

## 短视频营销(如何做好短视频营销) - 网创妙策

短视频营销的实战技法？将从品牌运营、推广收费、平台规则、用户体验四个方向，对短视频营销策略的实战技法进行清晰的解读。

### 1、重视品牌和优质内容的运营策略

品牌与内容是一个短视频账号的基础，它直接决定这个账号的上限。很多时候，人们会忙于做眼前的事情，而忽略的自身的内容定位。很多时候，这些准备工作可以让后续账号运营

①、平台产品流量：通过分析平台高流量入口，然后布局与之相匹配的内容，尽可能的获取平台流量红利。

②、品牌形象构建：构建自有品牌，这是一项需要长期坚持的项目。短视频账号品牌的打造，相比我们常说的品牌形象塑造而言，其操作上较为简单一些。毕竟账号内容本身就最近具备了相当明确的针对性。

③、优质内容输出：企业想要获取利润，产品是一切的核心。针对短视频营销而言，视频就是它唯一的产品。高质量内容输出，是一切的保障。至于如何拍摄出优质内容视频，这便与营销策略关系不大。

另外，内容是否优质，并没有绝对的标准，因账号受众属性而异。

### 2、账号营收细分法

再厉害的厨师也无法做出满足所有人的口味的菜品；在精致的营销手法，也无法用同一套标准来满足受众。

短视频账号想要扩大平台影响力，首先就需要吸引不同属性的“金主爸爸”。

最简单的方式就是根据地区和企业实力，制定有差异化的推广策略。多元化的推广策略制定，加上合理的运营，当是引导足够多“金主爸爸”投资之后，账号本身的权重，也将急速攀升。

### 3、高强度匹配平台规则

规则是人定的，就一定存在缺陷。

利用平台缺陷，让小众实现暴利，虽然不提倡，但却是不争的事实。

从淘宝平台规则的一步步完善，让我们看到一个个传奇，从中诞生。当下的短视频平台，其发展历程也相差无几。

一代版本，一代神；一代补丁，灭“杀”多少人。

因此，企业如果想要依靠某个平台，获取利润。那首先，就必须要对平台的规则，有充分的研究。需要掌握最新的规则变更内容，尽快的调整营销策略。

无数次事实告诉我们，每次规则的变化，都有一群人，异军突起，成为风潮下的“弄潮儿”。

#### 4、用户体验才是一切的根本

笔者认为最强的传播效果，就是自传播。最好的营销策略，就是口碑营销。然而这一切，都建立在“用户体验”四个字上面。

很多自媒体账户最开始运营的时候，相关负责人在咨询专业人士“如何能让账号快速赚钱”这一问题的时候。大部分人都会给出这样的回答：前期不要考虑挣钱的问题，只要站在目标受众的角度，输出能够引发他们共鸣的内容，就已经成功一半的。至于另一半是什么，在此也无需多言。

这一理念所表述的底层逻辑，其实就是“用户体验”。