

工作任务五：发布运营

一、文案策划

（一）文案格式

抖音中常见格式是：1-2句文案+标签#XX+@XX。文案点明视频主题，激发用户共鸣。添加标签提高视频曝光度和搜索可见性。

（二）撰写要点

1.观察生活细节，找到共鸣点；使用“我”和“你”，与用户建立联系；短视频文案不宜过长，字数在10到30字之间，20字左右最佳。

（三）短视频文案策划常见两大误区

一是太直白。直接概括内容主题，会与用户缺乏关联度。

二是不注重引导互动。文案获取流量的关键就是不但让用户看，还要让用户主动点赞、评论和转发。

二、封面编辑

（一）短视频封面设计要点

- 1.突出视频主题：封面设计风格与视频主题紧密相关。
- 2.凸显视频亮点：封面应能迅速展示视频亮点，让用户一眼就能捕捉视频的核心内容。
- 3.注重封面一致：保持同账号内封面风格和设计元素的一致性，能够形成视觉上的连贯性，有助于用户认和系列品牌的建立。

（二）常见封面类型

- 1.内容式封面：就是指采用视频内容中的其中一帧画面作为封面，可以是筛选出来的一帧，如果不进行筛选后台默认为第一帧。
- 2.分割式封面：有条理、条块状的视觉效果都算得上分割式封面。
- 3.动画式封面是指那些图片以反复变化的形式出现，类似于GIF动图的视觉效果的动态封面。

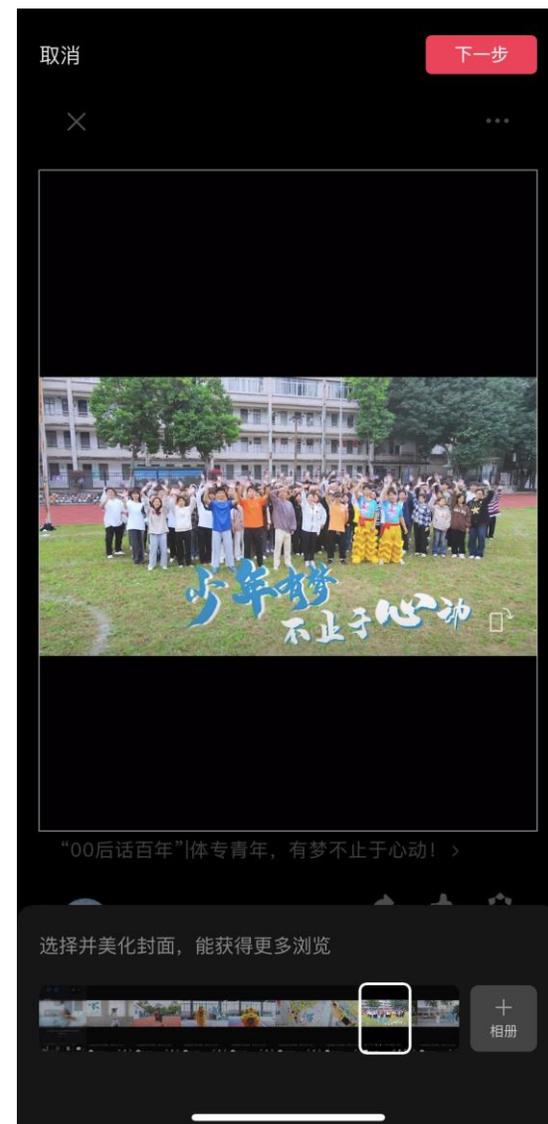
二、封面编辑

(三) 封面制作

以内容式封面制作为例，操作步骤如下：

第一步，打开抖音并准备视频。选择视频，点击“上传”。

第二步，设计封面。在发布页面找到“选封面”按钮。点击后滑动下方的视频进度条，选择适合作为封面的画面。



二、封面编辑

第三步，预览并保存。设置好封面后，点击预览按钮查看视频和封面的整体效果。最后点击右上角的“保存封面”即可。



三、运营方案

（一）运营方案设计框架

- 1.明确目标用户：了解目标用户的基本信息、兴趣、需求和行为习惯，选择合适的平台和推广时间，创作与目标用户产生共鸣的内容。
- 2.熟悉渠道特性：熟悉短视频整体的产业结构、短视频行业的政策法规和各平台规则。会筛选渠道，并做平台数据分析，诸如粉丝数、点赞数、播放量等，通过观察内容趋势变化、洞察用户喜好的能力。
- 3.确定推广策略：推广目的即塑造鲜明的IP形象，形成品牌效应。推广方式如：选择付费推流（如抖音的DOU+）、与知名KOL合作、线下引流；或搭建多平台账号矩阵，通过与同行相互点评转触发平台铁粉机制进而获得流量等。
- 4.用户互动设计：通过建立短视频社区，鼓励用户之间的互动和交流，增加用户粘性，也可在作品评论区中设置互动环节，如提问、挑战、投票等，鼓励观众评论、点赞、分享短视频，增强用户的参与感和忠诚度。
- 5.热点话题策划：关注时下的热点话题和流行元素，及时将其融入短视频内容中，提高视频的吸引力和曝光率。

三、运营方案

(二) 查看账号数据信息

在抖音平台的创作者中心，创作者还能查看账号数据信息，包括经营分析、内容分析、粉丝画像、创作周报等，能更好地了解用户需求、优化内容创作、评估运营效果并制定有效的营销策略。

抖音后台查看账号数据，只需点击【投稿】进入创作者中心即可。



三、运营方案

此外，还可以通过专业网站查找和分析抖音数据，了解当前网络热门内容，如：热门话题、热门素材、行业热搜词等。

以新抖网站举例，登录“新抖”，点击“短视频”，在分栏中就可以查看当前网络的热门话题、热门短剧、热门素材等内容。



思政融入：

中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》，其中明确提出了针对平台总体规范、账户管理、内容管理和技术管理规范的20条具体且富有建设性的指导要求；与此同时，还颁布了《网络短视频内容审核标准细则》，这份细则特别为短视频平台的一线审核人员设计，旨在解决短视频领域中的突出问题，并详细列出了100条具有实操性的审核标准。谈谈在短视频发布运营时，要特别注意哪些规范，注重培养什么意识？

课程元素：爱国敬业、继往开来

谢谢
观看

