

商家搜索运营

四步走方法论

有好货

上新品

特色新品抖音首发

重点运营商品

打造爆款单品

有价格优势

有库存优势

选好词

品牌词

品类词 商品词

功能词 达人词

行业热搜词

抖音热点词

做内容

自营种草内容

品牌矩阵号(官号/主理人账号/生产售后账号等)发布种草短视频

热点内容

抖音热点话题/行业营销主题
策划品牌话题

明星代言内容

达人种草内容

穿搭达人寄样置换
UGC购后视频激励

看后搜

抖店看后搜运营

通过直播承接看后搜

直播中口播/
指示器引导搜索

玩具商家提前布局哪吒IP授权，紧跟热点内容+ 搜索精细化运营，实现GMV爆发增长

第一步：有好货

结合25年春节档电影计划，提前布局IP授权合作，获得哪吒2商品授权，结合自身供应链优势以及市场行情，差异化定价为69元/6个，并以盲盒形式发售，赋予商品更多的趣味性和话题性。



第二步：选好词

- 自电影上映以来，关键词“哪吒盲盒”成为模玩行业搜索query TOP 1；
- 商家进行商品标题优化，将高搜query添加至商品标题中，标题组成包含：行业热搜词（电影IP）+品类词+品牌词

商品名称：哪吒之魔童闹海系列手办盲盒摆件正版授权索尼森迪

第三步：做内容

结合实时热点

- #哪吒2带火盲盒手办 (种草榜Top1)
- #哪吒盲盒开箱 (种草榜Top1)
- #哪吒盲盒也太好看了吧 (种草榜Top5)，通过自营视频和达人合作关联多个热点短视频内容，其中：
- 店铺号每日直播时长超15小时，累计发布36条带货短视频，带货GMV超500万，环比上月+1500%；
- 达人合作视频1380条，带货GMV超350万，环比上月+900%，观看次数3350万，环比上月+180%；挂车商品曝光次数3290万，环比上月+180%。



第四步：搜索运营

通过直播承接看后搜

- 达人短视频进行种草出小蓝词后，精准引流至店铺商品，通过店铺直播/商品卡进行承接。店铺号提升直播时长，每天早7点-24点开播。



- 2月累计发布36条带货短视频，带货GMV超500万，环比上月+1500%，观看次数1.5亿，环比上月+850%；挂车商品曝光次数6700万，环比上月+900%
- 2月看后搜自营短视频共计96条，累计观看次数1.13亿，环比+660%，引导看后搜PV30.4W，环比+2550%，引导看后搜GMV 63.8W，环比+1137%。
- 春节期间涨粉24.4W，vs.春节前环比+42%；

— 搜索GMV趋势

内衣商家打造爆款

搜索运营四步走

第一步：有好货

品牌爆款单品：

玻尿酸美肤衣

第二步：选好词

确定内容激发搜索的小蓝词：

品牌词

“俏爱缇”

品牌产品词

“俏爱缇美肤衣”、“俏爱缇玻尿酸美肤衣”

第四步：看后搜

抖店看后搜运营

进入抖店-经营-搜索运营-运营看后搜



明星内容

明星账号发布种草视频，至少口播三次品牌产品词“俏爱缇玻尿酸美肤衣”并露出商品包装



视频评论区置顶，一键跳转商品链接

达人内容

达人账号发布种草视频，口播中包含品牌产品词“俏爱缇玻尿酸美肤衣”



王七叶：以卖火柴的小女孩故事，突出保暖主题



是只博博：以说走就走的旅行，带出秋冬暖身神器

第三步：做内容

自营内容

商家每天在自营账号发布20条种草短视频（不挂车）

视频标题



视频内元素

每条视频至少口播一次品牌产品词“俏爱缇玻尿酸美肤衣”，同时在视频画面中进行突出；



内容裂变

通过话题+优质视频裂变+投流，提升用户种草心智，实现品牌高效破圈

品牌话题

发起品牌话题，联动明星/达人发布优质视频，视频标题中包含话题#俏爱缇玻尿酸美肤衣，点击标题可直接跳转至话题页面。



视频裂变

商家和达人共同运营一个视频脚本库，对已发布视频进行元素拆解，优质内容进行复制裂变。



投流放大

选择曝光数据较好且出现小蓝词的視頻，实现投流放大，单日投放内容热推费用8k/d+。

按视频曝光筛选，pv前80%视频进行看后搜运营



设置评论区吸顶词及跳转到的商品链接



视频评论区运营

商家发布视频后，自主发布一条评论内容，文案中包含想要运营的词“俏爱缇玻尿酸美肤衣”

作者自己发布的评论将得到优先展现，“俏爱缇玻尿酸美肤衣”有一定几率飘蓝，成为可以跳转的小蓝词



男装商家新品发布

搜索运营四步走

第一步：上新品

发芽计划上新货品规划：

一个月两次上新，一期10-20款，定期上新特色系列；
本期游牧系列共上新18款，覆盖毛衣、卫衣、斜挎包与相关周边。



双11新品发布

第二步：选好词

确定内容激发搜索的小蓝词：

品牌词

"nstnewstart" "nstnewstart发芽计划"

品牌产品词

"nstnewstart+产品词" 如 "nstnewstart外套"

第三步：做内容

穿搭达人寄样置换：

通过给穿搭达人寄样，邀约达人发布种草短视频852条，实现优质内容裂变->短视频VV破1000万。



达人上身新品服装



视频标题#品牌词

看后搜运营：

- 商家账号每天发布1-3条种草视频
- 短视频配置小蓝词，引导搜索品牌上新，上新首日搜索GMV环比提升278.57%。



商家短视频



看后搜出词



直播运营动作：
指示器引流

+278%

11.9上新当天店铺搜索GMV环比

近1万

单日新增粉丝

61.5%

上新当天新粉GMV成交占比

男装品牌主理人发起品牌话题挑战赛

UGC引爆站内品牌热度，搜索GMV增长160%

第一步：有好货

有性价比的潮品

- 商家主打爆品，覆盖夹克、裤子、鞋子等一站式潮酷男生穿搭。
- 店铺岁末首发上新，价格具备全网优势。



第二步：选好词

能激发内容的搜索词

选词公式：品牌词+商品词

gtal gtal官方店铺 gtal三防棉服 gtal夹克

gtal陪大家过新年

第三步：做内容

全民参与呈现UGC内容爆发

- "素人穿搭投稿"+"抖音版买家秀"玩法引爆全域
- **活动形式：**品牌主理人发起品牌话题挑战，进行定向话题活动激励，UGC引爆站内品牌热度。
- **活动规则：**在抖音身着品牌服饰拍摄照片或发布与品牌相关的视频内容，标题#GTAL陪大家过新年 话题，根据点赞数据选出获奖用户。
- **目标用户：**18-24岁大学生人群
- **活动数据：**激励活动引发用户互动热情，带来5000条投稿，视频1.7亿次播放，12月搜索GMV+86%，贡献12月53%增量GMV



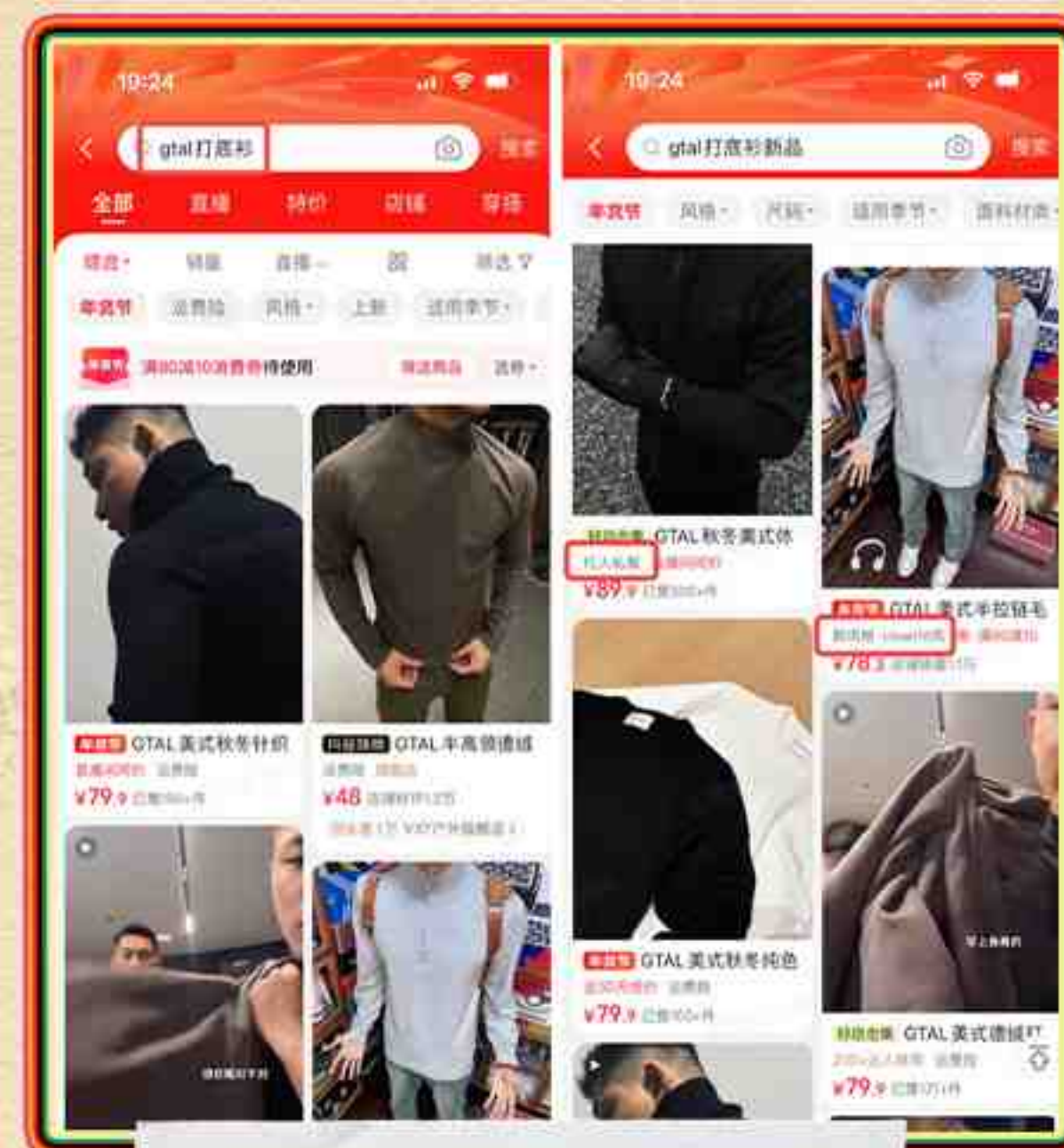
品牌话题#gtal
陪大家过新年



优质UGC视频内容

搜索新品扶持+定向打爆

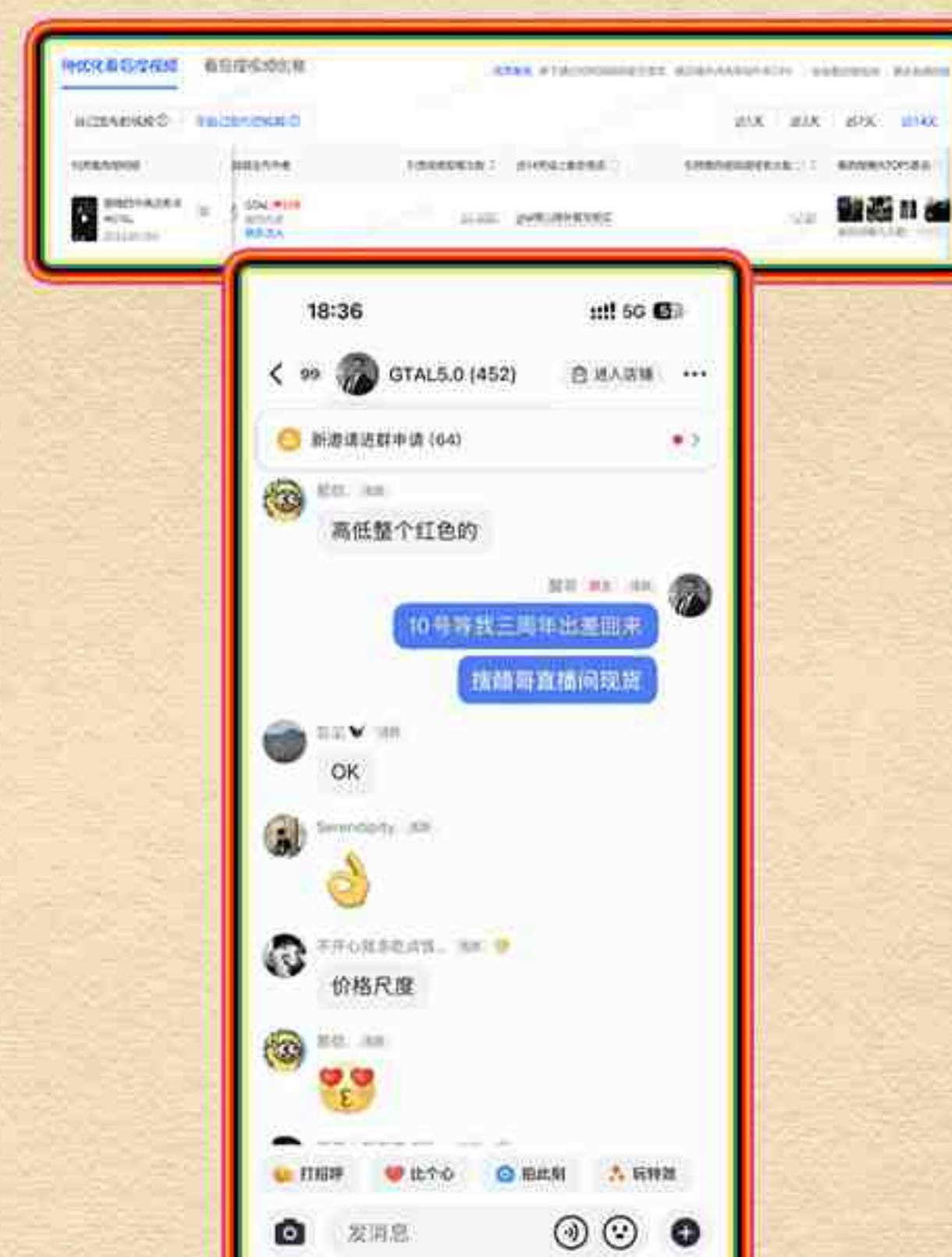
- 搜索侧基于店铺新品给到资源支持：搜前提供引导词加推+搜后新品流量扶持，实现新品从零到爆的飞速破峰。



搜索侧：搜前出词加推+
新品流量扶持

第四步：搜索运营

抖店后台-看后搜运营



开播前，私域引流搜索，
形成成交闭环

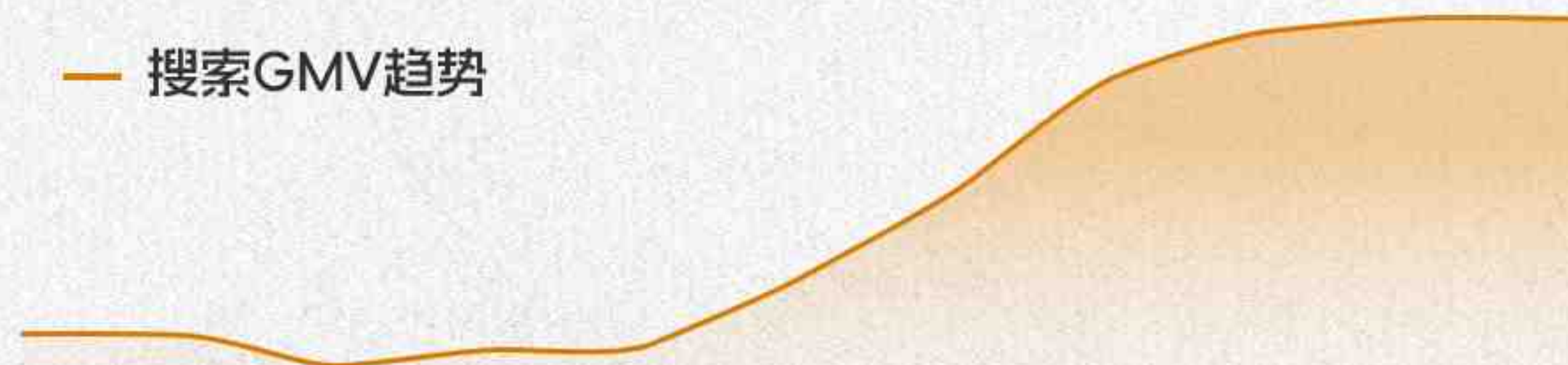
活动期间,撬动5000+条品牌话题UGC内容,累计播放vv超1.7亿

搜店意图日均pv环比+227%

店铺商品日均搜索曝光环比+108%,日均搜索gmv环比+1162%

带来新客7.1w(环比+161%)

— 搜索GMV趋势



家清商家运营账号矩阵，达人号科普种草+ 店铺号直播转化，带动看后搜GMV增长

第一步：有好货

结合用户需求上新，增加
优质供给

结合用户的需求反馈，在架商品数从**17个增长到30个**，新增**3个品类**（活性锰分解片、甲醛自测盒和除醛果冻），同时源头工厂身份给到极致性价比价格。



第二步：选好词

1. 优化了**30个**商品的标题，将**高搜query**添加至商品标题中，标题组成包含：**功效词+搜索趋势词+品类词**

复合型甲醛分解酶 大观山除醛 快速测甲醛 除醛果冻
除醛喷雾 线下除醛公司同款 甲醛检测试剂盒

2. 运营看后搜小蓝词

德逸堂 复合型甲醛分解酶 大观山 甲醛检测试剂盒

第三步：做内容

商家达人号+店铺号联动运营

- 达人号侧重科普直播（不挂车），进行品牌种草；积极和用户互动进行科普讲解，引导用户搜索相关产品，2个账号每天分别发布2-4条非挂车视频；
- 店铺号做日不落直播，每日发布10条短视频引流直播间
- 达人号打造深耕23年家居行业，对装修/环境监测非常专业的人设。在直播中讲解如何正确除醛，回答用户问题时，有意无意提及自营品牌的产品及优势，为品牌直播间带来搜索流量，继而转化。



达人短视频进行
甲醛知识科普解读



短视频标题#自营店铺
品牌进行种草

第四步：搜索运营

视频投流放大+看后搜运营

- 筛选曝光较好视频，追加投放千川，预算200万/月，提升视频曝光的同时在抖店进行看后搜运营，通过小蓝词打造用户种草心智，提升转化
- 达人短视频进行种草出小蓝词后，精准引流至店铺商品，通过店铺直播/商品卡进行承接。店铺号提升直播时长，每天早6点-24点开播。



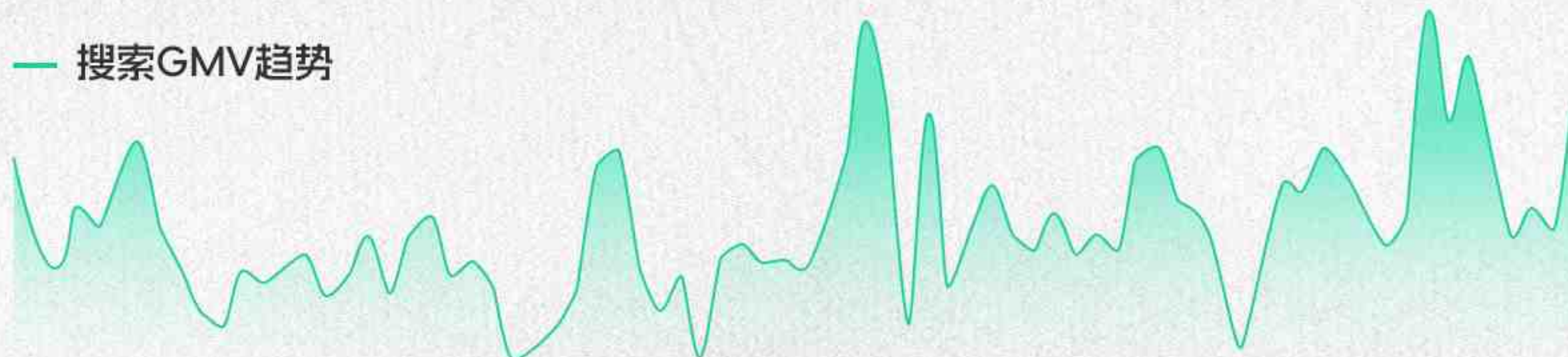
达人科普视频
出小蓝词



跳转至

精准引流到店铺直播
及商品卡页面

— 搜索GMV趋势



12月共计发布248条短视频，累计播放vv 5.5亿，
看后搜GMV环比+27%，搜索GMV+20%

高单价女装商家，承接春晚同款热点， 带动看后搜GMV增长

第一步：有好货

提前布局春晚，保障优质供给

- **精准预判热点：**瞄准春晚国民级流量，选定红色羊绒衫作为核心单品（符合节日氛围+高客单价），主动与春晚节目组对接。
- **供应链保障：**提前备货，确保爆款库存充足，避免流量激增导致断货。



第二步：选好词

优化标题，抢占搜索流量

- **标题结构化设计：**组合“春晚同款”“马丽同款”等高搜热词+品牌词（翎禾）+材质词（羊绒）+品类词（开衫），命中用户搜索心智。
「马丽同款」翎禾LINGHE-「流光掠影」针织开衫100%山羊绒中长款
- **小蓝词运营：**实时监测并优化“春晚同款”“马丽同款”等看后搜关键词，引导用户跳转商品页，提升搜索转化率。

第三步：做内容

高频内容+强互动直播：

- **短视频打爆：**
 - 快速剪辑马丽春晚片段+产品特写，加#必须让我妈拥有马丽同款开衫#热点话题，单日多频发布，抢占流量高峰。
 - 突出“明星同款设计理念”，强化产品差异化（如材质、工艺）。
- **直播间日不落打法：**
 - 春节期间每日3场直播全覆盖，利用“黄金时段+货架场经营”延长曝光；
 - 设计师亲临讲解，传递品牌故事与产品价值，提升用户信任感。

直播间网友直呼“太快了”“刚看完马丽，就给我推了”



热点词+马丽春晚
上身图视频



春节日不落直播间

第四步：搜索运营

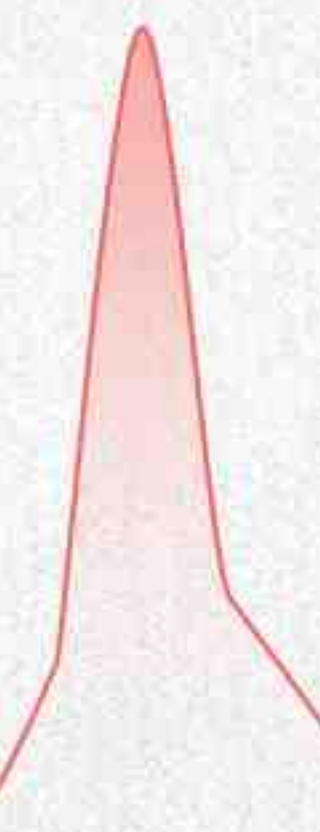
投流放大+精准转化

- **投流策略：**
 - 针对性投放“春晚”“明星同款”相关人群，撬动自然流量，放大内容曝光。
- **搜索运营：**
 - 通过视频引导用户主动搜索“翎禾羊绒衫”等关键词，形成“观看-搜索-购买”转化链路。

GMV爆发：店铺总GMV暴涨12倍（15万→188万），春晚同款单品贡献78%销量，验证爆款策略成功。

流量与粉丝增长：单场直播涨粉4000+，累计观看量达60万（翻200倍），实时在线峰值6677人，实现品牌声量破圈。

— 搜索GMV趋势



玩具商家紧跟春晚明星同款供给，热点内容+搜索运营实现GMV爆发增长

第一步：有好货

春晚丁禹兮同款熊猫



第二步：选好词

优化了店铺所有商品（15个）的标题，将高搜query添加至商品标题中，标题组成包含：**品牌词+热点词【春晚同款】【丁禹兮同款熊猫】**

商品标题：熊猫工厂情人节礼物3月龄熊猫基地和花【丁禹兮同款熊猫】毛绒玩具

第三步：做内容

- 商家产品确定在春晚前序节目露出，商家和行业小二紧密联动，提前打造热点#想要拥有丁禹兮的同款熊猫；
- 春节期间连续发布20条短视频#想要拥有丁禹兮的同款熊猫，2个账号每天分别发布2-4条非挂车短视频，评论区顶部出小蓝词实现精准引

打造热点话题



评论区小蓝词
#丁禹兮熊猫花花
(明星同款词)

评论区小蓝词
#熊猫工厂
(品牌词)

评论区小蓝词
#想要拥有丁禹兮的同款熊猫
(热点词)

发布短视频
关联热点

第四步：搜索运营

做好看后搜：持续发布热点短视频，配置小蓝词引导看后搜；

- 通过直播承接看后搜：春节期间店铺号持续日播，春晚当天播到凌晨4点，后续每天都会从11点播到凌晨2点左右；
- 商品主图/详情页装修：所有商品全部上传明星春晚相关的主图视频，有效提升商品转化率。



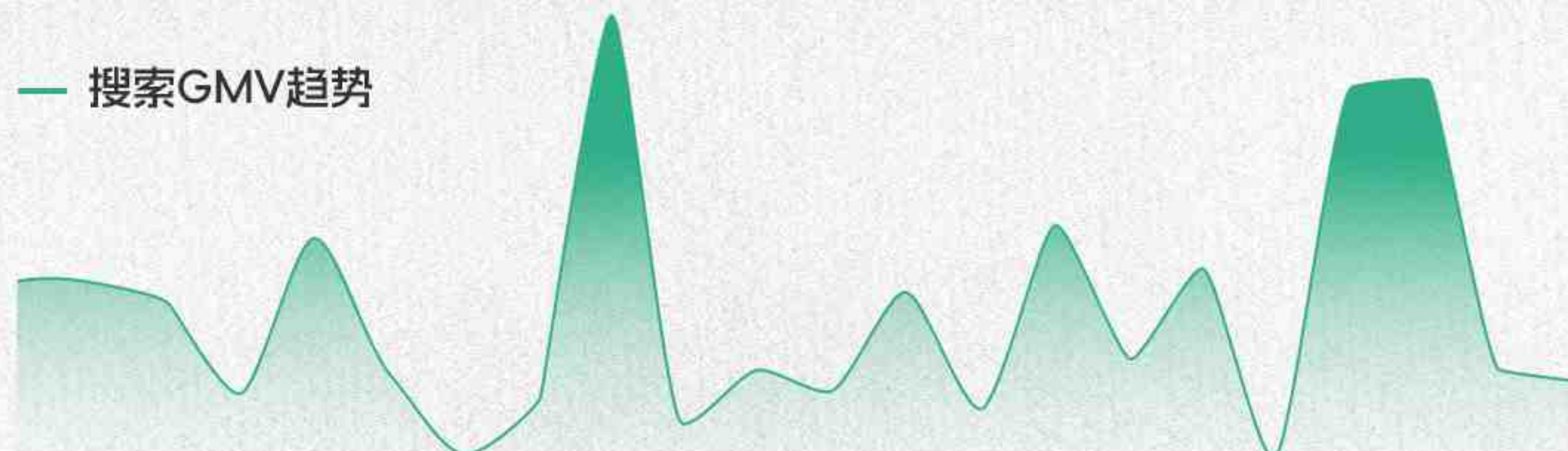
直播间打造
春节氛围



商品上传春晚相
关主图视频

春晚当天店铺熊猫玩偶GMV vs 周日均+1871%，
其中搜索订单量环比+1400%，搜索GMV环比+678%；
明星同款熊猫内容的引流短视频，
带动直播推荐流量环比+344%，GPM环比+126%

— 搜索GMV趋势



个护商家运营种草短视频引导看后搜， 千川投流放大带动搜索GMV增长

第一步：有好货

商家结合市场趋势，新增发布 **20款** 洗护商品



第二步：选好词

优化了 **30个** 商品的标题，将 **20个** 高搜query添加至商品标题中

私密洗护液

法国intima茵缇玛

intima私护洗液

第三步：做内容

每日发布 **100-150条短视频**，视频中包含多个品牌及品牌产品元素，提升视频底部及评论区小蓝词出词几率；
千川付费投放短视频，带动搜索pv提升。



视频口播+字幕



视频标题#品牌词



视频底部相关搜索



评论区顶部小蓝词

第四步：搜索运营

通过直播承接看后搜：
运营自播矩阵号，**3个直播间** 春节期间 **7*24小时** 稳定开播，承接看后搜流量。

店铺日不落直播



抖店看后搜运营

春节期间共发布1000+条短视频，
搜索GMV环比+64%，直播GMV环比+53%，
新增粉丝数3万+。

— 搜索GMV趋势

