

新营销+新媒体系列

Micro-video Operation & Marketing

微视频从制作到营销推广的整体解决方案



微视频运营与营销

低成本获取海量用户的营销新玩法

陈彦宏（微视频媒体推手）◎著

微视频的制作和平台选择
微视频内容的选择和运营

微视频用户的黏性和活跃度提升
微视频的营销模式及营销推广

抖音等微视频平台分析 + 爆款微视频案例 + 爆红微视频营销事件



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

新营销+新媒体系列

Micro video Operation & Marketing

微视频运营与营销

低成本获取海量用户的营销新玩法

陈彦宏（微视频媒体推手）◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

微视频运营与营销: 低成本获取海量用户的营销新玩法/陈彦宏著.

—北京: 中国经济出版社, 2018. 10

ISBN 978-7-5136-5185-1

I. ①微… II. ①陈… III. ①视频—营销 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 089121 号

责任编辑 牛慧珍

责任印制 马小宾

封面设计 久品轩工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京富泰印刷有限责任公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 16.5

字数 235 千字

版次 2018 年 10 月第 1 版

印次 2018 年 10 月第 1 次

定价 58.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

身为营销行业的“老司机”，我确实可以说“小有成就”。在我曾经服务过的企业中，有2家企业实现了销售额破亿，5家企业销售额突破5000万元大关，还有十几家企业改头换面实现了质的飞跃。作为一名营销老师，我深深地知道这些并非我的功劳，而是企业家和企业团队共同努力的结果。我曾经亲眼见证了在库房里因为订单量的激增，员工们超负荷工作，甚至连保洁阿姨都被拉来打包货物的情景。而我只不过为他们提供了一些营销建议和策略而已，其中就包括做各种各样微视频的建议。

身为一个媒体推手，我非常清楚微视频对企业和品牌推广营销的重要性。根据相关调查显示，截至2017年，有80%以上的网络流量来自微视频，而看完微视频的用户会通过微视频的链接看到商家的店铺、网站等，大大提升了购买率。微视频的宣传效果是传统营销方式的6倍。

身为一名微视频营销讲师，不管是在课堂上面对学生，还是在工作中面对客户，我无数次地强调在视频移动化、文字视频化的趋势推动下，微视频营销正在成为新的营销风口。庆幸的是，很多学员通过学习掌握微视频营销，确实获得了不错的回报。

2016年，微视频进入爆发期，整个行业飞速向前发展。从papi酱获得千万融资，到今日头条斥资十亿元培养内容创作者，从微博与一



下科技的完美联姻，到微信推出十秒视频功能……种种迹象都表明，你再不跟上微视频的脚步，就要彻底被时代 out 了。

进入 2017 年，微视频已经成为一种现象级产品，不仅获得资本青睐，也成为年轻、时尚的象征。由于其可以牢牢抓住用户的碎片化时间，表现形式丰富，场景多元化，俨然已成为年轻人重要的“娱乐佐餐”。在这样的趋势下，企业、品牌和商家要想捕获年轻用户，就要先玩转微视频营销。

创作本书的目的

事实上，如今我们每个人都会与“微视频”相遇。例如，清晨的新闻短报，午休时的轻松一刻，下班路上“抖音”的幽默八卦，微视频无处不在。但是说到微视频营销，大多数人都有点束手无策，因为大多数人的思维还没有转变过来。

虽然微视频营销已经成为市场大趋势，但是目前并没有一本系统介绍微视频营销的书籍，关于微视频营销的参考数据更是少之又少。作为一名微视频营销专家，我觉得有必要写一本关于“微视频营销”的书。当然，作为“第一个吃螃蟹”的人，本书一定会有不完善之处，希望大家多多指正。

本书的内容

本书首先做了一个概念的统一，即“微视频”，因为我认为这是“微博”“微信”之后的延续叫法。市面上也有“短视频”“小视频”等叫法，本书统一称为“微视频”。其次，本书重点分析了微视频运营和营销的步骤、操作方法，并以电商行业为主体，做了细致深入的案例剖析。

书中出现的案例都是时下最新最热的焦点，我以最快的速度为大

家解读热点营销事件。

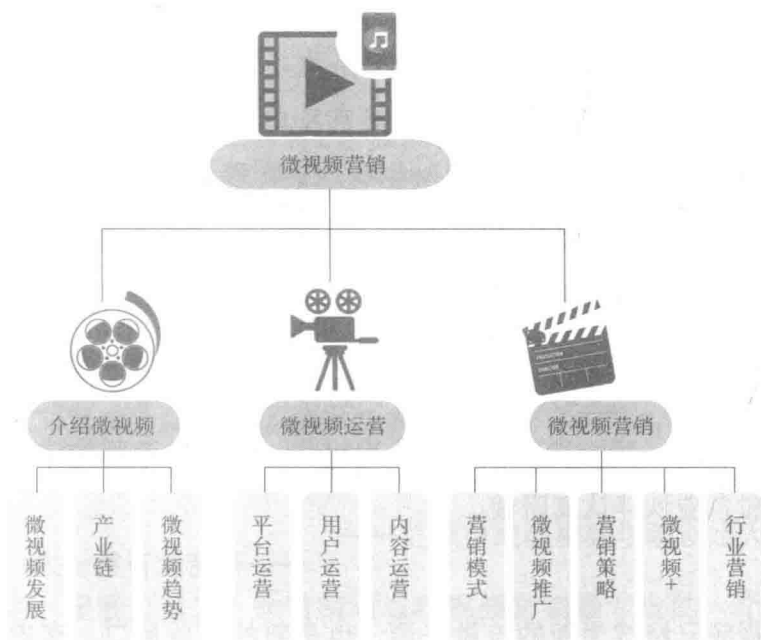


图 本书的内容框架

读者对象

本书适合对微视频感兴趣的人阅读，如微视频行业从业者、企业营销人员、想要做内容创业的人、看好微视频行业的投资人、相关行业的从业人员以及营销、电商专业的学生等。只要你对微视频行业有好奇心，我相信这本书一定会对你有所帮助。

我希望：传统零售业，借由本书倡导的微视频运营模式，找到符合自己的营销方式；已投身微视频营销的网红们，通过学习微视频营销的案例，走向人生更大的舞台；电商卖家，借由本书讲述的微视频营销策略，玩转微视频营销，让商品更符合消费者的需求，走出营销困境并成功转型。



同仁推荐

本书的出版，首先感谢肖静、李卓建、陈冠雪、高文伟、肖艳红、赵新梅、陈云儿、小丹、全奎艳、龚晓玲的大力支持；其次感谢徐东遥、老壹、十年耕耘、杜永光、老汤、张曦尹、李芳芳、娜姐、欧牧城的鼎力推荐。你们的推荐和支持，是我继续在微视频营销领域耕耘的动力。

移动互联网创业时代，从微博，到微信，到直播，再到现在风靡全球的微视频，每一次变革都是一次机会，陈彦宏老师的这本书，值得每一位创业伙伴认真研读。

——微商教育第一人 徐东遥

微视频已经成为新的流量来源，也是新的创业风口。彦宏老师的《微视频运营与营销》为创业者和营销人点亮了一盏灯。

——精壹门创始人、畅销书《引爆微信群》作者 老壹

陈彦宏老师在视频营销领域非常地专注，他把自己多年的经验毫无保留地分享出来，这本书值得你看。

——耕耘会创始人 十年耕耘

视频营销是未来最厉害的营销模式，没有之一！陈彦宏老师的这本书你一定要看。

——微哥 杜永光

微视频正是当下的风口，本书深入浅出，全方位地说明，不论是个人还是品牌方，都可以迅速地找到红利切入点，是值得推荐的好书。

——瘾疯潮平台创始人 老汤

视频营销，在当下各行各业发展中都发挥着重要作用。陈彦宏，从自身点滴积累，琢磨出独具特色且实用的营销策略，辅助团队创造千万价值，值得推荐。

——金丝玉帛公司合伙人 张曦尹

用视频打动你的人群，用视频运营你的朋友圈，2018年，如果你还不知道微视频的魅力，这本《微视频运营与营销》值得你购买学习。

——超越战队 No1 李芳芳

视频营销，直观性强。攻心文案再好再颠覆人心毕竟需要消费者去想象，而震撼的视频不需要消费者去想象就可以震撼人心。陈彦宏老师的这本书，推荐给大家，值得每一个创业伙伴学习。

——红领巾战队视频学院创始人 娜姐

陈总，是我见过的，微营销领域做视频营销最专业的一个，在视频领域最懂微营销的一位导师。

——欧牧城

Part 1 观念篇

第1章 微视频为什么能这么火 / 3

- 1.1 抖音微视频，为何能“霸屏”朋友圈 / 3
- 1.2 微视频这把“火”是如何烧起来的 / 10
- 1.3 微视频为何能让资本如此瞩目 / 15
- 1.4 2017 年微视频行业的发展状况 / 21

第2章 不懂微视频，怎能引爆流量与营销 / 27

- 2.1 微视频的特点和类型 / 27
- 2.2 微视频产业链上的“三板斧” / 33
- 2.3 微视频如何变现 / 39
- 2.4 600 亿元市场的微视频风口将吹向何处 / 47

Part 2 运营篇

第3章 平台运营：微视频的制作和平台的选择 / 55

- 3.1 从零开始做好微视频运营计划 / 55



- 3.2 如何写好微视频脚本 / 59
- 3.3 如何拍摄出优质的微视频 / 65
- 3.4 如何制作微视频 / 69
- 3.5 如何选择合适的微视频平台 / 83
- 3.6 如何进行视频优化才能达到二次传播 / 91

第4章 用户运营：提升微视频用户的黏性和活跃度 / 96

- 4.1 用户运营需要具备的三大思维模式 / 96
- 4.2 让用户第一时间知道你的行业特征 / 101
- 4.3 如何做好微视频用户运营 / 105

第5章 内容运营：如何选择和打造爆款微视频内容 / 112

- 5.1 重新定义微视频内容运营 / 112
- 5.2 如何快速选择微视频内容 / 119
- 5.3 打造爆款微视频，内容应该如何制作 / 125
- 5.4 UGC 还是 PGC / 131
- 5.5 微视频内容电商应该如何运营 / 137
- 5.6 新零售下的微视频如何进行内容运营 / 142

Part 3 营销篇

第6章 微视频营销为何被称为品牌营销利器 / 151

- 6.1 什么是微视频营销 / 151
- 6.2 微视频常见的4种营销模式 / 158
- 6.3 微视频营销的7种表现形式 / 164
- 6.4 微视频营销的6个陷阱，你避开了吗 / 169

第7章 如何做微视频推广才能引爆流量、留住粉丝 / 172

- 7.1 不花钱推广，如何让微视频播放量达到“100万+” / 172
- 7.2 微视频常见的4种推广方法 / 181
- 7.3 微视频推广实战技巧 / 183
- 7.4 网红推广：点对点的超精准推广 / 191

第8章 如何借微视频为品牌赋能 / 196

- 8.1 病毒式营销：如何让微视频像“病毒”一样疯传 / 196
- 8.2 事件营销：如何利用“一件事”提升品牌知名度 / 202
- 8.3 粉丝营销：如何让粉丝成为免费推销员 / 206
- 8.4 根据产品生命周期等使用微视频 / 209

第9章 “微视频+”营销：低成本获取海量用户的套路 / 212

- 9.1 微视频+直播：高调上线新产品的“火山式营销” / 212
- 9.2 微视频+网红：快速赢得粉丝的营销模式 / 217
- 9.3 微视频+电商：营销最佳“合伙人” / 223
- 9.4 微视频+大数据：向用户精准推送微视频的营销模式 / 229

第10章 企业和创业者如何通过微视频做营销 / 233

- 10.1 电商卖家如何利用微视频年赚千万 / 233
- 10.2 微视频如何帮助快消品企业摆脱营销之殇 / 237
- 10.3 传统企业如何搭上微视频营销这趟车 / 243
- 10.4 创业者如何利用微视频年赚百万 / 247



PART 1

观念篇





第 1 章 微视频为什么能这么火

近几年，资本圈最热门的关键词，除了新零售就是微视频。始于 2011 年的微视频，直到 2016 年 papi 酱火遍大江南北后，才真正形成燎原之势。2017 年，微视频行业大战风云再起，盛况空前，风头无二。资本巨鳄密集进场，各大平台掀起亿级补贴大战，众多微视频创业者纷纷进入……这一切，都不禁让人迷惑：微视频，为什么它能这么火？

1.1 抖音微视频，为何能“霸屏”朋友圈

仿佛在一夜之间，抖音火遍大江南北。无论是朋友圈还是奶茶店，抖音的身影无处不在。甚至，如今你去海底捞吃个饭，服务员都会问你，要不要抖音火锅。在苹果应用商店里，抖音已连续霸榜一个季度。

抖音不仅捧红了自己，还带火了一大批好听的歌曲，如《Panama》《爱的就是你》，甚至连林俊杰的十年老哥《醉赤壁》都重新被大众所追捧。

你以为抖音只是在你周围、在中国很火吗？那你就错了。如今，抖音的



强大影响力早已传遍东南亚国家，正以星火燎原之势席卷世界。我们来看一下抖音在泰国和日本的排行情况：



图 1-1 抖音 APP 在泰国和日本的排行情况

通过上图，我们可以看到，无论是泰国还是日本，抖音皆已在苹果应用商店里位列榜首。事实上，抖音目前的业务已经遍布南亚、日韩、北美、欧洲、拉美等全球各地，甚至在很多地区的受欢迎程度已经远超 YouTube 以及 Instagram 等软件。

下面我们再通过一组数据感受一下抖音的魅力。

图 1-2 是极光大数据监测到的抖音视频的市场渗透率情况。监测结果显示，从 2017 年 9 月到 2018 年 2 月抖音视频的市场渗透率已高达 14.34%。也就是说，市面上每 100 台手机中，就有超过 14 台安装了抖音 APP。

说到这里，我们不禁要思考：抖音视频的独特魅力究竟在哪？它凭什么可以“霸屏”朋友圈？

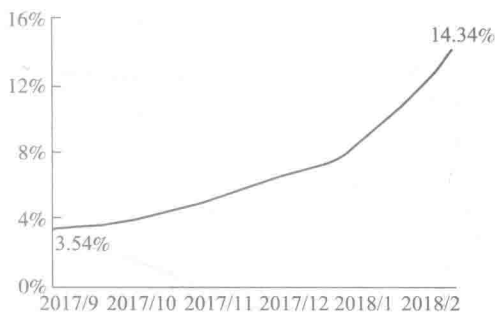


图 1-2 抖音的渗透率

数据来源：极光大数据。

什么是抖音

抖音是一款音乐创意微视频 APP，它于 2016 年 9 月正式推出。它是一款与小咖秀类似的对口型恶搞 APP，在这款 APP 上，用户可以随意拍摄 15 秒的微视频，并选择喜欢的歌曲，做成微视频，形成自己的作品。虽然它在功能方面和之前风靡一时的小咖秀非常相似，但抖音在技术层面做了更多调整，功能更丰富，在使用过程中，用户可以自己控制视频拍摄的快慢速度，并可以对视频进行剪辑、加特效（反复、闪一下、慢镜头）等。

抖音“霸屏”朋友圈的五个原因

基于我对微视频多年的了解，从微视频的营销角度来看，我总结出了抖音“霸屏”朋友圈的五个原因。

◎ 借势明星，爆冷启动

2017 年 3 月 13 日，岳云鹏转发了一条带有抖音 APP logo 的微博。在这位微博活跃明星的带动下，抖音指数当天便突破了 2000，此后的几个月中，抖音始终保持着强劲的上升趋势。

由于抖音本身的娱乐性和趣味性切合了当下年轻人对于鬼畜文化的追捧



和喜爱，当抖音在市场上崭露头角后，许多明星也选择了加入抖音进行体验。例如，胡彦斌曾经发起过一个音乐视频挑战活动，采用的策略便是在抖音用他的新歌《没有选择》来做背景音乐。这场音乐视频挑战活动吸引了众多粉丝的参与，甚至胡彦斌以前的伴舞也参与其中，而且其拍摄的视频还得到了2000多万的点赞。随后，钟丽缇、杜海涛等明星也加入了抖音的队伍。

或许是看到了明星的强大使用带动力，如今，抖音APP团队已经将明星效应作为主推项目，当我们点开抖音APP时，首先映入眼帘的便是首页给你推荐的一些明星玩抖音的微视频。可以说，抖音之所以如此火爆，明星效应起了很大的作用。

◎ 内容为王，技术护航

在内容的运营方面，抖音APP具有两大优势：

一是内容为王。抖音APP的最大优势便是其运营团队懂得借助热点话题来吸引用户的注意力，一个典型的案例应该是他们对于《乡村爱情》中谢腾飞的表情包和Thug Life的结合。前不久，《乡村爱情》谢腾飞的表情包走红