

短视频直播实操培训专题班

2021年3月



“引爆全民的短视频分享平台，日活跃用户6亿，日均播放量超过200亿”这意味着每天有一半的中国网民都在使用抖音

日活跃用户

日均播放量

6亿

200亿+



抖 音 短 视 频 玩 法

完播率

互动率

短视频注意技巧:

1.发布时间:

- 没有固定的发布时间，在账户粉丝高观看的时间段发布。

2.发布时长:

- 为了保证完播率可以保持在8-15S（偏营销感的产品介绍及产品展示类型的视频）
- 如果是泛娱乐等比较有趣的视频可以适当拉长时间，以看起来不要冗长无聊为判断标准。

3.前5S视频亮点:

- 为了吸引用户观看前几秒需要把最吸睛的内容放在前边。

4.多拍竖屏视频

账号定位

账号定位——是为了让观众看过账号内容后能留下印象，更进一层能和同类账号区分开来，给粉丝一个记住你，关注你，推荐你的理由。

想要有一个明确的账号定位，最好先进行一轮全面的调研

1、调研行业内10万粉丝以上的竞品号

研究对方发布过什么内容，参加了哪些话题，变现途径是什么，从而对自己账号引流闭环的规划做参考，在内容上又能做到区别，有自己的特色，甚至做到更细化。

2、调研用户，做粉丝画像

自己产品的新、老付费用户群体是谁，他们的年龄，区域，职业，性别是什么，对产品有什么更高的需求，提过哪些问题，想看哪些内容，这些内容应做成什么样的短视频？

3、调研梳理自身的优势资源

如品牌文化，有什么亮点？有动人的创业故事吗？团队有会表演有才艺的内部人才吗？产品的卖点？

如何增加视频观看量呢？要满足三字口诀：

短 快 趣

- 1、**首先要短**，为的是提高完播率，完整播放率越高，系统判定内容越优质。总时长最好控制在15秒上下，能让用户形成片刻的印记；
- 2、**其次节奏要快**，前5秒最好抓紧展现亮点，适当配以节奏轻快的热门背景音乐；
- 3、**最后要有趣**，吸引用户看下去，甚至反复观看，这是留住观众成为粉丝非常关键的一点。

有用 有趣 有利

1.结合直播/产品精准沉淀

2.总结内容形式多做尝试

3.了解最新热点，坚持更新内容，维持用户新鲜度

4.根据自己的优势寻找用户好奇的亮点确定自己的内容形式

爆款视频8要素

一款视频至少同时满足以上1~2个要素，才有可能成为爆款视频；
满足的要素越多，越容易被后台推荐

趣味性

高颜值性

实用性

技术流性

真实性

情感共鸣性

原创性

小众新奇性

1. 感官体验型 · 围绕产品做精准内容

例如生鲜业，首先可以从生产、采摘、捕捞过程的类似vlog角度切入，然后再对产品不同品种、外形、口感作讲解。

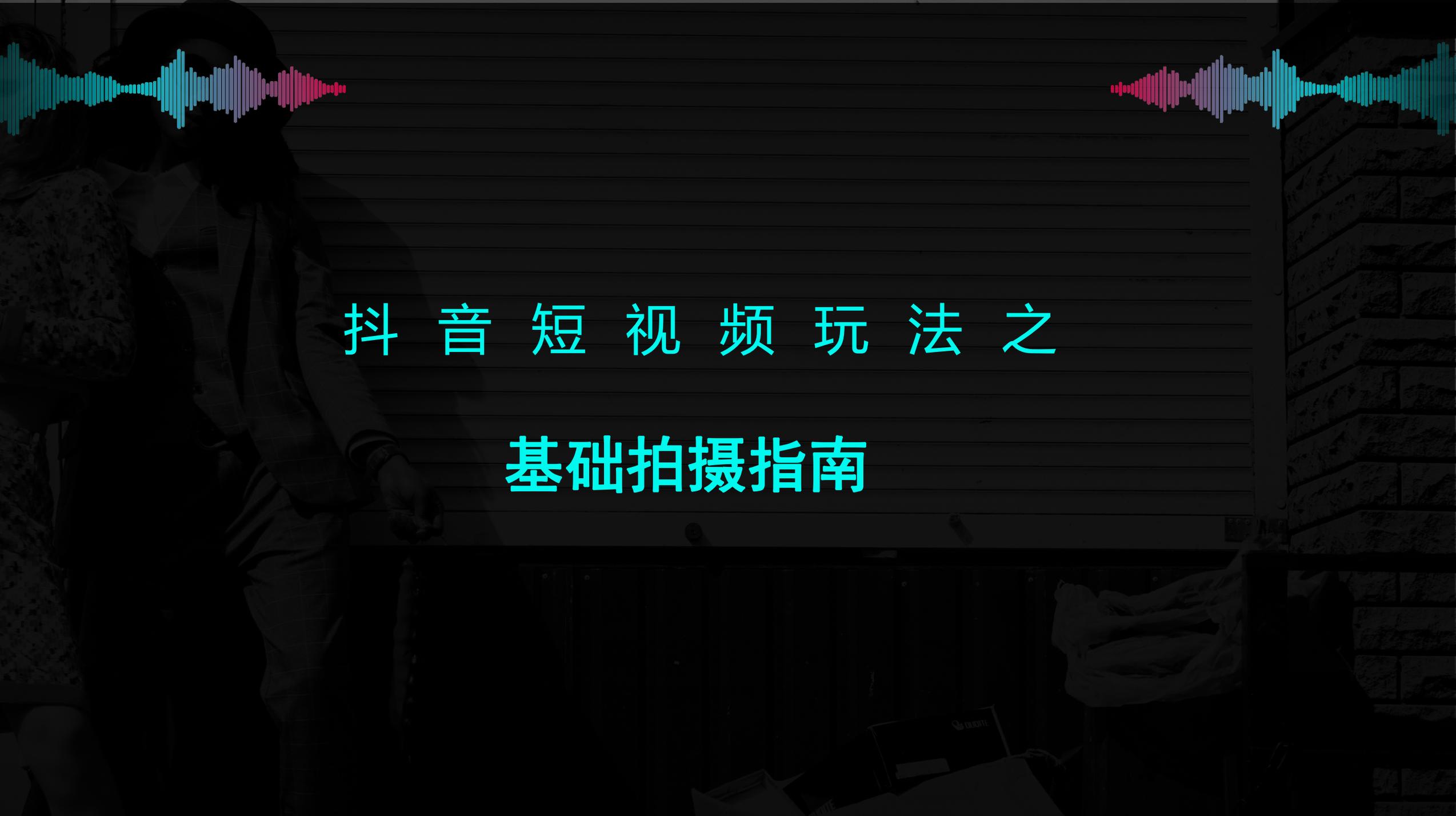
2. 产品科普型 · 在领域内做细分内容

例如视频里一问一答自形式，以消费者口吻提问，再以专业的方式介绍生鲜产品的购买技巧、食用方法，从而建立观众信任度。

3. 大众喜闻乐见型

寻找模仿平台热度最高的视频，结合社会热点舆论话题，产出一两条爆款视频，带动其他视频热度。

不被推荐类型：明显广告内容、含有加微信电话、价格便宜、重复内容、二维码等



抖 音 短 视 频 玩 法 之

基 础 拍 摄 指 南

① 画面稳定

基础拍摄指南

1. 竖屏拍摄，画面稳定，不要抖。可以通过硬件-使用稳定器、手机支架等硬件。或者软件-屈膝、憋气等方法来解决。



2. 保证画质清晰。每次拍摄前擦镜头，尽量避免逆光拍摄。



镜头擦拭前

镜头擦拭后



④ 注意收音

基础拍摄指南

4.拍摄时要注意收音，噪音不能过多。避免在嘈杂的展厅、或者车流量大的路边收音。可以借助有线耳机、蓝牙耳机等设备。





进阶指南

1. 特效 (酷炫效果)
2. 卡拍 (动感节奏)
3. 运镜 (角度切换)
4. 转场 (拍摄衔接)

进阶指南

“特效”

掌握要点：平稳

难度系数：★

特效示意：时间

特效（时光倒

流）、慢动作



进阶指南

“卡拍”

拍摄时选择
快速或极快模式，
音乐速度变慢，
便于卡拍。
或利用APP。



抖音视频截图，显示抖音号: kjj2017。画面内容模糊，但似乎与汽车相关。

进阶指南

“运镜”

掌握要点：稳定流畅

难度系数：★★

适用范围：技术流



抖音
抖音号:80386229

技术流教程
——
旋转手机

进阶指南

“转场”

掌握要点：衔接自然

难度系数：★★★

适用范围：技术流

(卡拍、运镜、
转场技巧综合)



后期剪辑

#一招鲜吃遍天



- **剪映：** 抖音官方视频拍摄剪辑软件
功能极其强大，而且所有功能都是**免费**的。特效多，智能语音识别功能和美颜功能，精确的卡点功能，丰富的抖音背景音乐，多种专业高级的滤镜，可随意添加字幕

BUT

字幕识别率不太高
导出视频会压缩

后 期 剪 辑

#一招鲜吃遍天



- **快影**：快手官方剪辑软件
自动识别语音生成字幕
中文字体多，款式多，字幕容易添加
较容易上手，剪辑功能基础但够用
- **BUT**
转场特效单一
不是每次都会保存草稿

后 期 剪 辑

#一招鲜吃遍天



- **Videoleap:**

功能极其强大，特效多，有混合、遮罩等专业功能
可随意添加字幕，英文字体多
音效多，添加方便

- **BUT**

上手难度较高，中文字体少
高级功能需收费

后 期 剪 辑

#一招鲜吃遍天



快剪辑

- **快剪辑:**

较容易上手, 剪辑、特效功能多
特效、贴纸、音频素材较多
滤镜多, 还可以对画质进行精细调整

- **BUT**

预设模板较少
功能设计稍显混乱A

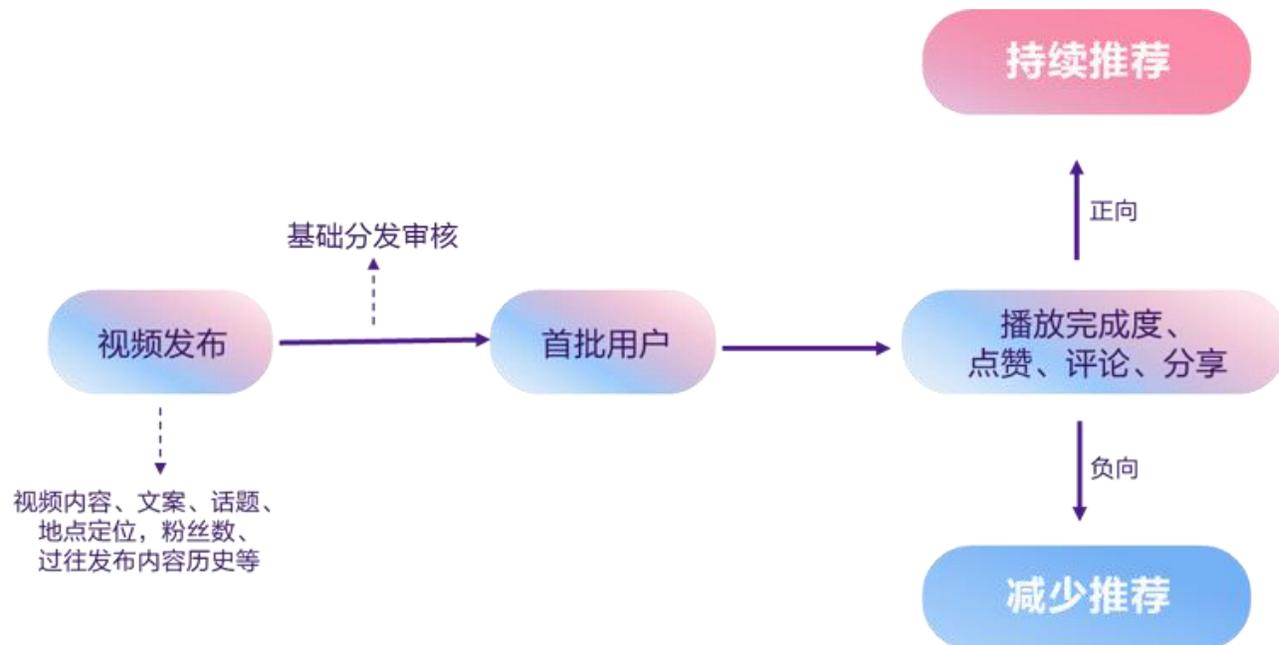




什么内容在抖音能火?

起底抖音推荐机制

热门内容将被持续推荐



智能分发
去中心化

获得流量不局限于粉丝数

叠加推荐

互动指标推动
视频向下一个流量池

热度加权

热点视频会带动
其他视频的流量

「抖音范」内容生产法则

最快速的让内容挺进C位

内容生产法则

热点追踪

不知道如何抓住用户眼球
跟着热点就对了!

Hi5 *1st 5 Seconds*

黄金5秒

不要以为时间越多越好
你只有5秒时间!

Highlights

前5秒是短视频的黄金时间，抓住前5秒用户的注意力至关重要

视频前5秒即出现核心「梗」

第一步：定位，垂直

我们要把用户群体拆分，而不要面对一个泛泛的群体去做内容。

第二步：拍摄思路与形式

逼格一定要高 要求视频整体的风格要比较潮酷、年轻化，它还要求画质、拍摄技巧都有一定水准。

保证每一帧的质量 提高完播率。必须快速进入主题，不说任何一句废话，充分利用好每一帧的画面。

真人出镜、颜值过关 抖音更愿意扶持露脸的账号，这和抖音的社交属性是密不可分的。

注意！

- 1、画面尽量稳定，不要抖，如有条件可以用稳定器，固定镜头拍摄尽量用手机支架进行固定。
- 2、保证画质清晰。
- 3、拍摄时要注意收音，噪音不能过多！
- 4、用美颜相机faceu等进行拍摄时，一定要去水印，否则不推荐！

第三步：编辑

背景音乐 选音乐主要有 2 个标准，第一是和视频内容完美配合，这是最好的；如果这点做不到，那就选择用户认知度比较高的音乐。

特效 抖音提供快放、慢放、倒放、节选段落循环放等功能，具体玩法多样。

标题、封面 标题实际上就成了一个备注，如果设置得当，也能发挥很大的作用。比如和内容配合起来玩梗，或者引导用户留言评论等。



第四步：发布、维护

发布时间 这个逻辑很简单——什么时候用户多，就什么时候发布。一般情况下，互联网产品中午会有一个高峰期，下班之后大概是 19:00~23:00 是另一个高峰期。

善用评论区 和用户进行互动。这个环节做好了，活跃度、忠诚度都会有很大提升。我们可以去评论里面引导用户，通过作者回复，甚至是让你的同事当托儿来回复，对用户进行引导。

第五步：让视频火起来！

一、利用好流量池

抖音评价你在流量池中的表现，会参照 4 个标准：

① 点赞量 ② 评论量 ③ 转发量 ④ 完播率

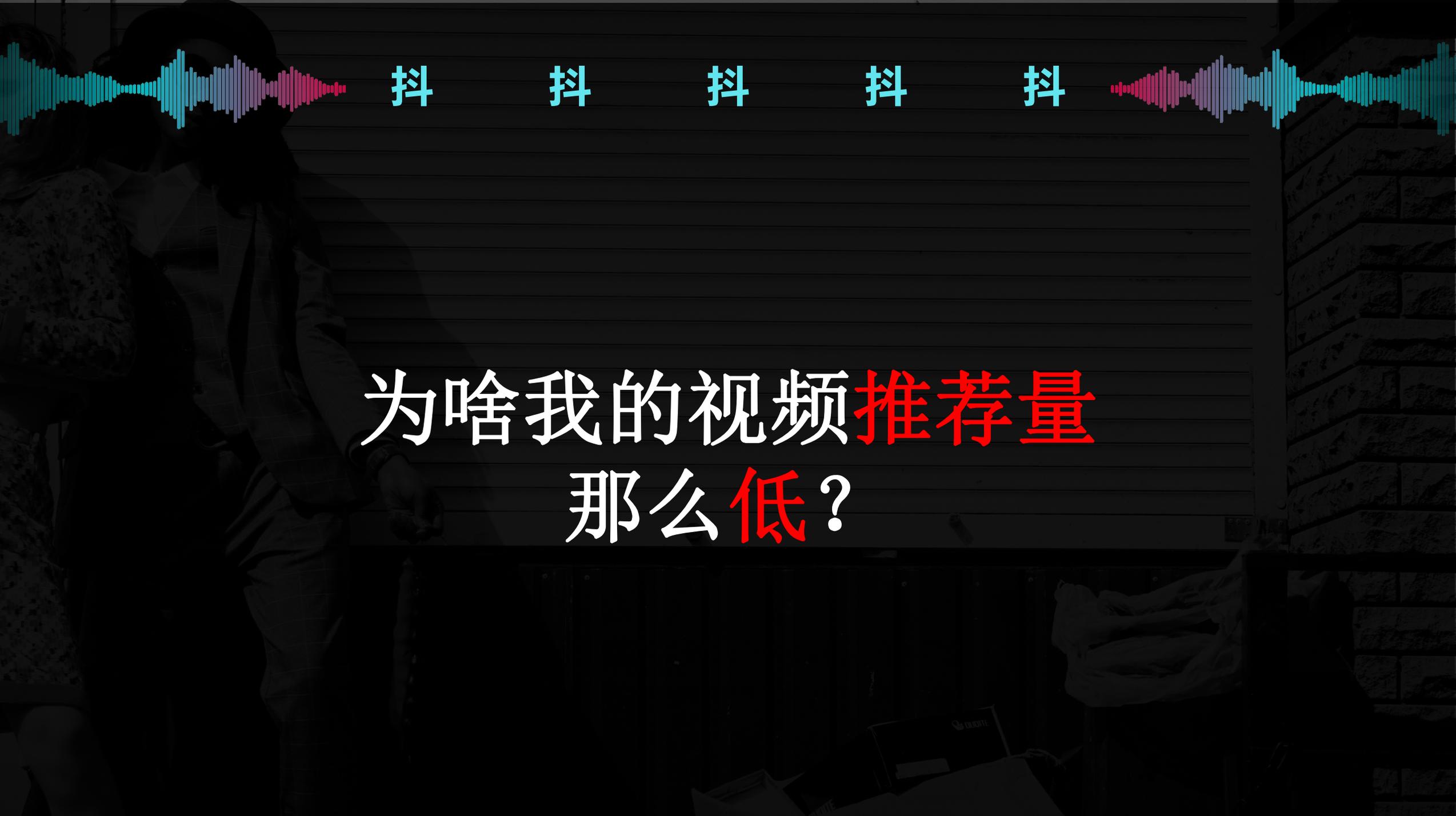
So~想办法发动所有的你能发动的力量去点赞、评论、转发、把它播放完！

二、叠加推荐

在写视频的标题文案时，应该考虑设置一些互动问题，引导用户留言评论。

三、时间效应

比较看好的一些视频，即使它一开始没火，我们也要持续去给它去做一些点赞评论，通过朋友圈去转发一下。有可能这个星期没有被推荐，但下个星期有可能就会被推荐。



抖 抖 抖 抖 抖

为啥我的视频**推荐量**
那么**低**？



短视频评级 5 个因素

1. 健康度 (用户对你内容的满意程度, 停留时长)
2. 活跃度 (DAU)
3. 原创度 (决绝剽窃搬运, 轻则降权重则封号)
4. 垂直度 (对的内容发给对的人)
5. 互动度 (留言互动)



抖 抖 抖 抖 抖

哪些行为会导致我的账号 凉凉？

1. 抄袭、搬运、冒名顶替
2. 攻击、诋毁、侮辱性的语言
3. 明显的广告、二维码信息（高手会把1%的广告融入到99%的优质内容中去）

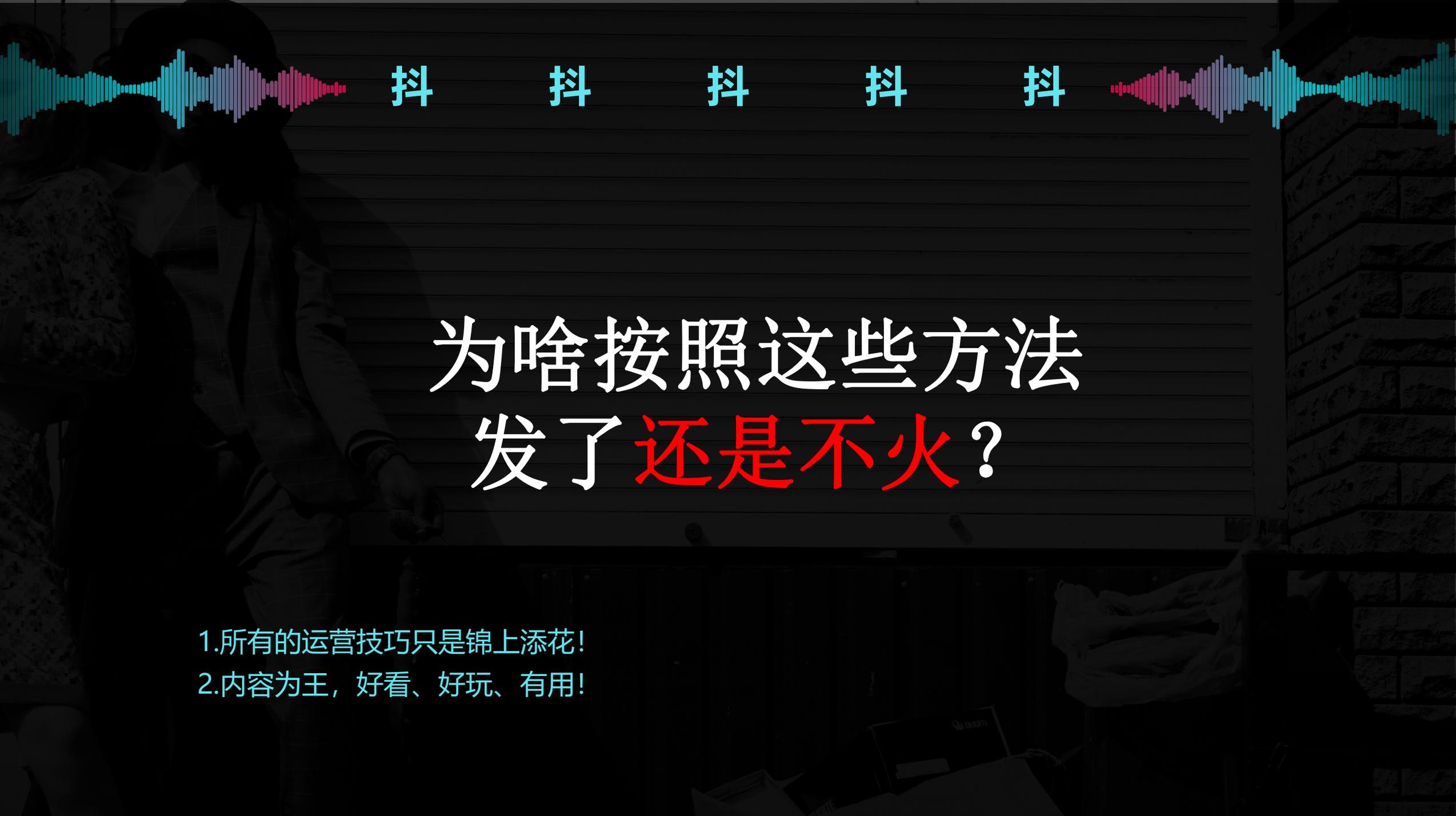


抖 抖 抖 抖 抖

为什么我的内容 点赞数不高？

优质的内容

1. 引发用户认知的提升
2. 引发用户感情的共鸣



抖 抖 抖 抖 抖

为啥按照这些方法 发了**还是不火**？

- 1.所有的运营技巧只是锦上添花!
- 2.内容为王，好看、好玩、有用!



抖 抖 抖 抖 抖

短视频运营的优秀帐号分析

账号内容运营雷区

强插广告内容



Logo露出过多
被判定为广告
被系统限流



植入过多车型卖点
被判定为广告
被系统限流



负能量内容
演员演技差，脚本无趣
内容同质化



人设飘忽不定



*以上为@大中华区总裁 数据表现不理想，部分已删除内容

蓝 V 可以这么玩儿



- 不会受到广告营销的评级打压
- 非企业认证账号发营销内容会被打压
- 企业号无特殊审核标准，不会特意被限流

★ 营销类的视频流量都不高

蓝V可以这么玩儿

自定义头图

自定义主页头图
品牌推广更直观

官方蓝V认证

官方蓝V认证及认证信息
体现平台背书，彰显官方权威

视频置顶功能

视频主页置顶
提高重点内容主页内观看优先级

60s视频发布

开通企业认证，可发布
60s超长视频，内容不再受限

链接跳转

为企业官网内容提供落地平台



认证昵称搜索前置

全昵称搜索置顶
蓝V认证用户昵称唯一锁定

认证昵称锁定唯一

杜绝盗版冒名企业
维护企业形象

其他功能

DOU+视频加热

私信自定义回复

POI地址认领



玩转抖音直播带货

常见的直播卖货形

- 1、**店铺直播模式**
- 2、**国外代购模式**
- 3、**产地模式**
- 4、**买手模式**
- 5、**帮砍价模式**
- 6、**专家门诊模式**
- 7、**清仓卖货模式**

店铺直播模式：

主播一款接一款

介绍产品，

功效，价格，

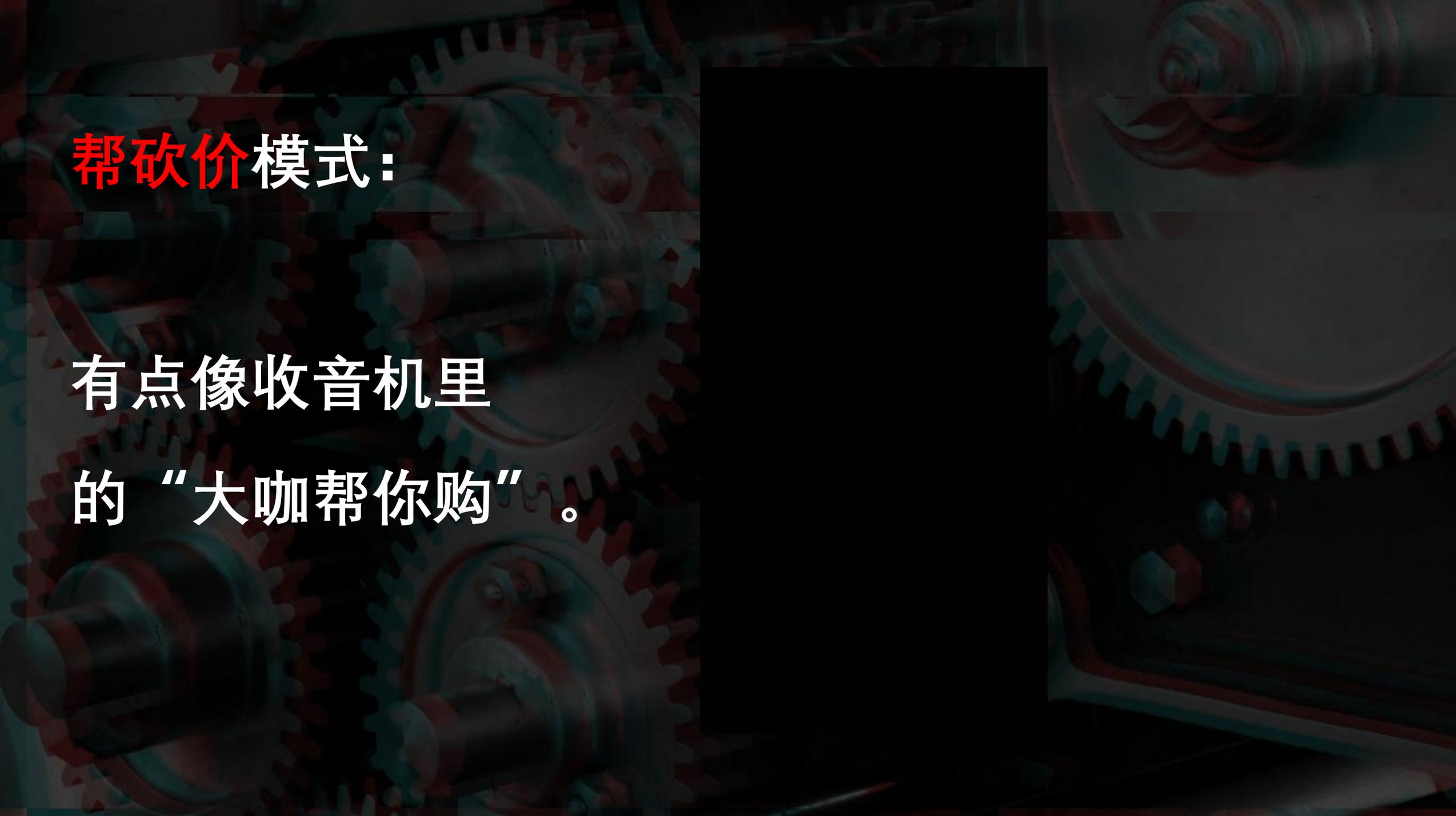
然后限量抢购。



产地模式：

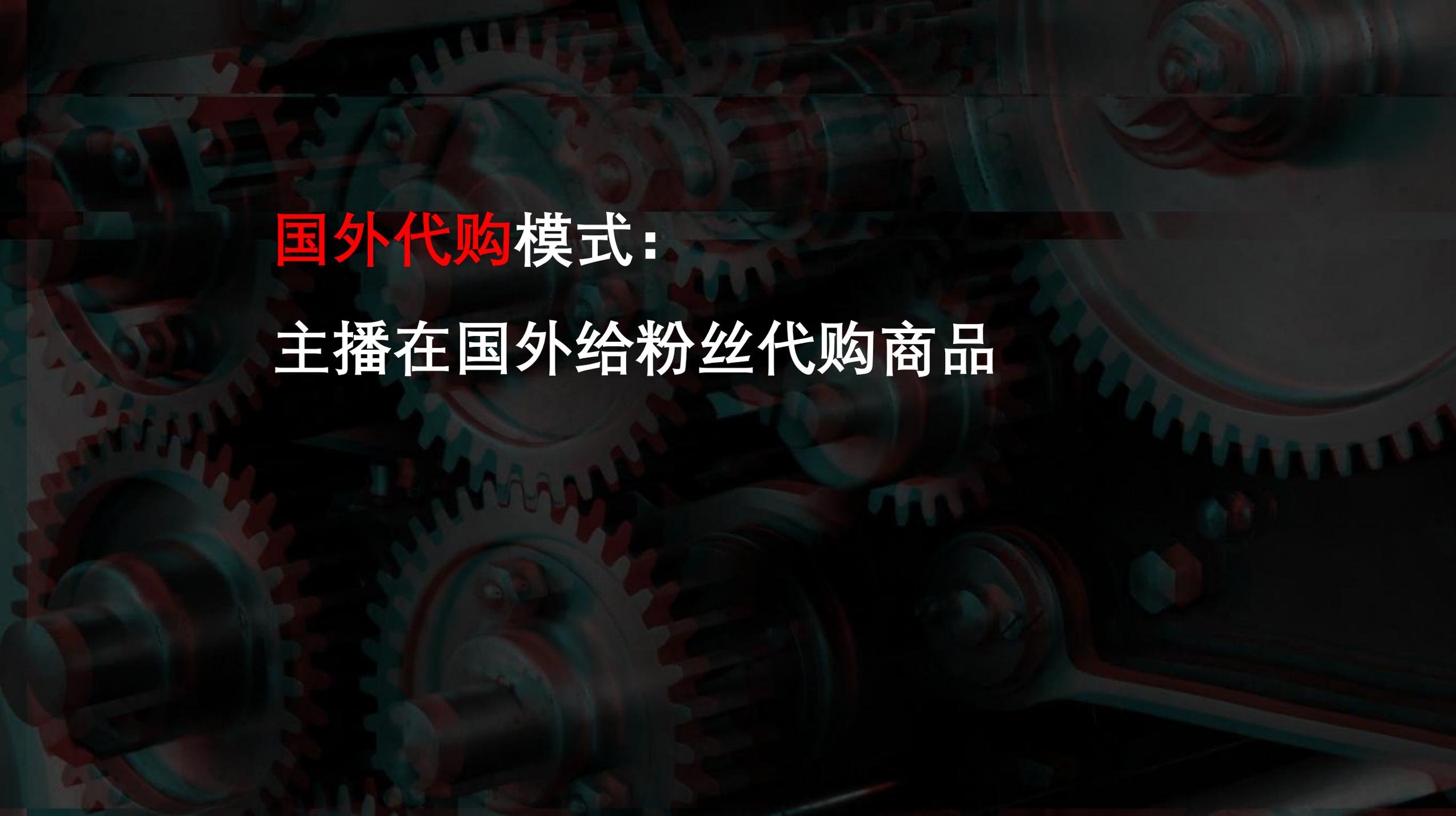
主播直接到 基地直播





帮砍价模式：

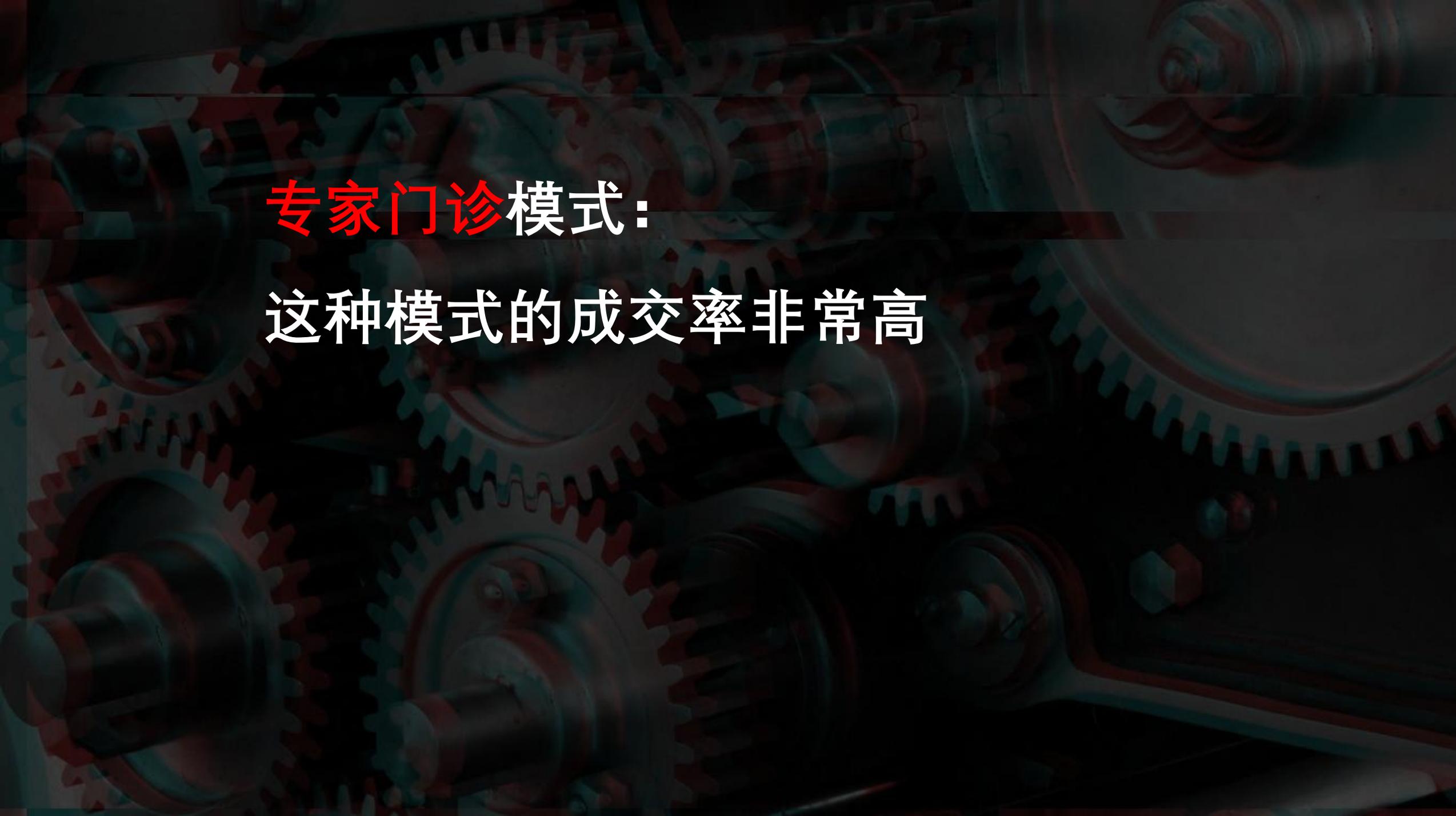
有点像收音机里
的“大咖帮你购”。



国外代购模式：

主播在国外给粉丝代购商品

买手模式：主播以
市场采购的方式满
足粉丝某方面的需
求。



专家门诊模式：

这种模式的成交率非常高

清仓卖货模式：

仓库里的货低价甩卖，一件不剩，让
客户感觉到**买到就是赚到**。

直播卖货需要的设备

2部手机：一个直播，一个**控屏**、互动抽奖用
一个直播架 一个背景布 一个美颜灯

直播带货的**五步技巧**：

1. 提出问题
2. 放大问题
3. 引出产品
4. 提升高度
5. 降低门槛

直播带货的五步技巧：

1. 提出问题：

带起话题，**引发共鸣**，引发**热议**

直播带货的五步技巧：

2. 放大痛点：

引发感受，引起重视，**诱导**需求（引发焦虑）

直播带货的五步技巧：

3. 引入产品：

横向**对比**，层层递进，**解决问题**（解决焦虑）

直播带货的五步技巧：

4. 提升高度：

详解卖点，提升价值，受人仰望

5. 降低门槛：

优惠算账，机会难得，临门一脚

直播流程

1. 开场--吸引目光, 聚集粉丝, 把直播间人气提上去 (2 分钟)

1. 拉家常: 拉近粉丝距离; 2. 卖关子讲解产品相关信息, 比如产地, 历史, 口碑, 销量, 价格等, 但是就是不说什么产品。

2. 留人 (1-3分钟)

宣布直播间活动, 如今晚抽大奖、抢红包、送限量口红、大让利产品 (超低价但限量), 并号召用户互动刷屏 (想要的扣666)

3. 挖掘痛点--激发需求 (2分钟)

场景化营销, 提前规划好产品使用场景, 直播过程中以提问或分析的方式与用户互动, 让用户自己说出产品使用痛点 (拿出产品其中一个功效我晚上睡觉被蚊子咬了, 你们觉得蚊子咬哪里最难受? 让粉丝回忆最难受的那一次)

4. 介绍产品 (3-5分钟)

1. 介绍产品的特点, 激发更多需求; 2. 介绍权威背书, 增加信任 (无农残检测证书, 非遗, 出示产品三证、网友好评、销量截图、大V口碑、网红推荐、官方资质、专家背书等, 证明产品靠谱。

5. 介绍价格 (1-2分钟)

平时的活动, 超市的价格, 分解价格, 今天价格。

6. 结束--促单, 逼单。

1. 促单: 上架100份, 这个价格只能买100份给粉丝的福利。123上架

2. 逼单: 有没有没抢到的? 有? 没付款的感觉去付款, 后台准备踢人; 我马上下播了或者马上恢复原价, 秒杀下一个产品,

直播卖货必备套路：

热场

抽奖

秒杀

抢购

限时限量

倒计时

直播过程中会遇到的问题

- 1.直播间人数太少
- 2.反驳
- 3.挑事儿
- 4.骂人
- 5.没人买

主播要做好心理建设，根据实际情况及时作出调整

直播间流量来源

1.短视频推流

2.直播广场

3.同城页

4.官方活动 话题