|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **《随心所变》短视频运营方案** | | | | |
| **用 户 画 像** | **性 别** | 男女比例4:6 | **年 龄** | 18岁—25岁 |
| **教育程度** | 高中及以上学历为主 | **地 域** | 以东南地区城市为主，两广居多 |
| **行 业** | 自媒体博主、大学生等 | **兴趣爱好** | 休闲运动、美食烹饪、穿搭时尚 |
| **账 号 信 息** | **昵 称** | 广西高校乐子TEAM | **简 介** | 有朋自远方来，欢迎光临~  后台踢一踢，下一站就到你：wx\zmgx1212📢 |
| **内容定位** | 展示广西的高校和学子风采，突出青年学生积极向上的生活态度，提供实用的高校活动、讲座论坛、体育赛事等信息，是一个富有活力、朝气的广西高校圈。 |
| **传 播 渠 道** | 传播渠道选择：抖音和微信视频号，首推主渠道抖音。  1.抖音：目前最受欢迎的短视频平台之一，用户群体广泛，以年轻人为主，快节奏、碎片化、有趣和富有创意的内容极受关注。  结合平台特点，运用特效、配乐、剪辑，创作富有创意、有趣并有节奏感的短视频，时间不超过1分钟，展现广西青年大学生在生活上的蓬勃朝气的风貌。  2.微信视频号：微信作为国内最大的社交媒体平台之一，拥有庞大的用户群体和活跃的社区氛围，整体互动性强、内容多元化。  将从主题出发衍生制作系列视频，以形成品牌效应。因此，此次以“少年有梦，不止于心动”为主题，打造系列表达青年大学生校园生活的创意短视频。 | | | |
| **推广策略及推广方式** | 一、推广策略  精准用户定位：抖音日活为6个亿，其中活跃用户多为16至30岁年龄区间。微信短视频用户大多数是工作党，核心用户年龄区间为22—40岁。  账号为广西高校乐子TEAM，从用户画像上看，年龄为东南地区城市为主，两广居多，且具有高中及以上学历，16岁—28岁，女性用户占比较多，男女用户比例4:6，为互联网常在用户。  因此，根据目标用户特点和兴趣，确定视频以创意娱乐为主要风格，采用快节奏的背景音乐，利用剪辑手段，提高视频观赏性，满足目标用户的审美需求。  推广时间安排：  （1）抖音：通过查阅可知，同类型账号投放时间大多在10:30—13:30、18:00—20:00、21:00—24:00。因此，基于用户特点，投放时间设置为每天中午12:00。  （2）微信视频号：通过查阅可知，平台高活跃时间段集中在17:00—23:00，因此将发布时间确定为每天18:30。  二、推广方式  将从线上线下两种模式设置推广营销方式。  1.线上推广：2个发布平台进行互相推广和引流，扩大影响力；建立“少年有梦”粉丝社群，定期发布运动健康内容的话题，提高用户的参与度和忠诚度，保持社群的活跃度。  2.线下推广：在社群中定期组织和开展健康跑、休闲徒步、帆板、攀岩等线下活动，打造账号知名度。同时探索与广西区内有名的运动员合作，以嘉宾的形式参与活动，并进行海报展示、跟踪报道等。 | | | |
| **观众评论互动策划** | 为提升账号影响力，增强用户参与度，按照不同渠道，对账号的用户评论互动进行针对性策划。  抖音策划为：1.“还有什么运动最酷？等你来炫！”，激发用户的分享和参与。  2.“能不能分享一下你健身心得？点赞最高的送广西特产！”，引导用户参与该话题，激发用户跟帖和参与。  微信视频号为：1.你最喜欢的广西运动员是谁？等评论。”，吸引用户跟帖反馈。 | | | |
| **热点话题策划** | 选择当前社会热点和热议话题，让用户能更好的定位视频，提高对视频的兴趣和参与度，最终促升视频热度。可设置：  1.#高校运动达人日常：展现青年体育特长大学生在的日常生活、训练片段、访谈等内容，增加用户的亲近感，吸引用户关注。  2.#运动穿搭指南：结合当季潮流，为用户提供运动穿搭建议，展示不同风格的运动装备搭配方式，扩大视频的传播效果抖音。  3.#挑战赛与话题活动：发起运动挑战赛或话题活动，鼓励用户参与并分享自己的运动瞬间和心得，引导用户上传图片或视频引起效仿，提高视频热度。 | | | |