、男女或单独女性在床上疑似未穿着衣物、女性 胸部以上无其他遮蔽的非正常着装等

3、艺术照/海报/宣传片中出现外套下仅穿着内衣、选美/健美/内衣秀在舞台上仅着内衣、明 星拍摄内衣照、动漫/漫画作品中人物露臀/裸体、影视剧作品/游戏中人物着装暴露等场景

4、除婴儿外的未成年男性下半身仅穿着内裤、未成年女性无意间裸露乳沟或股沟等

5、正常穿着丝袜、皮裤但有低俗倾向的行为

严重脏话

作品含有语言不文明的内容

性行为

作品含有展示人类或动物性交、自慰等内容

涉性或性癖好相关物品

作品含有成人用品、性癖好/类生殖器物品的内容，包括但不限于:情趣用品、外形易产生性 联

想的物品等

**7.** 内容质量

重磅整理： 抖音审核规则之“内容质量” (必看！ )

搬运

作品含有对影视综艺内容进行低成本剪辑/录屏/图片轮播、利用贴纸/马赛克遮挡第三方平

台 logo、明确表达视频转自他人、不同抖音水印叠加、原创水印与作者无关等搬运的内容 无意义内容

作品含有仅自拍/对口型/无互动的合拍、视频时长过短等观赏性低且无实质意义的内容

**8.** 一直在审核中

为什么我的抖音视频一直在审核中？

所有用户在抖音发布的作品， 都会经过机器和人工审核， 因此「审核中」并不意味着你的作 品有问题。

一般情况下，审核会在几分钟内完成。

随着当日机器和人工状态的不同，部分作品审核时间可能会延长。

**9.** 审核未通过怎么办

抖音视频审核未通过怎么办？

详情请查看收到的官方消息提示。

如有疑问， 点击“详情”进行反馈。

若视频内容不违规， 会在 1-3 个工作日内恢复通过。

若内容确实违规，仍不予通过。

**10.** “视频不适合继续推荐”

系统提示： 视频不适合继续推荐，怎么办？

如果收到提示不适合继续推荐， 说明这个视频因包含违规信息， 可以根据「作品审核通知」 页的问题提示， 调整视频内容， 然后再试试投放看。

**11.** **[**创作内容处罚**/**违规提示**]**

抖音收到「创作内容处罚调整提示/违规提示」， 怎么办？

如果收到了“创作内容调整提示”的系统通知， 请按照提示规范账号行为。温馨提示：

1、若被评为搬运内容过多，请珍惜申诉机会，务必将相关证明材料提供完整，申诉后抖音 官方会尽快查看。

2 、如果涉及广告内容， 并且是企业用户，可进行企业认证，认证通过后可避免被误处罚， 并获得企业号多种权益。

二十九：抖币问题

**1.** 有音浪的区别

音浪和抖币有什么区别？ 看完你就明白了！

音浪是抖音平台专用的虚拟货币。

而抖币是音浪的计量单位。

打个比方： 音浪是人民币，那么抖币就是我们常说的一元两元

**2.** 抖加币是抖币吗？

干货满满： 抖加币是什么？抖加币就是抖币吗？

抖加币不等同于抖币。

抖加币是专门用于抖音上热门推广的虚拟货币，由用户充值。

PS：抖加币不能提现！ 不能转成抖币！不能用于打赏！

**3.** 可以转移给别的号吗？

抖币可以转移给别的账号吗？该如何操作呢？

抖币不可以直接转移。

只有通过刷礼物、领红包等形式转赠，会有一定损耗。