



金味 抖音运营全案



• 目 录 •

第一章

品牌介绍

第二章

惠越传媒

第三章

合作规划

第四章

费用明细



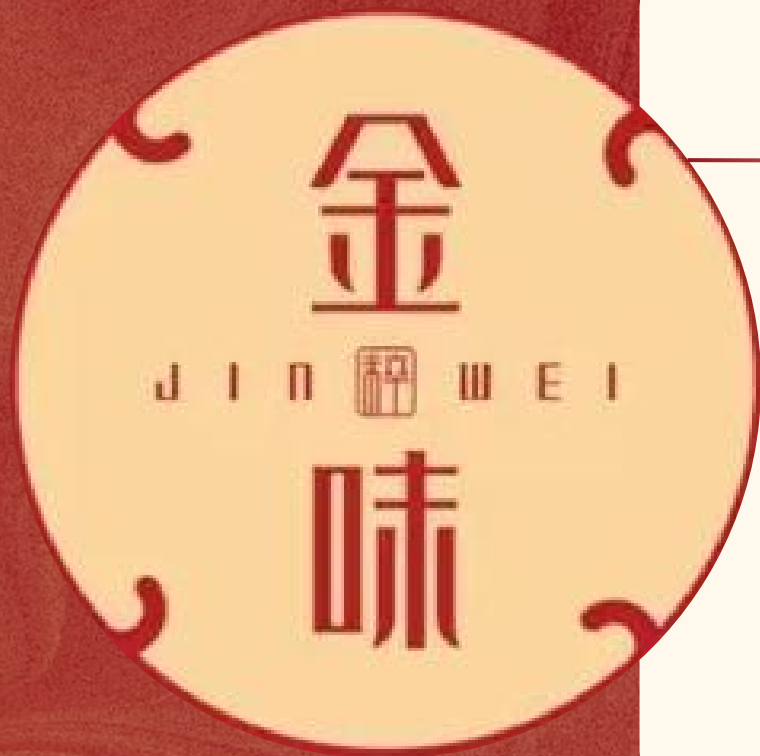
• 惠越传媒 •

官方认可 抖音本地生活服务商



长沙惠越传媒有限公司致力于品牌线上宣发、新媒体运营、直播 带货、达人孵化、线下活动策划与执行。公司与抖音官方以及腾讯有长期的授权服务合作，是一家具有强大电商基因（雷尔传媒——四年电商全国前三服务商）的抖音本地生活服务商，并且拥有成熟的品牌全案策划及全渠道宣发能力。

• 品牌介绍 •



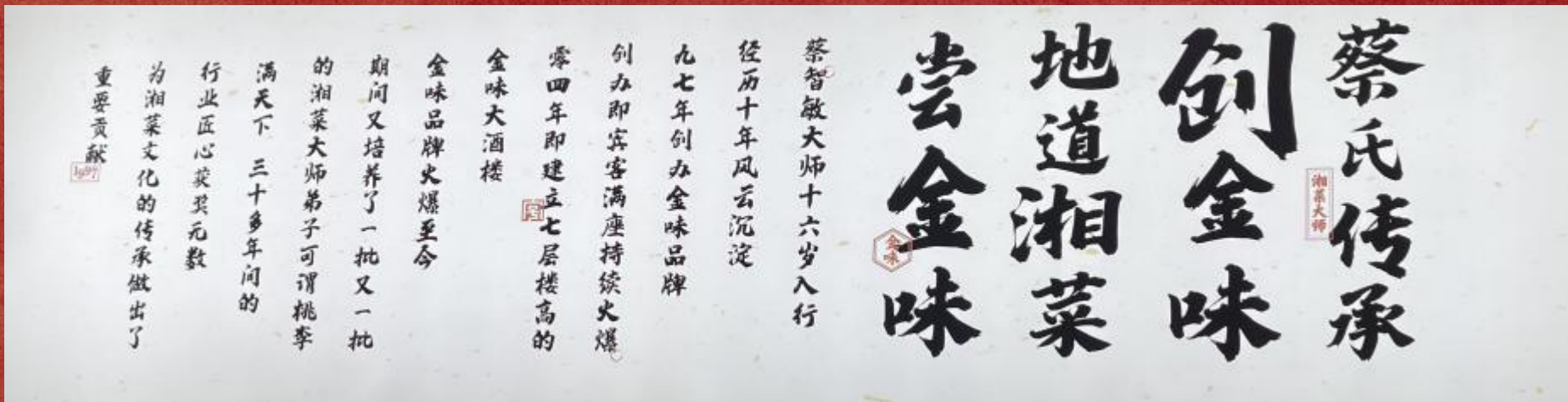
品牌历史:

金味老饭铺创立于1997年，距今已有 25年历史，在湖南当地是一家家喻户晓的湘菜馆，也是许多游子思乡的依托之地。

金味老饭铺的老板是中国湘菜大师蔡智敏先生，他是湘菜泰斗许菊云的第一人弟子。自小就从事厨师行业，经过他的勤奋苦学，在加上自身的感悟，把一道牛排烧土豆，做成了顶级美味。二十多年的餐饮生涯中，这道菜卖出了500万份，这家湘菜馆随即也火了20多年。



文化底蕴



• 执行规划 •

第一阶段： 账号搭建、品牌曝光

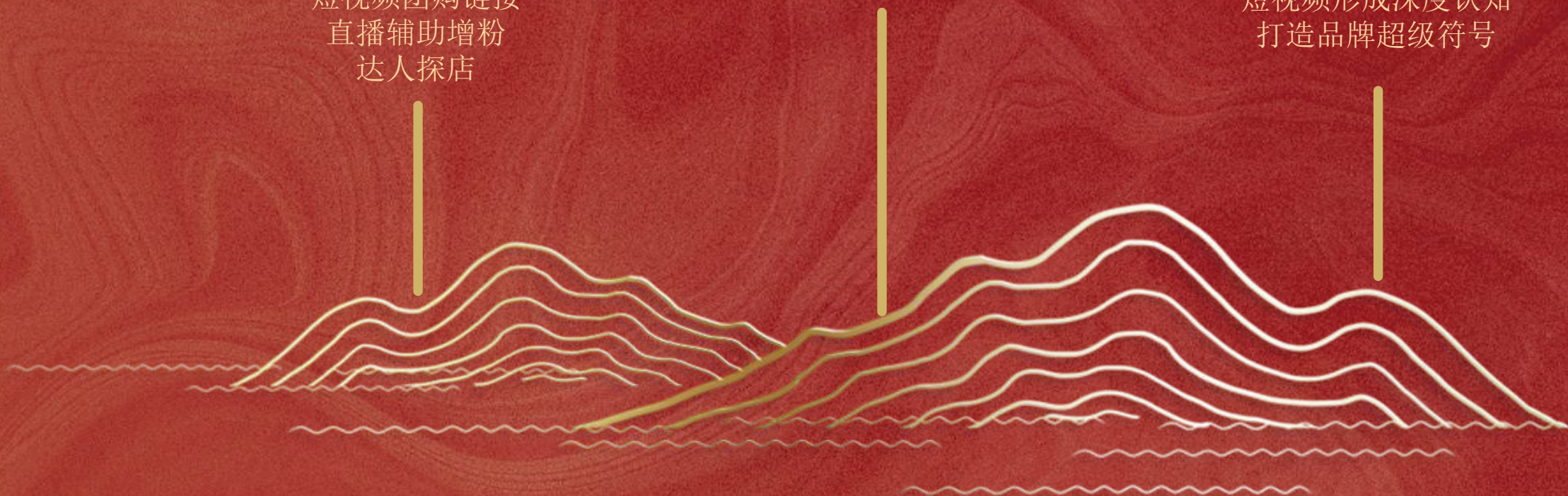
账号搭建
内容策划
增粉计划实施
短视频团购链接
直播辅助增粉
达人探店

第二阶段： 变现引流、增强粉丝粘性

5000粉丝目标
粉丝引流、管理
直播带货为主
短视频辅助引流
增强粉丝粘性

第三阶段： 形成认知、销售转化

直播带货变现
短视频形成深度认知
打造品牌超级符号



• 账号体系 •

账号名称：金味经典

商业定位：

短视频+直播团购，
带动线下门店到店率

标签：

#宴请、#美食、#生活



简介：

来金味经典，品尝人间
烟火，感受温情暖意

超级符号：

打造长沙高端私人定制
宴席餐厅

• 视频方案 •

抖音账号：金味经典



前期以树立品牌形象，走人文故事风格

视频大纲：主演店长（服务员或厨师）

场景：金味马王堆总店

视频风格：温暖。治愈。市井。烟火

视频简介：

以店内从业者视角，去发现店内亦或是食客身上的一个个小故事，用一道菜建立饭店与员工食客之间的联系，去治愈每一个人的内心。

目的：

故事将不同的三个视角紧密联系起来。体现出金味的人文文化与历史。展示出金味独属于长沙的那一份情感。打造一个附有人情味的属于长沙的“深夜食堂”

举例：随着一声清脆的盘子摔在地上破解的声音拉回了x（主演）的思绪，C（服务员马上低下头道歉“对不起，对不起我不是故意的马上就收拾。”然后马上展开c的内心世界（画外音展示）。紧接着接A（食客）说：“没事没事”然后展开A的内心世界，“记得小时候妈妈带我来吃我也经常调皮打碎盘子……”……



内容体系

选题举例

① 餐桌故事：

比如婚礼、婚宴为主要场景，在餐桌上谈现在社会比较敏感的礼金、彩礼问题；职场、应酬、商务宴请的场景；朋友聚餐、回忆友情的场景。

② 参考垫底辣孩账号，开头以“今天挑战拍xxxx”，结合美女准备食材、做菜（厨师手替）；结尾以素颜变装成国风（中式、民国、汉服）的反差形象作为转折，加上一道好菜，与菜合拍大片。

③ 以热点话题内容或感人的故事情节（吸引粉丝互动，增强粉丝粘性）+国风变装（加强视频记忆点，带来视觉上的冲击）。

脚本结构：（讲故事、谈特色、说产品）

呈现形式：情景剧、视频+配音

视频以广告软植入的形式，不突兀地展示餐厅出餐厅、菜品、宴席的画面，侧面对产品、餐厅做宣传。融入长沙地标及特色文化、金味大酒店品牌文化。

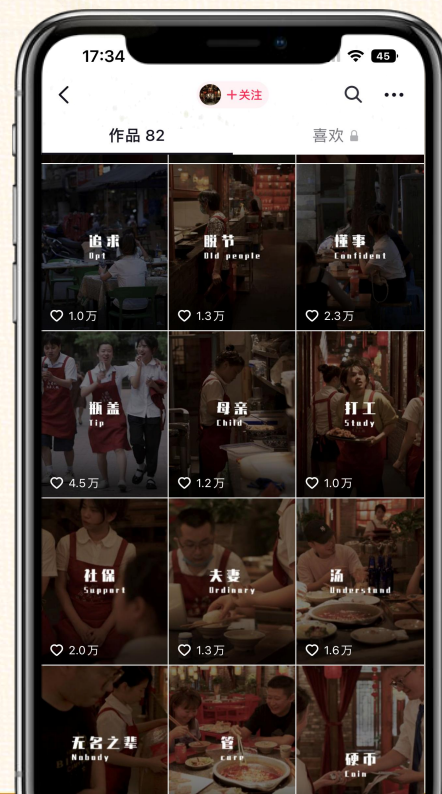


对标账号

抖音账号：历蜀记

内容方向：以服务员为第一视角，主要记忆点是服务员基层形象，用旁白配音+画面展示，讲述不同人的故事，用鸡汤文案给用户带来共鸣。

故事内容比较生活化，结合大部分人的真实经历，让用户能在这样的故事当中，找到自己的缩影，从而产生较深的共鸣感，正能量的鸡汤故事也能给用户带来正能量，激发对生活和工作热情，同时塑造很正面的品牌形象。



• 热门视频分析 •

抖音账号：
历蜀记

关键词、话题搜索：

#餐饮、#服务员、
#生活



内容方向：

以服务员为第一视角，开头以餐桌上的账单和服务员工资对比，体现人与人之间的差距，故事讲述着这些人虽处在基层，但每个人仍然保持着对生活的热爱，激发基层工作者的强烈共鸣；视频最后点明主题：虽然人与人之间物质上存在着差距，但精神生活上同样富足。

• 对标账号 •

- **抖音账号：**成都成都讲个故事、这是TA的故事
- **内容方向：**以上挑选三个案例为讲述餐桌上的故事，以情景剧为主，主打温情暖心故事，聚焦亲情、爱情、友情、职场等场景，故事结局比较圆满，也满足了用户热爱观看温暖内容的需求。



对标账号



- 抖音账号：垫底辣孩
- 内容方向：

垫底辣孩以变装视频出圈，他的视频中最强调的就是反差感，品牌服装靠手工制作，装饰搭配靠强行借用，拍照背景靠杆子撑布，加上两盏打光灯，以及不同的滤镜，“奇迹”发生了，垫底辣孩变身国际超模。

强烈反差，逆袭人设

视频中，高颜值+反差效果，也正是变装内容的核心要素。

颜值取胜，氛围感拉满

用户喜欢垫底辣孩的原因之一：达人能驾驭各种风格、带有浓烈少年感的神仙颜值。

• 达人探店 •

探店达人LV5: 3个

达人到点到店拍摄

探店达人LV4: 5个

达人到点到店拍摄

探店达人LV3: 10个

达人到点到店拍摄

探店达人LV3: 50个

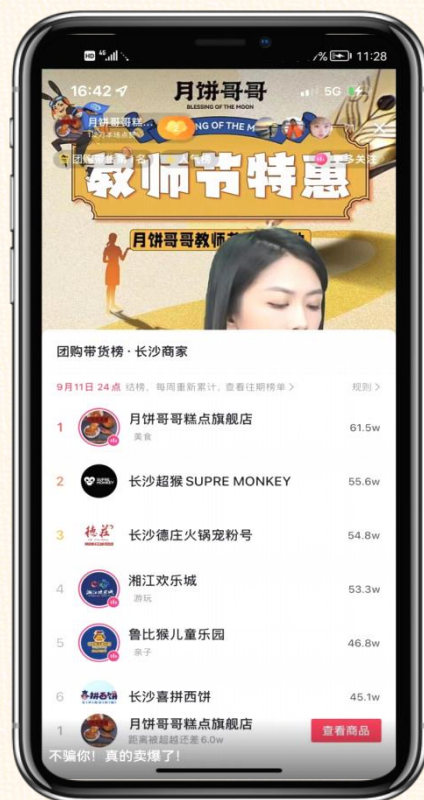
达人不到店, 发布视频

总计费用

团购优惠价: 6800元

申请抖音热门话题, 通过达人探店, 提高金味大酒店声量; 通过达人探店, 将金味大酒店POI好评满意度提升; 提高金味大酒店POI评分, 获抖音吃喝玩乐榜湘菜品类的人气榜、好评榜、收藏榜、热销榜**三榜第一**。

直播带货



- 直播场次：4场/月（在达到一定活跃粉丝量之后开播）
- 直播选品：福利款、主推款、利润款
- 直播时长：4小时/场
- 直播规划：品牌蓝V号+达人号同播、分销
- 直播抽佣：10%-15%

• 协助合作 •



短视频拍摄提供
场地、人员配合
拍摄

达人探店提
供餐食

配合直播选
品、组品

提供抖音团
购商品套餐
图片

服务明细

服务类别	计划进度	服务项目	服务内容	内容说明
账号基础建设	2天	账号开通	开通账号、头图设置、企业认证	优化企业内页头部展示图、蓝V认证
	3天	养号	快速提高账号权重	维护专员人工手动对新号进行维护提高账号权重
抖音内容制作	全程	原创脚本	根据不同时间，不同的运营定制视频脚本	每条视频拍摄都会提前制作脚本，打磨创意亮点
		拍摄与剪辑	团队上门拍摄及后期剪辑	专业的拍摄内容，专业人员与设备，拍摄加后期剪辑
		热点追踪	跟踪抖音平台热点，实时制作视频内容	紧跟抖音热点挑战活动，实时制作内容，保证时效性
抖音日常维护	全程	引导互动	引导粉丝主动关注、点赞评论、视频转发	利用话术，文案，引导粉丝关注、点赞评论、转发
		粉丝互动	针对留言进行互动和指向型互动	维护粉丝留言，提高粉丝粘性，利用评论做品牌营销
		舆情监控	日常舆情监控与控制	出现负面内容立即沟通，并进行处理

• 服务明细 •

惠越传媒 抖音直播服务内容及费用明细			
服务内容		备注	
直播场地提供	直播间搭建	30m²左右专业直播间（含绿幕）	
	场景布置	主播台、气氛KT板等 （ 部分元素需要商家提供）	
专业直播设施 设备	直播高清摄像机	直播间设备：配备直播高清摄像机、灯光设备、直播专用电脑、收音设备，设备均为国内一线专业直播设备，保证直播间人活场效果。	
	灯光音效		
	直播专用电脑		
人员配置	项目统筹	配备项目经理2名，负责项目整体统筹、推进，对项目整体负责，产品组品策略、投流预算，活动主题、其它品牌相关问题解决，直播过程中突发情况处理。	以上团队人员根据客户需求确定同城活动主题、营销策略，完成组品、营销策略、卖点提炼、预热短视频制作及发布、店铺运营、资质报备、流量运营、资深投放团队严格计算ROI，为直播提供定制化整体直播策略和落地执行。
	短视频团队	配备短视频编导、文案、运营、摄影、剪辑人员各4名。	
	直播团队	配备直播运营、投手、场控、中控、副播、后台运营各4名，主播12名。	
	技术团队	配备灯光师、摄影师、设计师各2名。	

• 费用明细 •



短视频：

(快手、抖音)

15条/月

15800元

达人派发：

68人/月

6800元

直播：

4场/月

投流费

8000元

爆店码：

500条/月

1200元



• 效果KPI •

金味大酒店抖音代运营KPI

考核公司 惠越传媒 考核时长：2022/10/22——2022/11/22



序号	指标类别	指标名称	指标定义/计算公式	目标值
1	关键指标（KPI）	制作数量	1个月累计拍摄制作视频	≥15条
2		播放量	1个月累计视频播放量总和	≥30W+
3		粉丝数	1个月累计粉丝总和	≥2500+
4		点赞数	1个月点赞量累计总和	≥5000+
5		评论率	（评论量/视频播放量）×100%	≥0.0001%
6	达人运营	视频制作	后期剪辑	达芬奇调色、PR
7		曝光量	抖音达人探店	≥50W+
8	参与团队	惠越传媒		

合作单位：金味大酒店





感谢观看
期待合作

