

短视频爆粉地图





目录



01. 短视频平台数据机制

抖音与快手、视频号的区别
教育类抖音内容洞察
抖音最受观影的知识门类 TOP5
算法
推荐公式
抖音审核机制
抖音视频质量算法
抖音运营防封号、防限流
快手的内容推荐流程
快手核心变现法则：老铁经济

02. 账号定位与内容规划

人设定位技巧
主页装修指南
选题原则和来源
标题作用和模板
视频封面设置技巧
打造抖音爆款内容的方法
优质短视频剧本与受众心理满足点
六大账号运营技巧

03. 视频拍摄和剪辑攻略

视频拍摄设备
视频剪辑工具
视频剪辑要点
视频剪辑准则

视频拍摄构图技巧

视频拍摄实战技巧

视频制作5步骤要点集锦

04. 短视频涨粉攻略

优质短视频脚本与受众心理满足点

15秒短视频剧本创造公式

教育类内容拍摄形式-课程

教育类内容拍摄形式-老师

上热门重要因素

Dou+怎么投最高效?

7大引流技巧

05. 爆款在线课程打造

课程选题质量评估标准

课程大纲设计原则

单节课内容设计结构表

学员学习动机激发方法

课程包装

音视频制作建议

06. 高效变现技巧

抖音变现路径剖析

直播环境准备

直播间上热门的因素

直播带货成交技巧

直播间留人技巧

如何提高直播转化

【抖音与快手、视频号的區別】

视频号 VS 抖音号 VS 快手号			
	视频号	抖音号	快手号
展现形式	全屏式 滑动视频	瀑布流形式 滑动视频	双列形 滑动视频
视频时长	60秒视频/9张图片	15秒/60秒/15分钟	11秒/57秒/10分钟
视频尺寸	半屏显示	全屏显示	全屏显示
标题长度	超3行折叠	55字以内	超37字折叠
微信支持	可加微信号 公众号文章链接	不能加微信号	不能加微信号
视频编辑	素材编辑插件 音乐库	素材编辑插件 音乐库	素材编辑插件 音乐库
微信转播支持	微信全生态转播	微信全生态转播	微信全生态转播

【教育类抖音内容洞察】

1

用户对教育行业相关工作者的内容产出有较高的偏好

2

教师/老师、学习、读书等相关话题关注度高，播放量普遍

3

打造名师IP成为新业态

【抖音最受观影的知识门类 TOP5】

美食制作

家常菜做法 | 辅食制作 | 懒人早餐 | 烘焙教学

语言教育

英语教学 | 日语教学 | 韩语教学 | 法语教学

学科教育

数学知识 | 化学实验 | 物理实验 | 历史知识

职业教育

电脑技巧 | Office教程 | 编程教学 | PS教学

知识科普

法律知识 | 消防知识 | 健康科普 | 天文科普

【算法】

抖音算法
的好处

公平竞争-专注优质内容即可遏
低质内容（搬运+用户讨厌）

第一次
推荐

大致上：播放量（完播率）>
点赞>评论>转发。这一步我
们暂且称为第一次推荐

抖音算法
公式

热度=AX视频完播率+BX评论数
+CX点赞数+DX分享数（系数A、
B、C、D会根据整体的算法实时
微调）

【推荐公式】

抖音热门推荐机制

抖音的流量分配是 去中心化智能推荐 机器算法+人工双重审核

初级推荐

用户上传抖音视频，获得首波推荐流量，新视频流量分发以附近，关注和好友为主。

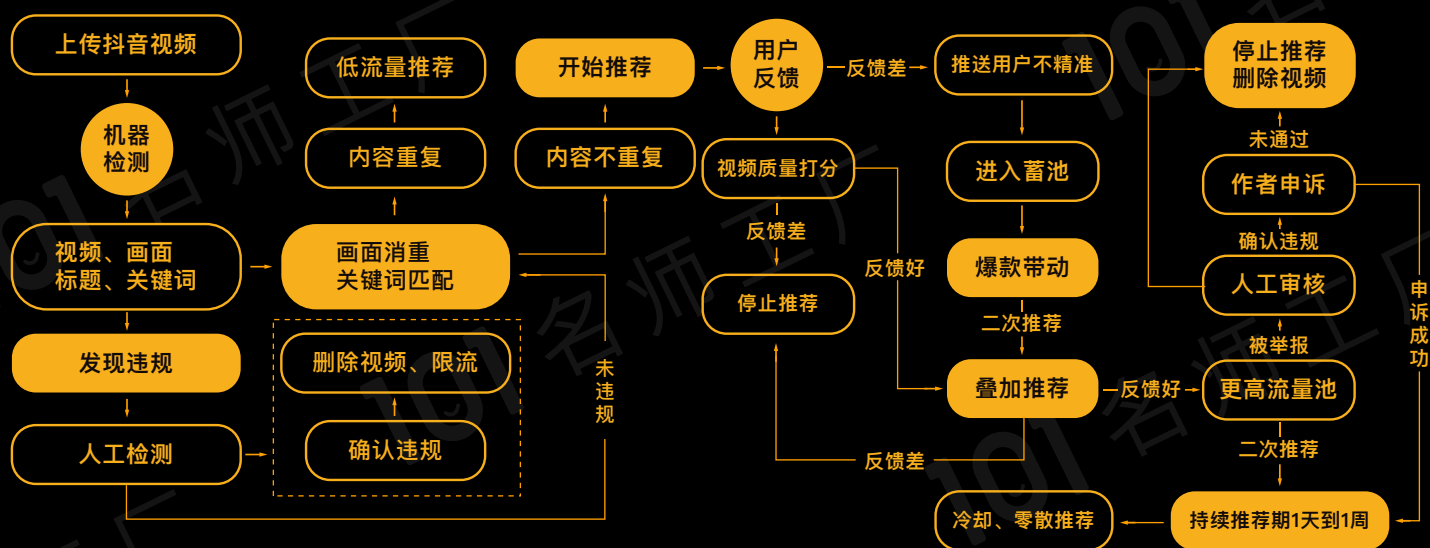
多级推荐

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

热门推荐

根据系统热门推荐算法，择优质视频内容，经由人工审核进入热门推荐。

【抖音审核机制】



【抖音视频质量算法】



【抖音运营防封号、防限流】

限制流量
屏蔽热门
屏蔽功能

违规惩罚

限制使用
删除视频
封号数日

账号违规
资料违规
评论违规

常见违规

关键词违规
版权违规
操作违规

涉毒
涉黄
涉暴

作品违规

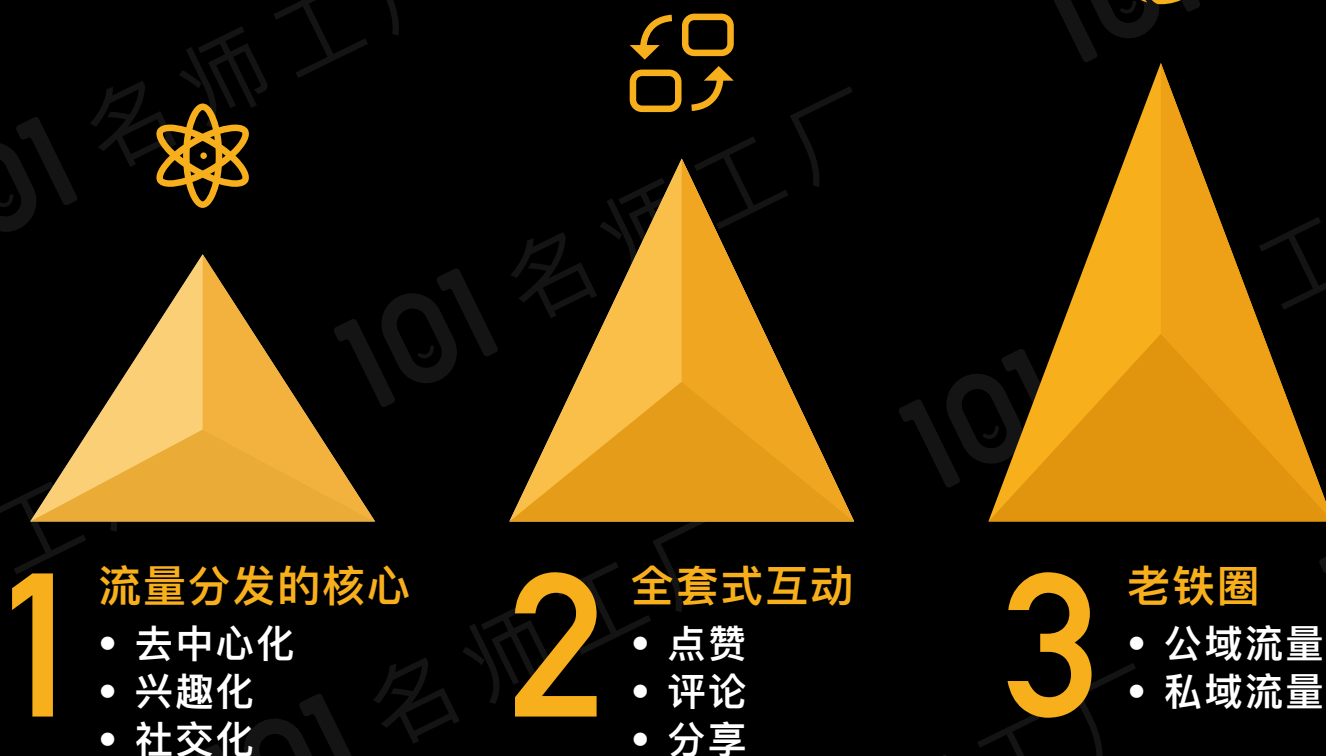
涉政
等不健康内容

【快手的内容推荐流程】



【快手核心变现法则：老铁经济】

三部曲打造老铁经济



【人设定位技巧】

问自己三个问题

我是谁

明确账号人设定位是否清晰，是否是一个有潜力的IP

我是干什么的

明确自己要干什么，知道自己的目标用户是谁，以此选择IP的方向和类目

凭什么让别人喜欢我

想清楚自己的用处在哪里，选择自己最有优势的赛道

①形象 and 个性要有记忆点

自己的外貌特征、个性，能不能给观众留下记忆点

②账号内容符合自己的兴趣爱好

人设一定要是你感兴趣的方向，并且有一定的经验或阅历

做好人设定位的基本要素

③符合用户需求

在确定自己人设的时候一定要确定你的人设可以满足大众的什么需求

⑥做可持续产出的内容

指的是你的人设是否可持续，在你的人设下能不能源源不断的产生内容。如果不可能持续输出内容，用户很快就会把你忘记

⑤坚持输出正确的价值观

人设下所呈现的所有东西都是自身价值观的体现，所谓的价值观也就是你内心所相信和坚持的，输出正确的价值观才能走得更加久

④提供差异化的内容

你的人设和市面上同类型的账号相比，你们有哪些不一样？

【主页装修指南】

头像

有个人特色，高辨识度、高清、和账号内容相关

昵称

好记，一看到关联事物就想到你，用拼音输入法能够方便打出来

个性
签名

1、我是谁？告诉别人你的身份
2、做什么？告诉别人你是做什么的
3、关注我能给你带来什么好处

背景
图片

可以补充说明我们账号的内容、证实我们的个人能力、引导关注

个人
资料

填写性别、年龄、毕业院校，注意符合人设

权威
背书

展示从业资格、达人认证、专业形象等

【选题原则和来源】

选题原则



关联性：

选题内容和账号内容一致



热门性：

选择最新热门的题材



新鲜感：

稀缺性、生活中少见



人设感：

符合本账号的IP人设定位

精彩评论

点赞高的评论、网易云音乐评论

反差

高端vsLow、高vs低、有钱vs没钱

选题渠道

微博、知乎、百度、公众号
达人关键词搜索整合

关联性

挖掘同行、研究同行
创新同行

数据追踪

利用数据软件追踪爆款视频

段子编排

搜集段子、根据段子编排内容

选题切入

干货

实操技能、干货分享

模仿

电影经典桥段、
影视经典人物

励志

正能量展示、不屈不挠、
积极向上

唱反调

热门观点反驳、揭露常见误区、
还原真实情况

选题来源

【标题作用和模板】

标题作用	给系统看	获得更多精准推荐
	给用户看	提升作品的互动率（转评赞）和完播率

标题模板

蹭热门式

将热门话题
融入标题
提升作品
曝光量

悬念式

激发目标用户
好奇心
具体内容
留在视频中
讲清楚

对比式

制造出
冲突性看点
对比的差异
越大
往往越吸引人

总分式

总:就是中心意思
分:是分层叙述
总体来说:
就是表示总叙和
分述的关系的
结构方式
总分/分总式能够
增强标题节奏感让
亮点更清晰

挑战式

标题通过
挑战用户的常识或
固有印象
激发他们的
好奇心、好胜心

启发激励式

做读者的
良师益友
通过启发式的
提问、点拨
激发起
观看用户的共鸣

干货式

针对大众
关心的问题
给出权威解答

讲故事式

喜欢看故事
是人类的天性
有画面感
和冲突感的标题
会大大增加
可读性

【视频封面设置技巧】**主要作用**

吸引用户点击

+

低成本获客

+

增加曝光机会

设置原则

字不要太多
不要超过30个字

封面最好
停留1~2秒

01

字一定要大
不低于24号字

02**03**

字居中排版

04

● 常用封面设置技巧

- 人格化** 封面用本人，比如毛毛姐
- 买家秀** 封面用美食、美景、美妆
- 美人图** 漂亮的小姐姐、帅气的小哥哥
- 表情包+配字** 视频中表情+文字
- 固化模板** 每期封面模板都一样，只更换元素
- 创意式** 贴片、遮盖、连续剧、电影

【打造抖音爆款内容的方法】

搬运法	从微信公众号搬运：关注一些高质量的账号，找出他们的金句，然后整理出来做成视频
	从电影、电视剧、网剧里搬运：电影有很多经典的桥段，把那些已经火过的，可以直接搬运到平台再来一次
	去大的视频网站搬运：找到优酷，腾讯或者是国外的一些视频网站，找到点击量高的视频，直接下载过来，去除水印之后，直接上传
模仿法	热点模仿：看到什么火，就参考热门视频的脚本，翻拍视频
	系统模仿：找到对标的账号、IP，然后分析他的脚本、套路，进行模仿
内容还原法	深度拆解爆款视频的标题、选题、文案、结构、脚本、背景音乐、拍摄环境等方面，再将自己的内容套用到拆解出的模板中，做出自己的视频
跟拍法	积极参与抖音挑战赛：还可以自己制造视频模板，或者发起话题，让粉丝跟拍，仿拍
反转法	在设计内容的时候，通过反转给粉丝一个意料之外的结果

【优质短视频剧本与受众心理满足点】



【六大账号运营技巧】

● 选择适合自己的平台

对于自媒体人来说，选择一个对的平台很重要。我们可以根据各个短视频平台的特点来选择合适的短视频平台。比如快手更着重下沉城市及市场。而抖音更注重年轻以及主流用户。B站典型二次元，学习相关。

● 基础资料要完善

给你的账号好好设置名字、头像、个人简介、背景图片、个人资料等内容，给粉丝留下良好的第一印象。

● 了解短视频平台算法

了解短视频平台算法，是做短视频运营的重要环节，比如抖音的推荐机制是中心化，靠大数据模型去做推荐，主打比较前卫内容，更新即时，主要人群集中在一二线城市；而快手更注重个体的粘性和用户体验，主要人群在三四线城市。

● 内容创作要有干货

在创作视频内容的时候，可以根据领域定位，结合你的受众人群，创作出受众喜欢的短视频内容。

● 增强用户的互动性

发布视频以后，要积极与粉丝互动，做好粉丝维护，也可以在视频开头做一些抽奖活动引发用户转发评论，提高视频的数据。

● 运营要有计划

做短视频运营要有计划，不能三天打鱼两天晒网。如果确定做就要保持一个稳定频率。

【视频拍摄设备】

种类	优点	缺点
手机	方便携带，价格实惠，操作简单	视频码率较低，中低端手机拍摄画质较差
单反相机/微单	携带较为方便，拍摄画质好，手控调节能力强，镜头多	价格贵，操作性差，拍摄时间短
业务级摄像机	电池蓄电量，可以长时间使用	体型大，价格昂贵，画质没有相机好，操作性差
家用DV摄像机	小巧方便，清晰度高，稳定性强，操作简单，可以长时间使用	价格偏高

【视频剪辑工具】

剪辑软件	剪映 推荐指数：★★★★★
优点	• 内含诸多功能和剪辑的教学，同时适合刚入门的同学； • 界面简洁，基本剪辑功能齐全，诸多“灵感”模板可以一键套用； • 具备“快字幕”功能，在录制视频时系统分析语言自动生成字幕，完全免费； • 想上抖音热门的朋友，用它分享视频，可以获得平台的流量扶持，增加视频的曝光度； • 免费去片头、无水印。
缺点	• 片尾有剪映的LOGO，需要设置； • 分辨率超过1080p的视频，画质会被压缩。

剪辑软件	VUE 推荐指数：★★★★★
优点	• 滤镜、美颜功能强大; • 既可以设置超宽屏画幅,也可以设置圆形画幅; • 设置了【学院】功能,社区模块可以结识很多小伙伴,相互学习; • 专门设置了vlog套件,一键使用模板,添加素材,就能快速为你自动生成一段vlog视频; • 软件设置了【学院】功能,不知道vlog怎么拍的小伙伴,轻松一个视频就能让你搞定拍摄方法。
缺点	• 没有音乐卡点功能; • 自动识别字幕需要收费。

剪辑软件	快影 推荐指数：★★★★★	快剪辑 推荐指数：★★★
优点	• 可直接上传快手; • 丰富剪辑教程,边玩边学; • 一键自动语音识别字幕,只需3秒。	• “玩法学院”开设了各种教程玩法,让你边玩边学; • 界面干净简洁,基本剪辑功能齐全; • 录制语音视频的时候,可以一键自动识别生成字幕; • 免费去片头、水印。
缺点	• 识别语音出错的字幕很难修改; • 只能导出10分钟以内的视频。	• 特效、卡点模板比较单一; • 渲染时容易卡顿和闪退。

剪辑软件	insShot 推荐指数：★★★
优点	• 支持iOS和Android系统,可以满足基本的剪辑需求; • 可以调节滤镜,手动调色,还可以改变音色和音速。
缺点	• 中间若需要调整的话比较麻烦,无法直接对处理中的片段进行操作,精细化处理有点困难; • 自定义视频导出分辨率,且不会降低导出视频的画质; • 但想去除水印和解锁更多滤镜的话,还是要花钱购买。

【视频剪辑要点】

转场类

闪白

- 用空白场景穿插在画面切换中，如闪光效果
- 刺激强烈，产生速度感，适合节奏强烈片

叠化

- 合成时以1-2帧重叠合成来做切换
- 用于平滑过渡效果

动作连接

- 一个动作两个大小有差异画面来连接
- 可按照7:3的比例来连接，达到动作流畅的效果

光效

- 拍摄结合后期制作达到最佳光效
- 快速变化或保持变化的光效，更出色

构图声音

构图

- 对称构图——严肃、权威、力量等表现
- 不对称构图——动态、时间与空间都有变化的立体构图

声音画面

- 环境声先入后出，考虑延迟，不必严格对应画面与波形图剪切点可错开1-2帧

画面色彩

尽量避免纯色，注意
颜色层次过渡

色彩类

灰度调整

去掉色彩只看灰度，
避免过度调整

影调色彩

黑白或彩色画面组
接都需保持影调色
彩一致性

【视频剪辑准则】

画面过渡自然

问题

不同视频组逻辑不连贯

轴线关系混乱

音乐、音效失位

解决

转场之间加彩色闪的闪光

前一个镜头的后两帧和后一个镜头的前两帧添加方向模糊效果

前一个镜头后两帧分别放大百分之150，百分之250

下一个镜头前两帧分别放大百分之300，百分之200

节奏感的把控

问题

没有轻重缓急，抑扬顿挫

解决

有背景音乐时，随着节奏舒缓时放长一点的镜头

影片越往高潮发展，每个镜头越来越有张力

镜头画面天头留白

问题

镜头中的主要元素（多为人物）上方留白不够

解决

选择具有天头留白的画面进行组接

选择精彩、画面感丰富的画面组接

画面主角完整性

问题

画面太杂乱，装饰元素太多

解决

不要采用多余的线条、物体、图形、符号

前期镜头杜绝边缘切掉人物脸或者身体

【视频拍摄构图技巧】

初级构图

中心构图

重点突出、主体明确

- 拍摄主体置于画面的中心进行拍摄
- 适用拍摄主体单一、注意背景保持干净

三分线构图

画面紧凑，具平衡协调美感

- 将画面分3部分，焦点放在分线上取景

九宫格构图

均衡画面、自然生动

- 主体放在“井”字画面的交叉点上构图

黄金分割构图

均衡画面、自然生动

- 此构图法可突出主体，在视觉上感受舒适

规整唯美、不拘一格

- 可产生整体感和旋转的视觉效果

圆形构图

细微区别、各有其美

- 仰拍就像小孩看世界的视角，让画面主体散发出高耸、庄严的感觉

仰拍构图

富有层次、对象醒目

- 利用拍摄主体与镜头间的景物进行构图

前景构图

进阶构图

高级构图

光线构图

不同角度、光影艺术

- 顺光、侧光、逆光、顶光等光线运用

景深构图

光圈调节、效果对比

- 主体范围清晰，其他地方模糊的效果

透视构图

延伸成点、立体感强

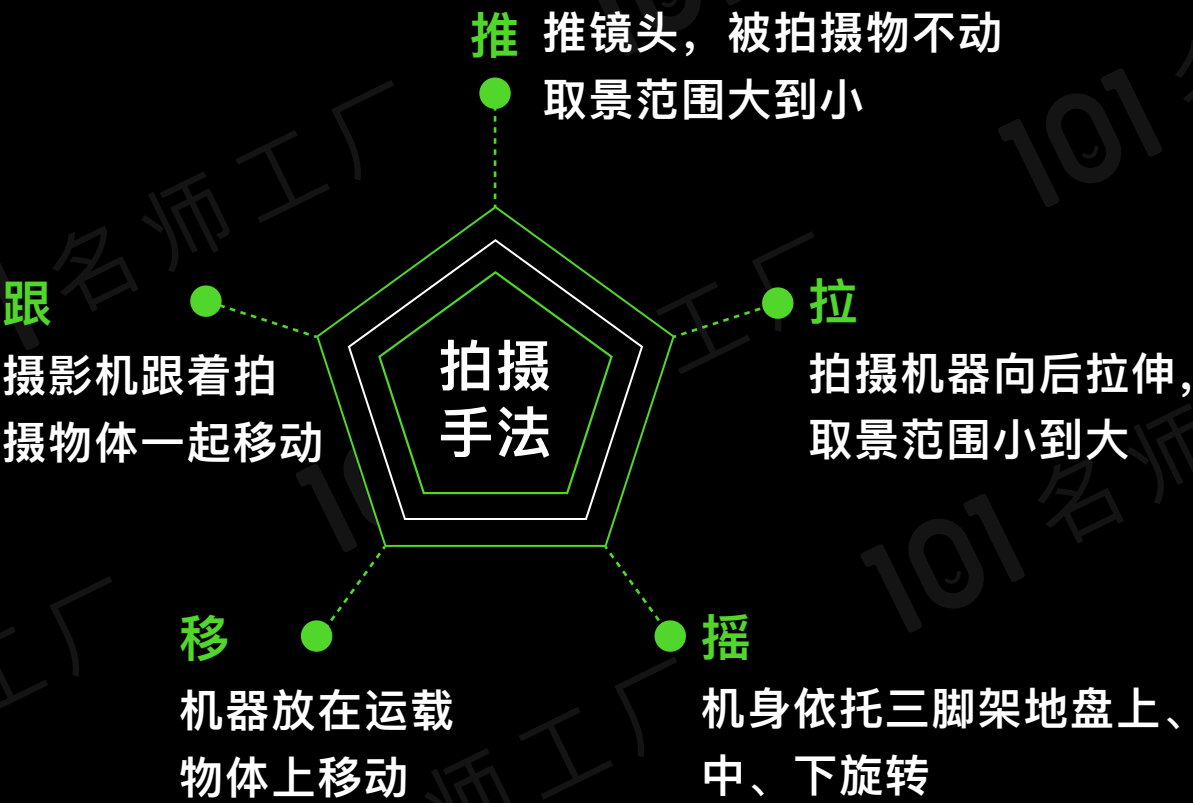
- 透视“近大远小”规律，引导观众视线

【视频拍摄实战技巧】

关键C位



音乐准备 — 储备 — 根据定位建立合适的音乐库



【视频制作5步骤要点集锦】

团队
建设

01
编导

02
拍摄

03
剪辑

04
运营

剧本
策划



内容打造

- 构思直击观众心灵
- 情节满足受众要求
- 内容容易引发共鸣



台词和角色

- 台词设计符合角色性格
- 角色性格避免一成不变
- 台词要有爆发力和内涵

视频拍摄 开拍重实践

- 剧本润色+安排具体拍摄场景+时间详细计划
- 设备、人员、内容缺一不可

剪辑包装 后期制作

音乐 有利于烘托氛围

字幕 帮助观众理解视频内容

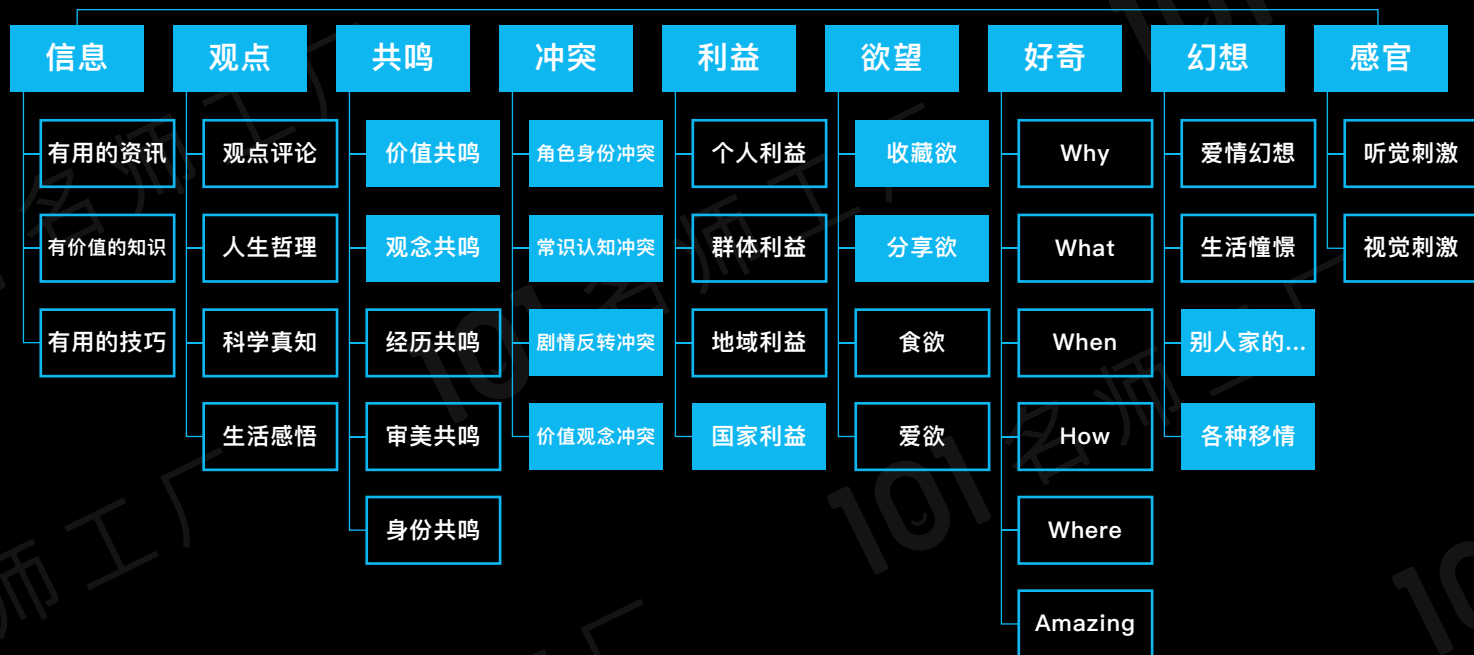
视频 特效吸引观众目光

注意 细致、真诚、新意

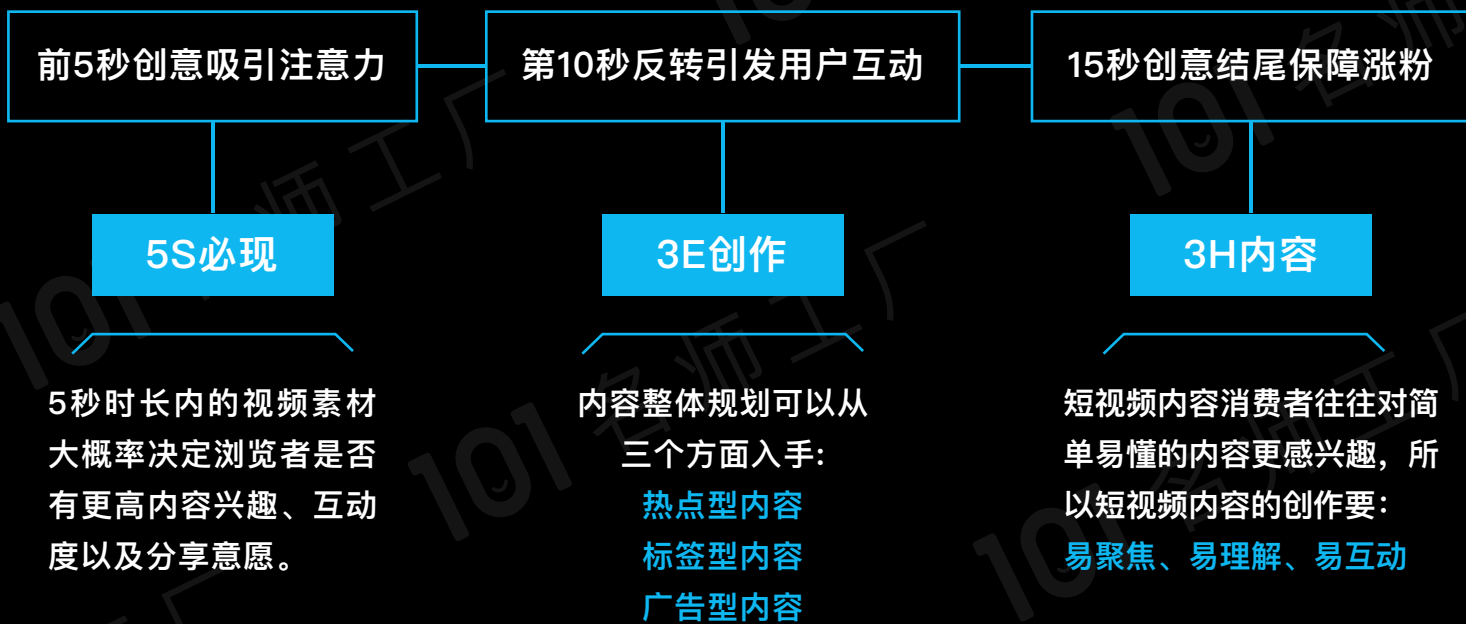
上传发布 分享作品

广撒网，多渠道，如微信、微博、QQ空间

【优质短视频脚本与受众心理满足点】



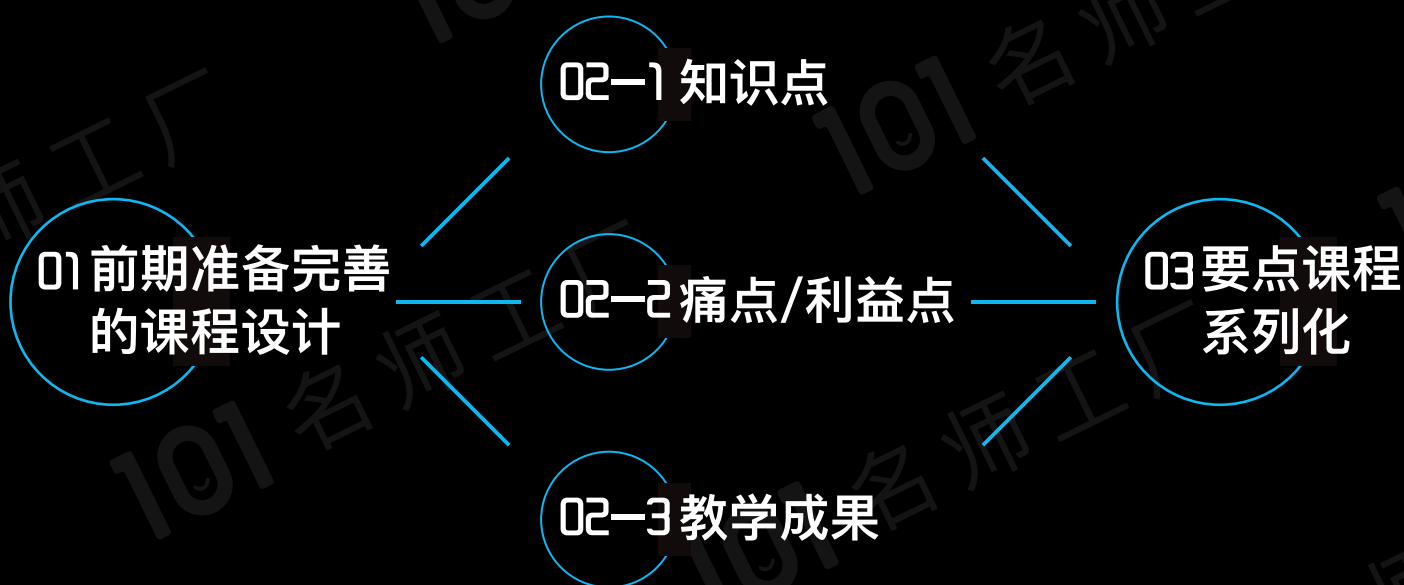
【15秒短视频剧本创造公式】



【教育类内容拍摄形式—课程】

课程怎么拍？

课程正式开拍前，完善的课程设计是一切的基础。课程设计需要通过**技术和产品展示**类内容凸显教学实力。也可以将已有的课程内容线上化，对于录制的课堂内容进行剪辑，提炼要点、总结，简短地传递相应观点。比如一个视频教会一个知识点。



系列化包括“内容系列化”与“形式系列化”

- 内容系列化制造“期待感”

不断更新的情景短剧、教程类视频等，让用户对该账号内容产生持续的期待。

- 形式系列化为用户创造“熟悉感”

固定的台词、场景、动作或对白声音等，都可能成为达人或账号的标志性符号，让用户对该抖音账号产生熟悉感与认同感。

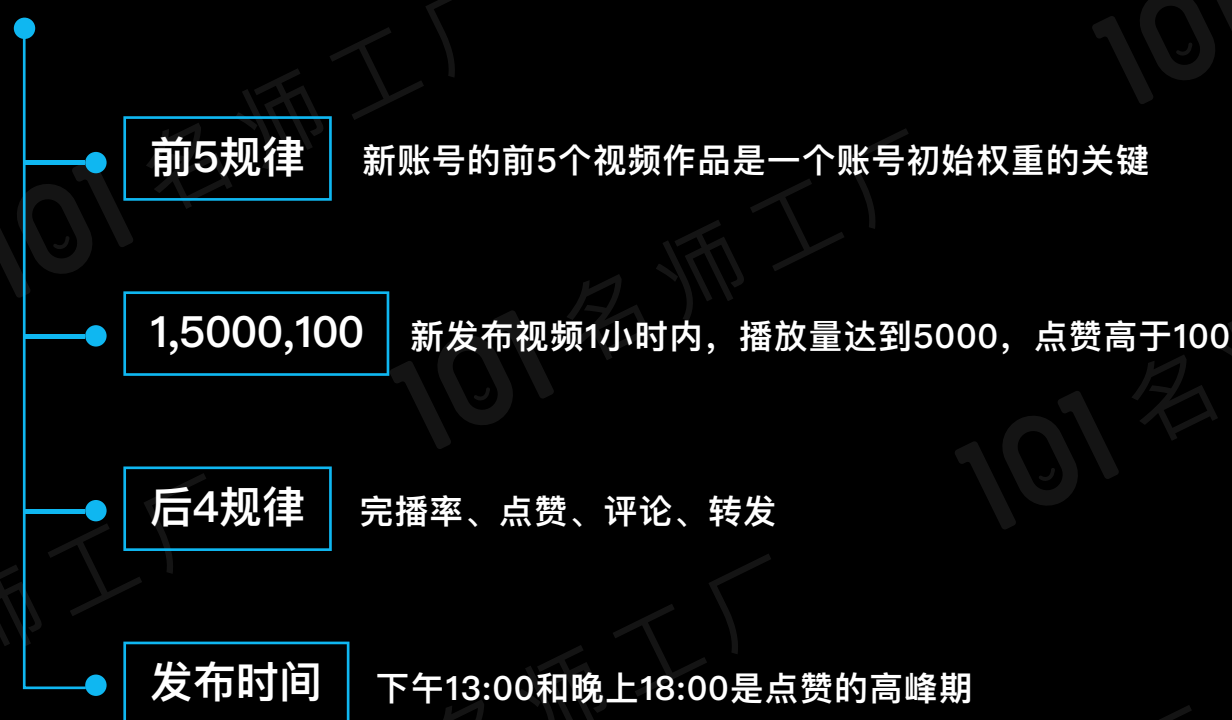
【教育类内容拍摄形式-老师】

课程怎么拍？

- 出境老师的言行举止除了代表TA个人外，还承载了企业形象、服务理念及业务水平。在这里，老师就是用户与教育企业沟通的桥梁、情感投射的载体。
- 优秀的出境老师可以使企业形象更生动，增进与用户的羁绊。故，拍摄前期需重塑老师的个人形象，包括性格特点、个人喜好、同学生的互动模式等等。老师带着全新的标签出发，成为企业的符号化形象，便于传播。



【上热门重要因素】



绑定官方热点或热门

一定要多参与官方热点话题、挑战、活动等

多用热门音乐

用户对热点BGM没有抵抗力

多@抖音小助手

建议所有视频都带上

定位到热门商圈

也有助于提升视频权重

【Dou+怎么投最高效？】

3种投放方式



系统智能投放：

系统会根据个性化推荐将视频推荐给感兴趣的用户；



自定义定向投放：

可选择性别、年龄、地域、兴趣等定向方式；



达人相似粉丝投放：

可根据你的视频类型选择相应类目的优质达人，选定后系统会将视频推荐给与达人的粉丝兴趣相近的人群。



【7大引流技巧】

常规技巧：内容涨粉，坚持发垂直作品；每条都要回复；网红地打卡；数据分析下的热点内容。

话题涨粉：热搜话题与争议话题自然涨粉。

互动涨粉：发粉丝群、互推。

挑战涨粉：挑战类型（话题、特效、趣事、商业合作、多人）；
如何参与（左上方—搜索框—任意字—挑战—左上方—搜索框—挑战—拍同款）。

评论区话术涨粉：帮用户解决问题；和用户做朋友的口吻；
评论区打造人设IP；对粉丝引导，不要喷、怼。

私信涨粉：私信（友好、解决问题、兴趣点、好奇），
如何发私信（抖音首页—右上角【……】—点击发消息）。

Dou+功能测试：粉丝在700—1000，尝试投放DOU+；
单条视频投放预算一般控制在300左右投2—3次DOU+，每次100元；
回收数据，相应做出投放策略。

【课程选题质量评估标准】

第一等级

选题方向高度满足用户痛点，引导用户实现理想自我，用户购买课程的动机强烈、场景契合程度极高

第二等级

选题方向是部分用户痛点或者大多用户痒点，有助于用户实现内心希望拥有技能，或成为理想自我，用户购买课程的动机比较强烈，场景契合程度也比较高，客户需求相关性

第三等级

选题方向是用户一般需求，用户能得到基本的能力或成长助力，有基本的应用场景

第四等级

选题方向用户需求比较小

第五等级

选题方向没有用户需求

【课程大纲设计原则】

1

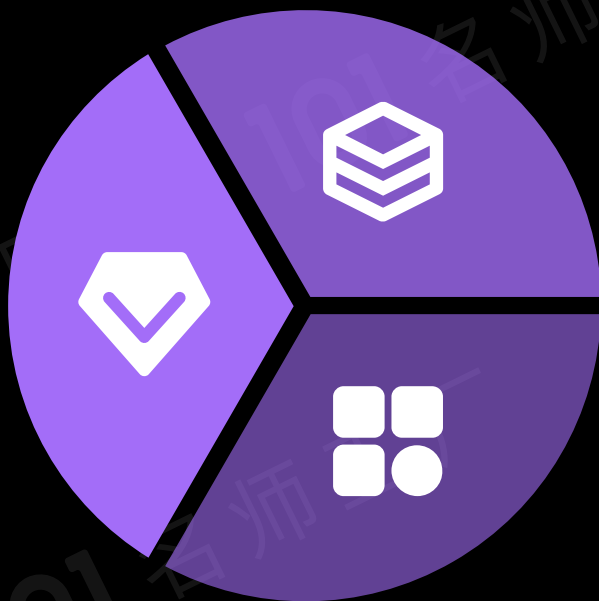
主题突出

明确课程定位与目标人群，课程内容的选取与内容排序逻辑要能够体现课程大纲设计的底层主题逻辑，让人阅读之后有清晰的主题感和内容获得感

2

分模块与内容详实

课程大纲根据课程内容分模块展示，一般课程3-4个模块，并按照课程逻辑排序；二级课程大纲可以采用小标题+小短句解释的形式展现，清晰说明课程内容



3

突出价值感与场景化

课程大纲多用有确定感的数字、有获得感的对比、痛点场景引入等措辞技巧强化课程的价值感与场景化

【单节课内容设计结构表】

- 每节课用一个slogan，增强仪式感
- 老师自我介绍精简、新颖、与主题相关
- 侧面凸显自己的权威、专业，塑造信任感

与课程主题相关并且是学员熟悉的内容、故事、痛点和场景，唤起学员的学习动机和兴趣

开头语

课程引入

正文

总结语

- 一节课尽量一个主题、且在开头亮明，结尾强调

- 围绕问题+方法+怎么使用+案例+总结的形式

呈现

- 课程的难点要有相应的教学、直观场景展示、作业、实操等设计

- 有意识的再课堂设计中设计2个以上嗨点，唤起学员思考

- 总结全篇主要内容，提出启示和建议，点明价值
- 金句结尾，升华主题，适度延展课程

作业/课后提问/课后互动

布置经过设计的思考题、作业

【学员学习动机激发方法】

- 1 课程调研要解决学员的刚需痛点
- 2 将课程学习与学员的现实生活、工作联系起来
- 3 要以有趣的诱导性问题引入
- 4 建立服务机制，比如作业微博、社群打卡等
- 5 传达收益与价值，清晰告知课程收益及未来应用场景
- 6 内在动机唤醒，帮助用户建立成长性价值观
- 7 设计机制让进步能够显现出来比如表扬、奖状、证书等
- 8 通过故事或学员案例告诉大家学员获得成功的经验



【课程包装】

根据学员群体
画像放大痛点
提出问题
场景化

引言

1

2

课程特色

每个亮点字数
控制在15字以内
简练直白
亮点突出
文字辨识度强
版块排列
同行对比图等

塑造信任感
专业感

具备权威背书的
头衔为先
根据能解决什么
问题开展介绍

讲师介绍

3

4

课程大纲

凸显逻辑框架
分模块
有列点
条理清晰
且有获得感

课程能给学员
带来的价值

你将获得

5

6

大咖推荐

凸显价值感

提供真实感
有头像、有昵称
常以多张微信
截图呈现
标注重点句
重复强调课程的
获得感

学员评价

7

8

适合谁听

人群形象化

主要确保用户
顺利找回听课入口
提醒消费者
减少客服成本

购课须知

9

【音视频制作建议】

通常以音频直播/音频录播/视频录播/视频直播的方式上课



★ 视频

- 选择采光良好的室内环境进行拍摄
- 画面横屏拍摄，人物构图在腰部以上，约占画面高度的三分之二
(注：头顶上方构图留有一定空间、不触画框顶)
- 画面背景色调统一、无抢眼杂物;纯色背景亦可，但要避免与衣服撞色
- 人物位置保持不变，录制时固定拍摄机位，不抖动、晃动
- 录制完成后，请检查成片，若有问题，请及时补录重录



★ 视频格式要求

- 视频格式：MP4、MOV、AVI、WMV、MTS 等常见格式
- 视频分辨率：高清1080P（分辨率1980X1080）
或720P（分辨率1280X720）视频录制宽高比-16:9
- 视频录制帧率为25帧/秒



★ 音频录制要求

- 吐字清晰，发音准确，语句连贯。语速参考：一分钟 150-250 个字；
- 录音时尽量保持音量大小一致；
- 请在安静无噪音的室内环境进行录制，避免在室外录音；
- 录音前手机调至静音模式，关闭室内容易产生噪音干扰的用电器，如风扇、排气扇等；
- 录音时避免以下行为，如触碰收音设备、键盘打字、敲桌面、整理衣服等；
- 如有突发噪音干扰，如：有人开关门、汽车喇叭鸣响、室外人声吵闹等，请从被干扰句子开头重录;如有口误情况也请从有误句子的开头重新开始，保持句子的连贯性；
- 录音时与收音设备保持一定距离，防止喷麦的情况；
- 录制完成后，请检查录音，若有问题，请及时补录重录。



★ 音频格式要求

- 音频格式：MP3、WAV、m4a 等；
- 音频码率：192Kbps 或以上。

【抖音变现路径剖析】

常见

广告收入

通过运营自己的抖音号，通过把自己打造成网红，有了数十万上百万粉丝之后，就有广告可以接了，如果有一定粉丝基础就会有商家主动联系你。

知识付费变现

知识付费很火，这也是大趋势，会有越来越多的知识点进行变现，现在抖音上进入了众多的知识付费玩家，他们通过抖音上传授专业知识，吸引观众，然后把课程，教程卖给粉丝。

橱窗卖货

通过抖音实名认证之后，发布大于10个作品，就可以开通抖音的橱窗卖货了，这也是普通玩家最快捷的赚钱方式，当你做出优质的作品之后，然后在抖音上挂上相应的商品，淘宝联盟，抖音小店的商品都能添加，视频火了之后就能带来不错的转化和收益。

培训咨询

随着抖音的火爆，市面上也出现了很多培训课程和培训机构，各种抖音导师数不胜数，收费从几千到几万不等。

不常见

线下引流

越来越多的商家在用实体店给自己的店铺导流，发抖音的时候加个定位，就能精准的吸引粉丝来你这个店里。很多做美食号就是靠地点定位，从而达到商家导流。

抖音pick计划广告

Pick广告是抖音官方与优秀的达人进行合作的，为抖音公司下的众多APP进行推广，例如懂车帝，今日头条，西瓜视频，火山视频等APP的推广，将这些APP的广告软性的植入你抖音视频中的一个变现方式。

网红IP孵化

在抖音上打造百万粉丝的网红，对于深知其道的公司来说并不是一件难事。多则半年，少则数月就能打造一个粉丝数百万的网红号，一旦粉丝积累，时机成熟就能进行多方位的变现，广告、卖货直播、商业代言等等像明星一样多元化赚钱。

QQ/微信引流

这个主要是通过抖音评论区，或者简介栏添加个人微信，或者QQ进行导流，是很多微商或者淘宝店主常用的方式。

【直播环境准备】

01

直播网速

不管是做娱乐直播还是游戏直播，或是电商直播，直播网速的好坏直接影响了直播的质量

02

灯光照明

直播间的布置中最重要的一点就是灯光的效果。散光源是最佳的光源。所谓散光源就是空间中来自四面八方且均衡的光源，例如头顶四周的光线，这样会让直播间的每个角落都明亮，有一个舒适的视觉效果

03

背景布置

要根据自己的直播内容调整背景面积的大小，布景要简洁、大方，明亮为基础，不能花哨，无杂物堆积，尽量选择不反光的材质作为主要背景

04

直播脚本

梳理直播流程，管理主播话术，便于总结



05

直播人员配置

直播人员并非只有主播一个人，还需要导播、中控台、客服销售等人员的配合

06

划分好直播功能区

直播间划分好陈列区、直播区域、其他工作人员等活动区后，一定要保证在屏幕里，主播是最中心的人

【直播间上热门的因素】

账号权重	• 账户粉丝数 • 是否固定时间开播 • 直播封面 • 是否满足有效主播（抖音：每天直播1小时以上，每个月40小时算有效主播）
直播打赏	• 在直播开始前20分钟打赏数量很大程度会带动直播间上热门
直播间互动	• 用户在直播发言，点亮，分享直播链接，长时间观看，都会增加直播间上热门权重
短视频热门	• 直播前20-30分钟发布短视频，短视频可以带来直播间曝光，同时直播间也会给视频增加热门概率
直播间气氛活跃	• 配置管理员—一方面管理直播间黑粉等，另一方面带动直播间气氛，注意管理员不能展示与主播的暧昧关系 • 直播间安排托儿—一方面提出话题给主播回答，另一方面可以适当刺激用户打赏主播，适当引导用户打赏 • 音乐，音效—根据直播内容配置

【直播带货成交技巧】

直播前期的主题和准备工作

- 直播前做好内容规划，也就是直播的主题
 - 做好预热，物料准备
 - 必须要熟知商品的卖点

常见的营销方案制定

- 锦鲤活动：直播前设置好固定的抢购时间，凡是在固定时间段内购买的用户，就可以拿着下单的截图私信客服参与抽奖，抽取其中1~3个用户获得全额返现的机会
 - 递减赠送营销方案
 - 快闪成交

直播技巧

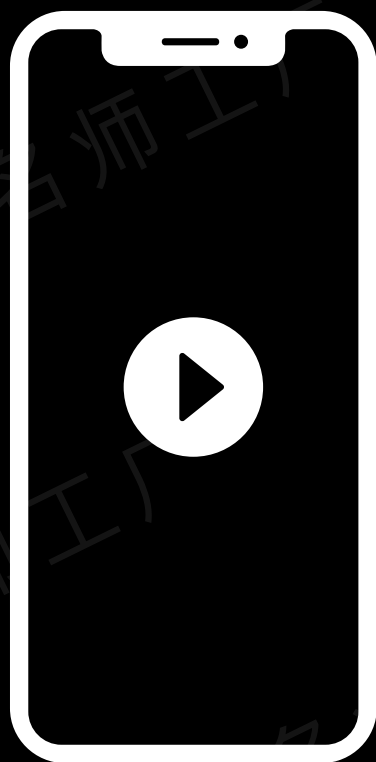
- 不要贪心
- 适当表演
- 学会拒绝
- 伺机返场
- 评论互动

直播细节

- 快结束的时候，要对现场的粉丝表示真心
- 预告下一期的直播时间



【直播间留人技巧】



1

直播前留人

- 用悬念来勾起用户的好奇心
- 开门见山

2

直播中留人

- 直播开场留人
- 分享直播主题
- 直播互动留人
- 价值直播内容留人

3

其他直播留人技巧

- 固定直播时间

【如何提高直播转化】

从早上7点—晚上12点都可以直播

直播时间

根据你的消费人群，制定合适的时间点

热点主题比如
6.18大促销、节气主题
品牌诞生周年纪念日本
办优惠活动等

直播主题

直播产品
策划

- 直播位与讲解顺序应该提前进行合理的安排
- 讲解要中立，产品的样式、特性等要介绍
- 直播复盘

转化手段

直播产品
讲解规划

抽奖

秒杀

优惠券

砍价
拼团

聚焦
粉丝

活跃
粉丝

让利
粉丝

引爆
直播