

# 最新短视频运营方案 美食视频号运营方案 (大全5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 短视频运营方案 美食视频号运营方案篇一

如果产品本身的质量和口感不过关，那进行抖音推广无异于把自己放在了风口浪尖，大家去体验过后发现与预期不符，就会在你的视频下进行差评。

现在点餐越来越方便，外出就餐的选择性越来越多样性，餐饮店的覆盖范围一般也就是3公里以内，除非你特别有特色，如果店址在比较偏僻的地方，不是商业区的话，视频排的再好也很难吸引顾客前来，即使顾客来了也很难形成复购。

总之，在以上3点做得不够时，拍摄抖音需要谨慎，否则是吃力不讨好。

## 短视频运营方案 美食视频号运营方案篇二

一开始直播的时候，没有多少粉丝，粉丝粘性也不高，就一个人播，然后发现越来越难播，最好只好放弃。

想做好一场直播需要策划，比如去一个地方做农产品直播，要提前两天准备好脚本，并且不断做内容优化。

1、主题内容策划，根据粉丝关心的话题，比如节日、产品和品牌等做选择。

## 抖音运营策划方案食品类（视频号直播间活动策划方案）

### 2、产品内容策划，比如聚划算活动、产品上新、店铺爆款。

把对消费者的好处展现出来，想清楚吸引谁或者谁是我们的客户人群。

从这种角度出发，我们直播的内容就是消费者群体关心的内容。

没有吸引客户的点，客户很快就会走开，毕竟现在直播的人那么多。

可以吸引消费者的东西一般都是对消费者有好处的东西。

比如在直播中买确实价格更优惠，或者是今天是新品上新的价格。

或者是今天直播的内容对消费者有帮助的，听这场直播可以帮助他们学到一些东西。

内容策划就是要从消费者角度出发。

换位思考消费者喜欢什么、怎么和消费者互动，通过互动把普通听众变成粉丝，形成转化。

### 3、增加互动玩法，虽然我们是来卖货的，但是我们也可以进行才艺展示增加互动。

建立各种游戏方案，一起做一个游戏，可以增加和粉丝之间的互动。

比如说输了或者是点赞到多少的时候，我让助手唱个歌等。

产品介绍的时候，根据产品设置玩法，如果是卖衣服就聊穿

搭，如果是宝妈人群就聊聊育儿或者是宝贝美食等。

4、直播节奏设置，什么时候直播、直播多长时间。

大家都觉得晚上8-10点直播好，但是要考虑直播群体是否合适。

比如你的群体是宝妈，而宝妈在这段时间里一般都在哄孩子，而且这段时间大主播都在，可能这段时间就不适合你。

可以多个时间段测试一下，找到适合自己的店铺直播的黄金时间。

时间确定好了以后，下次就固定时间直播，这样培养粉丝的习惯。

直播的时候还需要一些直播福利，例如直播专属优惠券、送礼物、抽奖和免单等，带动粉丝互动和把控直播节奏。

直播中货品构成也很重要，店铺货物构成中有引流产品、形象产品、搭配产品、利润产品和福利产品。

同类产品一般不超过3个，不然会给客户造成选择困扰，选择困难症。

引流产品是店铺比较有竞争力的产品，利润款是我们直播主推的。

## 二、直播话术

直播之前一定要准备好开播话术，做好直播脚本，脚本中一般包含话术逻辑。

1、产品拥有优越的地理位置，比如靠近货源、地方产品很出名等

- 2、这个产品和别的产品特点上有哪些差别？
- 3、产品价值，比如是营养价值，对消费者有什么好处？
- 4、产品活动，今天购买优惠是什么？例如3斤只需要10块钱。
- 5、常见售后问题解决办法
- 6、产品使用方法等辅助内容。

最好就是要注意一下不要夸大产品宣传。

下面分享一些话术：

## 短视频运营方案 美食视频号运营方案篇三

线上变现主要是商品的售卖。

将我们店内售卖的可邮寄的食物放到商品橱窗中进行售卖，在视频中挂上商品链接引导粉丝购买，个人账号也可以这样进行变现。

除了商品橱窗外，还可以开直播进行售卖。

餐饮短视频运营一定要开启同城，为了让更多离店铺近的用户看到，从而吸引用户进店消费。

每条视频中都要加定位，在推荐里刷到视频会误以为是外地店铺而放弃了解，或者只是一丝心动就懒得看在哪里而放弃了解。

知道店铺离自己很近后，一丝心动就很有可能变成一次行动。

餐饮短视频运营怎么做，除了视频内容、变现方式需要了解外，我们还要知道视频的拍摄技巧、剪辑技巧、配乐技

巧、发布技巧，如何进行dou+/粉条的投放，如何进行直播变现等等。

不管是餐饮行业中的海底捞、coco、江小白、郭阿姨的月亮馍、苍蝇馆子等，还是知识付费领域、影视剧，还是各类app商家们都争相在抖音上获取流量，引发了线下购买热潮。

## 短视频运营方案 美食视频号运营方案篇四

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到20xx亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从1998年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。据专家分析，家装市场在未来几年内仍有较大的发展潜力。

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地。

家庭装潢公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅仅从一个侧面展示了企业的形象，也在悄然地输出一种理念。对于正在选择装潢公司的人来说，装潢公司的“门面”可作为一种很好的“参照物”，下面提供几种样式供参考。

### 1、追求“后现代主义”

“后现代主义”将设计突出地表现出来，传达的是一种设计理念。因此，在装修的时候保留空间功能的完整，而不必做过多的修饰。比如墙面的处理，铆钉都裸露在外，只是用色彩来重现建筑的美；不规则的几何形体错落有致，金属得到了设计师的偏爱，这些都表现出了“后现代主义”的理念。

## 2、向往简约“古典主义”

装潢公司总是喜欢突出自身的个性，通过装饰好自己的门面向顾客展示自己对设计的独到见解及敬业精神。简约的“古典主义”使设计风格显得高雅，如果能再配上周边的环境，将会使整体设计更具风雅。

## 3、返璞归真，沧桑怀旧

在钢筋水泥般的城市住久了，人们便开始向往自然的风光，追忆沧桑岁月，斑驳的砖墙，苍老的木柱木螺，凹凸不平的松木地板，落地的大铁门锈迹斑斑，上面是一排排赤裸的铆钉，开启时吱吱呀呀地响，仿佛是历史的脚步。这样的设计正迎合了那种饱经沧桑岁月人的一种心理。

## 4、艺术与商业的完美结合

每一个房间的装饰都有自己独特的地方，但这独特之处又有一定的规律性和时代性，把所有这些精华部分提炼出来，在室内各处墙面造型及家具造型的表现形式，称之为室内装饰风格。

下列几个设计思路，可供读者参考：

- (1) 结构贯通出空间；
- (2) 色彩融合出气氛；

(3) 材料交合出品位；

(4) 造型融合出旋律。

或方形、六角、八角的灯池（2平方米或5平方米），将射灯藏于灯池周边内，这样天花板即成了灯的一部分，在浑然一体中扩大了客厅的视觉高度。

对于那些有偏爱的，可根据其爱好设计相应的风格，将一切巧妙运用起来，以达到色彩的整体性。既能表现出气氛，又能得到空间扩大的效果。

有些房间为平面直角，而家具却是一些曲面、曲线，显得不太协调，这样就要对房间进行处理，如拱形的屋顶、拱形的门楣等；以高低错落的板块来装修天花板，内设照明灯，表现空间之美；有人喜欢板面造型，对墙体的装修用板块的形式来打造高大肃穆的效果；以二xxxx台阶来营造登堂入室的大家之气；在家具的选择上可选用两种颜色板块组合而成的新潮家具。这其中便蕴含了一种旋律美。

## 1、签订一份公平的合同

在双方协调一致的基础上，签订一份公平又详细的合同，是十分有必要的。有的客户不认真审核合同轻率签字，到后来遇到纠纷往往是很平常的事情。然而，装修公司由于制作合同不严密、不详尽，自食其果的非常多。

## 2、制作一份详细的报价表

这是装修中的主要程序之一。报价表要力求详尽，包括所有的承包项目、单价、单位及金额，还应标明哪些材料是装修公司购买，哪些是客户自购，大致灯具、洁具、空调，小至拉手、门锁都要囊括在内。有了这样一份详尽的报价表，就会减少许多不必要的麻烦。一份详细的报价表的重要性是不

言而喻的，它能够与合同相提并论。

3、在施工过程中，同客户相处要融洽，要尽量尊重客户的意见

某些装饰公司在签合同前后往往言行不一、两副嘴脸。丝毫不尊重客户合理的意见及要求。当客户要求修改图纸时，甚至对客户出言不逊，大谈设计风格等专业术语，搞得客户非常难堪，当施工中出现错误时强词狡辩等。这些现象是必须避免的。装修公司既要虚心听取客户的意见，又要勇于承认并改正自身存在的缺点与错误，并做到及时向客户说明，与客户之间建立一种和谐融洽的关系。

4、进一步扩大透明度

做事情增加透明度，有了问题坦诚向客户说明，这样便会增强客户对你的信任感。那些认为“无商不奸”的人是挣不到钱的，许多客户会对你“望风而逃”。

## 短视频运营方案 美食视频号运营方案篇五

为什么海底捞能一直火下去？为什么泡面食堂、答案茶在大火几个月后就遇冷？有些产品还没打磨成熟就着急快速变现，开始大力宣传，招牌是打出去了，但是消费后的体验却是很低的。

营销做得再好，产品没有持续的消费价值，迟早被消费者丢下。

很多餐饮人表示自己并非专业出身，拍摄、剪辑、运营都不在行，十分花费时间，外包出去成本又大，只能选择降低更新频率。

但是抖音上的账号非常多，又是智能推荐的形式，更新的间



隔时间拉长，你就很容易被用户遗忘。

所以，建议更新抖音视频还是固定时间日更，找到合适的场景和拍摄模式，降低拍摄和剪辑要求，保持持续的内容生产力。