

To B企业如何玩转

视频号

产品市场总监 Tim Zhang

解决方案顾问 Sam Liu





目录



致趣·百川
Bes Channels

- 一、视频号红利解读
- 二、如何做出高质量视频号
- 三、B2B视频趋势





一、视频号红利解读





视频号种子用户体验分享



致趣·百川
Bes Channels



琛哥营销咨询



他琛哥优秀啊！作者回复：他们起落地👏👏的内容太快了，

#B2B 营销 如果我们仔细观察，会发现大多数企业的内容营销都是“率性而为”，那么真正有效的内容营销应该怎么做呢？

4月12日



1



5155



13



71



34



琛哥营销咨询



数了一下，我看了6遍🤔 作者回复：铁杆粉丝👏

#B2B 营销 你知道客户在不同阶段的顾虑分别是什么吗？顺着这个漏斗往下走，你就能找到答案！

4月21日



5



5776



11



83



18





红利：背靠微信10亿+日活，战略级流量入口



致趣·百川
Bes Channels



图片来源：张小龙微信公开课

日活跃用户 **10亿+**



日活跃用户 **6亿+**



日活跃用户 **0.5亿+**





价值：打通公域流量和私域流量



致趣·百川
Bes Channels

私域流量

粉丝好友

视频号
(桥梁)

公域流量

社交推荐+平台推荐

好友、微信群、朋友圈、公众号

一度/二度人脉

好友/熟人/客户的好友

N度人脉





推荐机制：综合考虑多个因素，获取精准流量



致趣·百川
Bes Channels

推荐机制（供参考）

点赞数
评论数

粉丝数
转发数

互动率
完播率

地理位置
话题标签

原创性
(微信属性)

真人出镜
(系统检查)

- 新手：扶持新用户“原创+相关领域”前三条视频
- 社交：好友点赞评论过的内容，大概率推荐
- 兴趣：根据点赞或关注过的视频类别进行推荐

- 同城：优先推荐给本地视频号用户，且权重不低
- 时效：发布数日后，算法可能会再度推荐
- 完播：能完整看完的作品会胜过标题党





对比：视频号VS抖音和快手

	视频号	抖音	快手
展现形式	全屏式滑动视频	瀑布流式滑动视频	双列式滑动视频
视频时长	60s视频/9张图片	15s/60s/15min	11s/57s/10min
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	可加微信号和公众号文章链接	不能加微信号	不能加微信号
微信编辑	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





对于B2B独特价值：通过社交关系渗透决策人



致趣·百川
Bes Channels

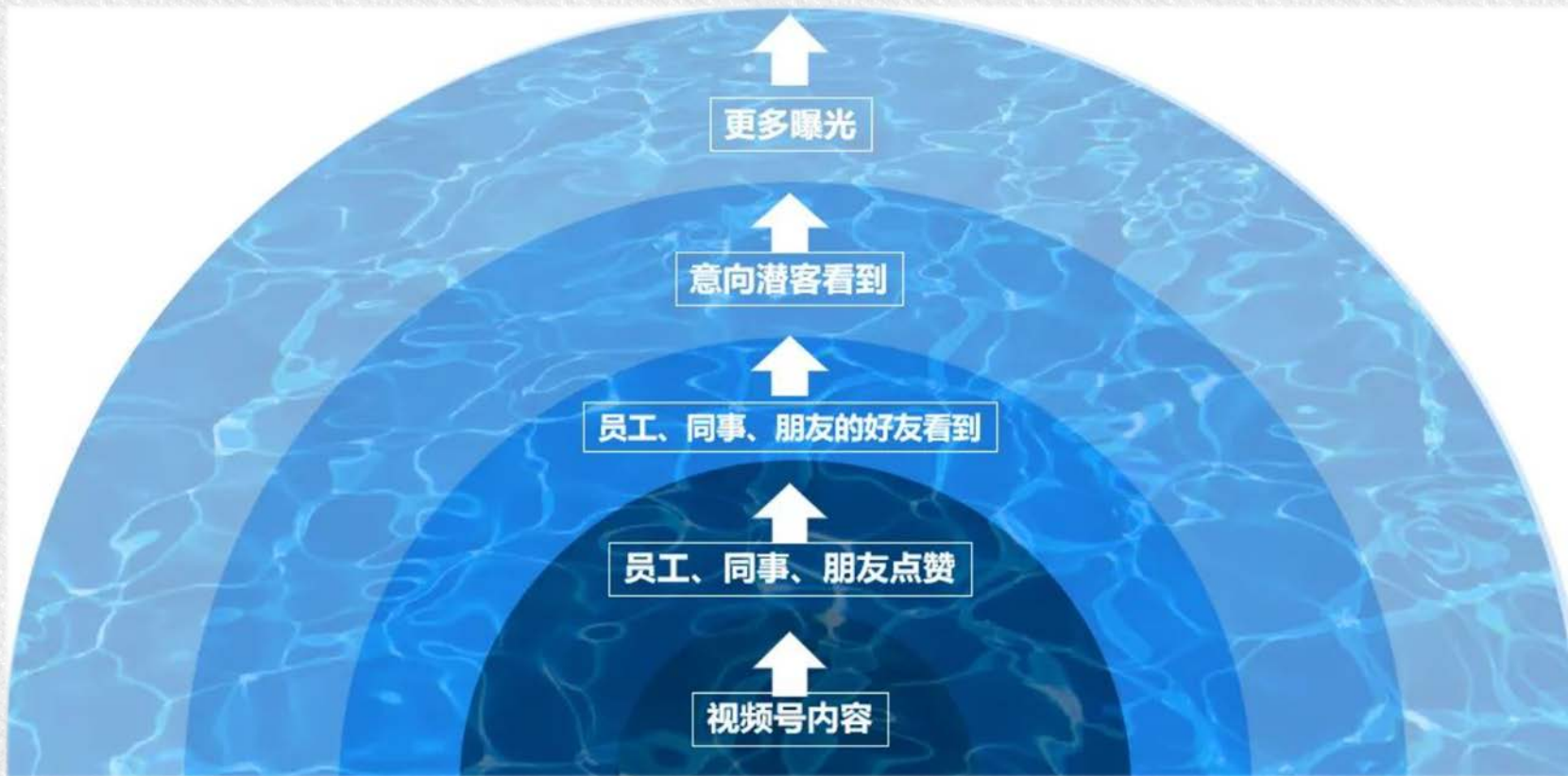
首先要发动员工、朋友、同事点赞，一步步向外扩散形成波纹式传播。冷启动时建议通过行业KOL/专家的力量，完成第一轮精准传播

波纹传播量越大



触达用户越多

同步发到朋友圈、社群，完成第一步的熟人点赞，促使微信平台二次推荐





B2B视频号三大误区：硬广+枯燥+自嗨



致趣·百川
Bes Channels

01

硬广：没有内容规划，
直接放现成的产品方
案介绍/公司宣传片/
领导讲话/签约



枯燥：用纯专业、理
性的形式去表达，一
板一眼，缺少趣味

02

自嗨：只是展示个人生
活和工作动态，说一些
大道理，自以为很酷，
但并没有对用户有价值
的内容 03





B2B视频号的定位是什么？



致趣·百川
Bes Channels

不是推广平台、更不是免费发广告的渠道

而是企业的战略级**内容产品**！

视频号定位：企业战略级内容产品，而非推广平台或免费广告渠道。





二、如何做出高质量视频号





(一) 选题策划——1.短视频内容定位

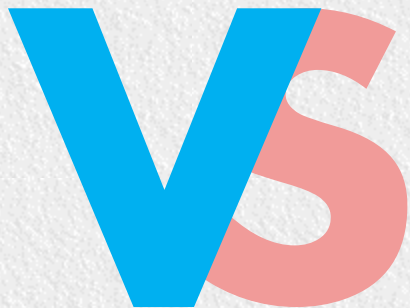




(一) 选题策划——2.专业 VS 娱乐

专业性

- 枯燥
- 自说自话
- 缺乏社交货币
- 碎片化
- 决策人筛选



娱乐性

- 同质化抄袭搬运
- 美女帅哥门槛
- 品牌调性风险
- 混淆公司定位





(一) 选题策划——3.专业&有趣



致趣·百川
Bes Channels



行业洞察

大崔叨B叨

一口彤声_李彤

幽默段子

特大号

人人都是产品经理



业务场景

致趣科技

帆软

干货技能

0基础学习PS

秋叶PPT小美



专业&有趣





(一) 选题策划——4.推荐选题

新奇类
活动亮点预热
产品功能展示

故事类
用户场景剧
客户故事

段子类
行业玩梗
热点追踪



找到合适的风格，坚持更新





(一) 选题策划——5.推荐理由



致趣·百川
Bes Channels



• 新奇类：哇，好酷啊



• 幽默类：哈哈哈哈哈哈



• 佩服类：太牛了，厉害了



• 认同类：你说的太对了



• 干货类：很有用，收藏了



• 宣传类：这个好，支持你们





(二) 内容制作——1.封面设计



将封面图形式统一，突出主题与主角



朋友圈



微信对话





(二) 内容制作——2.横屏还是竖屏



致趣·百川
Bes Channels

横屏（16:9）全景 空间感 细节体现

公司宣传片
方案讲述
PPT课程
产品演示

竖屏（6:7）聚焦 浸入感

情景剧
人物独白
鬼畜恶搞





(二) 内容制作——3.视频主体三要素



致趣·百川
Bes Channels

画面

主体突出注意构图
元素减少尽量特写
短平快蒙太奇剪掉等待

01

声音

话筒收声清晰悦耳
洗脑配乐魔性重复
耳朵喜欢听到熟悉的节奏

02

字幕

我们不能保证用户都有
降噪耳机+敏锐听力
清晰的字幕对于信息传递非常重要
甚至特效音字幕

03





(二) 内容制作——4.片尾CTA



致趣·百川
Bes Channels

平均阅读约等于10倍关注量

点赞约等于“抖+”助力

品牌Slogan重复曝光强调





(二) 内容制作——5.简介：最佳展示位



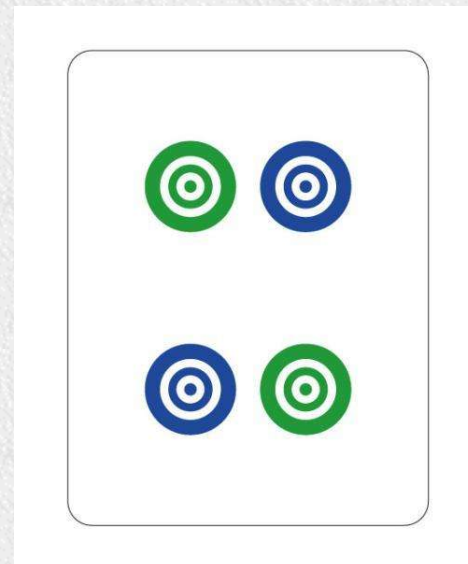
优势亮点介绍

私域流量引流





(三) 拍摄制作——1.基本设备





(三) 拍摄制作——2.选角——定位延续性

CEO及高管

一线员工

客户





(三) 拍摄制作——3.剪辑工具





(三) 拍摄制作——4.表情包&视频片段

- 张家辉你知道这五年我是怎么过的吗.mp4
- 来打我啊.mp4
- 文章笑抽.mp4
- 俺也一样.mp4
- 金馆长的微笑.mp4
- NICE.mp4
- 嘎并不.mp4
- 来点巴西的妞.mp4
- 九品芝麻宫我全都要.mp4
- 片尾合集.mp4
- 唐8虎点秋香如花转头画面.mp4
- 让我们嗨起来好吗.mp4



扫码申请表情包合集



Pixabay



Videezy



Distill



Free Videos clips

视频素材网站





三、B2B视频趋势





视频号功能迭代方向



01

流量采买

02

留资表单

03

视频流连麦

04

生态互通

稳步迭代，愈发完善





视频内容常态化



致趣·百川
Bes Channels

dreamforce
to you 2020

#DreamTX

Americas:
December 14-17, 2020
9:00 a.m.-1:30 p.m. PT

Asia Pacific:
December 15-18, 2020
8:30 a.m.-1:00 p.m. IST
2:00 p.m.-6:30 p.m. AEST
*December 18 events begin at 9:30 a.m. IST | 2:30 p.m. AEST

Europe:
December 15-17, 2020
9:00 a.m.-1:30 p.m. GMT

Sign up at www.dreamforce.com

Twitter Instagram Facebook LinkedIn

Slack.com Twitter Facebook LinkedIn

LinkedIn Facebook Twitter Instagram





如何做好视频内容



致趣·百川
Bes Channels

1

阅片量

影视作品
影视评论
视频UP

2

模仿与创新

形式创意模仿
内容创新
跨界借鉴融合
脚本

3

剪辑

快节奏
踩点儿
特写借位





提问?
