


抖音视频制作、内容输出、吸粉技巧、运营推广、流量变现

抖商

抖音运营 从0到1实战攻略

吴帝聪 姚娜 和建◎著

全方位解读抖音运营与营销的策略和玩法，
让你从抖音菜鸟秒变抖音达人。

 中华工商联合出版社

抖商：抖音运营从0到1实战攻略

吴帝聪 姚娜 著

中华工商联合出版社

如今，在互联网领域流行这样一句话：“抖音5分钟，人间一小时。”抖音已经成为时下年轻人的聚集地，人们刷抖音就像“嗑瓜子”一样，单颗瓜子根本没法填饱人们的肚子，但当拿起一颗瓜子塞进嘴里，第二颗、第三颗也紧随其后，久而久之就成为一种习惯性动作，让人们根本停不下来。

抖音给我们的感觉就是这个样子。人们一旦刷起来，仿佛忘记了时间，仿佛忘记了整个世界。当前抖音日活跃用户已经突破千万，在如此庞大的用户基础上，又催生了一种现象级的“网红效应”，使得“抖音同款”成为时下一些年轻人的标配。

正是基于这样的发展态势和市场需求，越来越多的企业，无论是大型企业，还是中小微企业，都开始向抖音伸出了橄榄枝，纷纷向抖音靠拢，寻求新的商机，希望能够正确运用抖音，使得更多的流量为己所用，为自身的发展前景、市场竞争指条明路。正因如此，使得“两微一抖”成为当前品牌商开展营销活动的标配，抖音已然成为众品牌割据的战场，谁都想在抖音上收割流量，独霸一方。

事实上，各品牌将抖音作为全新的运营阵地，主要是因为：

1. 抖音日活跃用户数量庞大

当前，抖音的日活跃用户数量已经达到1.5亿，这是一个非常大的流量

基数。在现阶段，以往靠纯粹的颜值、跳舞、搞笑段子、搞怪行为等方式获取流量，已经不再奏效。在这种毫无价值流量获取方式所产生的红利消失之后，就会迎来全面的变革。营销红利则成为全新的抖音红利，所以抖音已经成为当前众多企业追逐盈利的重要阵地。

2. 抖音用户使用时间较长

抖音的日均用户时长已经达到了65分钟左右。而企业营销，最重要的一点就是使用户停留时间增长，这样就能让营销活动触及更多的用户。

3. 抖音为企业提供零成本服务

随着时代的发展，企业的运营成本越来越高，获取流量的难度也越来越高。而抖音却是一个为企业提供零成本实现内容分发和商业服务的最佳平台。尤其对于那些中小微品牌商来讲，抖音为其快速发展提供了绝佳的机会。

4. 抖音的商业化空间巨大

经过一段时间的发展，抖音的用户已成规模，成为短视频领域的一匹黑马，在行业中一路狂奔。然而，其用户群体具有显著的年轻化特点，年龄范围在18~24岁之间，这些年轻人追求的正是与抖音所打造的娱乐化的、具有独特调性的内容相匹配，使得抖音具有很强的吸附能力。在当前流量越来越贵的年代，谁拥有了数据，谁拥有了流量，谁就具有巨大的商业化空间。而抖音恰好是当前时代下最能收割流量、最富有数据的平台，对于各品牌商而言，在商业化方面具有巨大的想象空间。

可见，抖音作为短视频平台，是当前和未来企业进行内容营销非常不错的地方。

目前，入驻抖音的品牌中，比较有代表性的大牌企业有支付宝、小米手机、Adidas、苏菲、奥迪、雪弗兰、美团、OPPO、野兽派、海底捞等，还有众多中小微企业也加入了抖音运营和营销行列。只要能够脑洞大开，能尽可能挖掘更多的运营模式和营销策略，任何品牌都能在抖音上开展营销活动，实现流量变现的最大化。

总之，抖音运营与营销作为一种新型商业模式，代表着各领域发展的新趋势和新方向，对人们的购物方式已经产生了越来越大的影响。学习抖音运营与营销技巧，是广大品牌商寻找全新商业变现之路的必选题。

本书共分为八章，分别从探索解密、品牌入驻、视频创新、内容输出、吸粉技巧、运营推广、流量变现、案例解析八个部分入手，全方位、手把手解析品牌成功借助抖音运营与营销的策略和玩法。通过通俗易懂的语言、丰富翔实的案例，详细解密品牌抖音运营与营销、引流与变现技巧。

本书从细节出发，旨在指导敢于大胆尝试运用抖音这种全新自媒体平台进行运营和开展营销活动的企业，帮助他们实现快速引流和变现，赢得销量，实现企业发展的腾飞。

第一章

**探索解密：
快速揭开“抖音
时代”的商业密码**

抖音原本作为一个娱乐“阵地”，让更多素人一夜爆红。如今已经成为品牌商家引流的“福地”，走上了品牌商业化运营的道路，使得以往纯粹、高效、娱乐化的视频被赋予了更多与品牌相关的内容，成为品牌实现引流、变现的极佳平台。快速揭开“抖音时代”的商业密码，可以帮助草根品牌或行业知名品牌借助抖音实现快速变现。

- “抖音+门店/电商”模式涌现，真正的颠覆已然开始 / 002
- 深入探究抖音火爆的背后 / 007
- 品牌抖音运营的四大特点 / 015
- 品牌抖音商业化运营的趋势 / 021

第二章

品牌入驻： 品牌玩抖音运营 是迈向成功的第一步

2018年抖音大火之际，各品牌也开始将目光投向了抖音，以期在抖音上挖掘更多的红利。品牌商借助抖音不仅能提升曝光率，扩大影响力，还能与年轻用户直接沟通，为品牌年轻化提供更有利的营销依据。不论何种品牌，如果借助抖音运营，第一步也是最关键的一步就是入驻抖音，成为抖音平台上的一员。

品牌抖音企业“蓝V号”注册、认证 / 030

企业号运营 / 042

构建运营团队 / 050

第三章

视频创新： 别让好抖音视频 石沉大海

抖音运营，本质就是借助短视频的形式展开，短视频制作的好坏是关键。然而，并不是每个企业号的短视频都能为品牌带来流量和销量，很多企业号投放短视频之后，却一直没有关注、没有点赞，一直火不起来。要知道，没有无缘无故的成功，也没有无缘无故的失败。没有哪个企业号的抖音短视频能够随随便便火爆，掌握一定的视频创作技巧，才能让你的短视频内容不会石沉大海。

视频定位：方向比努力更重要 / 056

视频制作：好视频才有吸引力 / 068

热门推荐：抖音短视频上热门其实很简单 / 086

发布技巧：打造高曝光的抖音短视频 / 091

第四章

内容输出： 用抖音短视频 直击用户心灵

由于信息过剩已经成为一种不可逆转的趋势，所以内容创业时代已经来临。人们关注的是感兴趣的内容，而不是泛泛的信息。正所谓“哪里有内容，哪里就有商机”。所以，品牌商借助抖音运营，应当注重内容的打造和输出，用内容直击用户心灵，才有机会为自己加冕。

内容规划，让品牌影响力爆发式增长 / 096

形式多样化，自由展现输出内容 / 109

套路满满，能带来流量的套路都是好套路 / 116

打造抖音爆款内容的9条原则 / 125

第五章

吸粉技巧： 从0到100万粉丝 的飞跃

近年来抖音短视频受到广大年轻人的青睐，所以抖音的用户绝大多数集中在年轻人群体。抖音平台上众多的用户每天都会产生数以千计，数以万计的新作品。这么多作品都挤破头般地推荐、上热门，为的就是能够吸粉。尤其是品牌商，更需要借助抖音积累粉丝。只要掌握一定的吸粉技巧，品牌商借助抖音实现从0到100万粉丝的飞跃也不是难事。

基础引流，带来基础流量是关键 / 150

视频引流，掌握必备吸粉秘籍 / 154

流量沉淀，抖音有效聚集“真爱粉” / 160

第六章

运营推广： 从围观到记忆， 打造品牌形象

抖音的火爆，吸引了各行各业的商家借助抖音实现商业变现。抖音的运营与推广，成为品牌广告投放的第一要素。对于广大品牌广告主来讲，抖音短视频最大的价值在于通过自然而然的品牌植入，使用户从围观到记忆，在用户脑海中留下良好的品牌形象，以实现品牌流量、品牌转化率的提升。

品牌植入：自然细腻，深入用户内心 / 172

品牌借助抖音营销技巧 / 178

第七章

流量变现： 抖音运营变现 才是硬道理

品牌商与抖音平台合作，无论用何种运营模式，采用何种营销方式，其最终目的都是实现流量变现。因为，只有变现才能带动商业的车轮继续前行，没有变现就没有资金流，这样的企业是毫无发展前景可言的。可以说，只有变现才是硬道理。

视频+购物车变现 / 200

抖音开直播变现 / 203

第八章

案例解析： 领略和剖析抖音 品牌营销的智慧

抖音时代的到来，加速了品牌运营和营销计划的实施，进而为品牌商带来黄金盈利时代。在当前抖音火爆之际，谁能够拥抱抖音，掌握抖音运营、营销技巧，谁就能快速开启创新盈利的大门，谁就能成为走在行业前列的引领者。

小郎酒：发起的短视频挑战，获年轻人追捧 / 208

小米：玩转抖音营销套路，圈粉无数 / 212

海底捞：借抖音零成本病毒式传播 / 217

兔耳朵帽子：卖萌神器借抖音传播，成火爆产品 / 220

茶言麦语：行走在抖音上的“表白茶” / 224

第一章

探索解密： 快速揭开“抖音时代”的商业密码

抖音原本作为一个娱乐“阵地”，让更多素人一夜爆红。如今已经成为品牌商家引流的“福地”，走上了品牌商业化运营的道路，使得以往纯粹、高效、娱乐化的视频被赋予了更多与品牌相关的内容，成为品牌实现引流、变现的极佳平台。快速揭开“抖音时代”的商业密码，可以帮助草根品牌或行业知名品牌借助抖音实现快速变现。

“抖音+门店/电商”模式涌现，真正的颠覆已然开始

随着传统线下零售和电商红利的逐渐消失，零售行业正在寻找全新的翻盘契机。在众多年轻人玩抖音的火爆之际，抖音作为一个全新崛起的巨型流量池，吸引了门店和电商纷纷试水。这样，抖音以平台身份大肆向商业领域挺进，给门店和电商带来的连锁反应，预示着“抖音+门店/电商”模式对商业领域的颠覆已然开始。

一条抖音捧火“答案茶”，加盟店火速扩张

2018年1月初，有一段视频异常火爆，内容是：一名“90后”女生对着一杯奶茶问：“奶茶，你说我除了长得美，还有啥优点没？”当她掀开瓶盖的时候，答案立即浮现出来：“一无所有。”

这款看似会“占卜”的奶茶一下勾起了人们的猎奇心，也因此使得这条抖音短视频收获了44.8万播放量。在评论区内，也有各路伙伴表示想要与这款会“占卜”的奶茶合作加盟。

这款奶茶的名字其实叫做“答案茶”，其在抖音上火爆的时候，还没有实体店。

在发现“答案茶”获得意想不到的火爆之后，创始人便在线下马上开设实体店，于是“答案茶”的首家实体店就在郑州二七万达广场落成了。更没想到的是，在开业当天，就收到了投诉，原因是：慕名前来购买“答案茶”

的顾客，排起的长龙，把其他门店的生意都给挡住了。

并且，当天就有很多人提出要加盟。在开业不到两个月的时间里，“答案茶”的加盟店已经达到了249家。

然而，由于“答案茶”的市场太过火爆，而创始店铺的人手不够，目前不得不暂缓招商。

“答案茶”的创始人设计出这样的“占卜”环节，只要消费者敢问，“答案茶”都会给出答案。当然，至于答案是否准确，对于消费者来讲已经不那么重要了，重要的是这样与消费者进行互动，使得娱乐性加强，再加上年轻人本身就爱玩抖音，就使其在抖音上传播开来。“答案茶”在抖音上玩的就是新鲜——一个标签可以打出一个可以占卜的茶；玩的就是好奇——充满悬念，吸引人们一探究竟。

一条抖音就将一个草根品牌捧火，这样的品牌引流和变现速度是前所未有的，其引流和变现能力也是异常惊人的。“答案茶”的火爆，给更多的草根品牌提供了一种全新的市场扩张途径。市场变化异常迅速的今天，要么改变，要么死。如果不改变模式，一味走陈旧路线，最终面临的只能是被市场淘汰，死路一条。

“土耳其冰激凌”抖音“撩”出排队买冰激凌盛况

在厦门鼓浪屿，有许多家土耳其冰激凌店。这些店生意一直不温不火，甚至有几家濒临倒闭。然而，其中有一家冰激凌店却生意火爆。

在这家冰激凌店火了之后，全国各地来厦门观光的游客都以去这家店买一个冰激凌为荣。尤其是周末或节假日期间，这家土耳其冰激凌店前总是排着长长的队伍。那么这家冰激凌店究竟如何与众不同才能有如此魅力呢？

其实，吃过这家店冰激凌的人，都觉得冰激凌的味道一般，而最让大家感兴趣的是这家店冰激凌的出售方式。通常，我们买东西都是一手交钱，

一手交货。而这家店铺则截然不同：这家冰激凌店有一位卖冰激凌的土耳其帅哥，他在卖冰激凌时有一种“撩”顾客的表演，使得顾客没有那么容易就拿到冰激凌，而前来消费的每位顾客都十分乐意与他进行互动，都希望被他“戏耍”一番。

土耳其冰激凌最初是由一位顾客在摊前买冰激凌时，用抖音录制了一段短视频，随后将其发布在网上，引起了人们的广泛关注，勾起人们的好奇心，希望自己能感受一下这家店不一样的消费体验。同时，这则抖音短视频还被诸多抖音爱好者转发，点赞量达到了几百万人次。甚至有许多人来到这家土耳其冰激凌店前，都将手机举得高高的，就为了拍一段抖音小视频“打卡”。显然，鼓浪屿的这家冰激凌店和卖冰激凌的帅哥成了当地最大的“明星”。

这家土耳其冰激凌店爆红的背后，其实是利用了抖音的创意。新鲜视频抓住了年轻人的心，吸引了广大年轻消费群体的注意力，从而为产品引来了巨大的流量。之所以能够在抖音上成为热门视频，就是这位土耳其帅哥让人眼花缭乱的花式“撩”人手法，这样才吸引观众的兴趣，进而关注视频中出现的店铺。

另外，抖音视频拍摄成本低、门槛低，操作简单，上手快，视频发布者不需要做专业的视频剪辑，就能轻松完成。视频中，无需做任何文字、语言性说明，只有土耳其小哥一系列流畅的动作，就足以让观众感受到其中的乐趣。而广大年轻人群，以及旅游爱好者则成为这段视频的自发传播者，在无意中就为该店做了一次十分完整的产品宣传。

美团联手抖音发起挑战赛，获1.4亿播放量

像每年的淘宝“双十一”、京东的“618”一样，每年5月，各大团购、

电商、外卖等平台会推出各种花样百出的活动，各种创新活动为的就是让消费者“吃得爽”“玩得嗨”，这样消费者才会感觉过瘾。

2018年6月30日，美团与抖音强强联手，举办了“全民挑战66舞”挑战赛，让用户“玩得嗨”。挑战赛中，用户不仅可以在美团外卖App上参与66集卡赢66元现金活动，还可以和达人们一起大跳66舞赢iPhone。凡是在活动期间模仿“@阔少_申旭阔”跳66舞或使用66舞专属音乐拍摄视频，将有10名幸运用户有机会被抽取获得iPhone X。

这场别具一格的创意活动，再加上让人羡慕的奖励，吸引了广大网友自发参与和传播。在挑战赛上线仅一周的时间，就收获了35万原创视频，视频总播放量超过1.4亿，总点赞数超过292万，总评论数超过19.4万，总分享次数超过了16.7万，如此强大的用户参与阵容，可见这场挑战赛的吸引力惊人。

那么在整个挑战赛中，美团和抖音是如何玩的呢？

一方面，在抖音上，舞蹈是一种能够吸引用户积极参与互动性极高的表现形式，在舞蹈中加入定制BGM（背景音乐）和创意贴纸，可以更好地激发抖音舞蹈的魅力，这样用户更容易被视频中的内容“种草”，能够获得“2+1>3”的超级营销效果。除此以外，基于美团外卖的“梦去小袋鼠”的形象贴纸，能够使视频内容更加具有生动性。伴随着舞蹈动作，“小袋鼠”也开始舞动起来，使得这个视频更加活泼，且具喜感，这样又在很大程度上提升了美团外卖的曝光率。

另一方面，在此次挑战赛中，达人所起到的引流作用是不可忽视的。达人本身自带流量，达人参与到挑战赛中，能够更好地激发用户的参与热情，使得各种创意内容层出不穷，如全家人一起参与到趣味创作中来、携带萌宠加入创作。此外，用户评论的声音不断涌现，使得品牌口碑也得到了有效提升，让用户与品牌之间建立的关系更加有深度。

总之，美团与抖音联手创造出与众不同的品牌营销活动，并大获成功，为美团带来了巨大的流量，不但加强了品牌与用户的情感连接，还帮助品牌更好地读懂用户，可谓一箭双雕。

深入探究抖音火爆的背后

近期，很多人已经被抖音短视频App刷屏了，各种新鲜的人和事都在抖音App上呈现。越来越多的人一天可以在抖音App上看五六个小时。抖音的火爆，不仅仅在于爆发式的用户增长，更多的在于越来越多的品牌入驻抖音，开启官方账号，逐渐将抖音作为其新媒体矩阵的重要份子。

所以，我们经常在抖音短视频中看到不少草根品牌以及人们日常生活中的知名品牌，它们都看到了抖音里蕴含的“小美好”并争相开始借助抖音，为其品牌宣传造势。如今，品牌们已经将以前的“两微一端”（即微信、微博、新闻客户端）演化成了“两微一抖”（即微信、微博、抖音），而抖音则成为品牌们扩张新版图的重要“标配”。

抖音本身是一款可以拍摄短视频的音乐创意短视频社交软件。2016年9月，抖音上线，进入2017年10月后，抖音开启了高速增长模式，尤其是抖音获得独家赞助《中国有嘻哈》后，开始真正火了起来。在2018年春节期间，抖音邀请多位流量大咖入驻平台，再加上“海底捞吃法”等多个热点发酵，吸引了大批新用户涌入。2018年4月，内涵段子遭封杀后，“段友”以及一批优质内容生产者开始转战抖音，使得抖音用户暴增。截至2018年6月，抖音的日活跃用户量达到了1.5亿，月活跃用户数量超过3亿。抖音的头部内容生产者用户覆盖了平台粉丝总量的97.7%，且16%的作品出自用户参与抖音花样百出的挑战话题，抖音9.4%的背景音乐创作来自原创，如《海草舞》《学猫叫》《佛系少女》等都被誉为抖音洗脑神曲，在用户中循环播放。