

2023年短视频工作计划书 短视频创业工作计划咨询实用(实用5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

短视频工作计划书篇一

每天都有很多品牌方爸爸找我咨询，但我发现他们的问题是有共性的。新零售品牌往往面临以下4个困境：

这4个困境，如何一起解决？

我们花了大概五年时间，把短视频+直播+私域全流程跑通，完成了从公域引流到私域闭环的整体方法论。

如果你想做一个新零售品牌，需要驾驭三驾马车：

按照这套理论，我们团队目前能做到：一个公域上面九块九来的粉丝，我们有办法通过3到4个月的运营，让他在私域里面完成3000到9000元的会员卡充值。

短视频工作计划书篇二

我们还是先做一件事情，平台洞察。

在公域上好卖的产品，不见得私域也合适。那什么品类天生就适合做私域电商？主要分两类：

下面解释一下，为什么私域产品一定要符合这些属性。

大部分私域都在微信里面，触达用户的方式不外乎社群和朋友圈。用户不是为了买东西看你的朋友圈，所以更多时候，你的产品本身要具备内容属性，以及能够持续产生内容的属性。

其实私域的场景跟抖音很像，它们都不是购物场景，而是兴趣场景或者社交场景。你把私域的场景吃透了，在抖音上做内容也会事半功倍，因为都是同一套逻辑。

比如你是卖电冰箱的，你做再好的内容，用户也不会复购，或者短期内不会复购。

所以你的产品要有高频复购属性，或者你的产品矩阵有复购属性，比如食品线矩阵，用户可能会买面包、买腊肠、买手抓饼，就是这样一个逻辑。

我经常跟别人强调，私域产品一定要有高客单。为什么？因为私域本身是一个规模化的生意。

你搭建团队，需要大量的费用；你要引流，也需要流量成本。另外，不要以为私域流量进来就不会跑，正常情况下有50%的流失率，这里也会产生大量的成本。

很多品牌方特别容易犯一个问题，就是有非常强大的品牌执着，认为我的私域里面只能卖我的产品。当你产生这样的念头，你的私域就很难做起来了，因为你没有站在平台属性去思考问题。

举个例子，有个商家是卖纸尿裤的。一个妈妈能买多少包纸尿裤，其实是算得出来的。这种品类可能在公域上面特别好打；但是到私域里面，我们需要把它的复购 \uparrow 值（用户贡献值）、利润率做起来。

这时，我们就不能再执着于卖自己的纸尿裤，而是反过来思

考，这群宝妈需要什么适合私域电商的品类？围绕母婴场景，为他们提供全套的产品支持，例如奶粉、辅食、湿巾等等。

我们说一件事情能成功，执行其实只能影响20%，剩下80%的成功率来自于你对平台的洞察。抓到平台命脉，基本就抓住了80%的成功率。所以一定要先学会看平台，去了解每个平台，然后放下你的执念。

短视频工作计划书篇三

又或者基于不同的用户身份和需求进行划分，比如说（运营职业用户群，营销职业用户群，文案职业用户群，增长职业用户群，产品经理职业用户群等等）

当然不同的行业和不同的企业，基于运营的不同目的，我们会对用户进行分类管理。所以具体问题需要具体分析，尝试并选择最适合自己的用户划分社群即可。

，并没有什么太高深的东西，所以不要故弄玄虚，一定要去伪存真，理解它存在的最根本的工具属性。

只不过是微信社群本身的沟通成本和使用成本，便捷程度上来讲都最为简单直接，所以，我们一般都是说

但是无论怎么管理，其本质都属于用户管理系统的应用范畴。

在企业发展的过程中，首批种子用户的获取最为艰难，有些企业用sem广点通，信息流，微信派单，直通车等付费手段进行获取；有些企业用垂直类内容平台，各种相关平台渠道进行内容分享引流进行获取。

无论哪一种方式，只要能够积累到自己想要的潜在客户，我认为其实都是可取的，只不过不同的方式的获客成本不同，具体的我就在以后再进行分享了。

对于小企业而言，因为用户本身体量并不是特别大，所以就采取最基础的一对一沟通的精细化运营方式我认为就可以了。这篇文章我们以大企业为例，大企业有雄厚的推广才力支持，基本已经积累了足够大体量的潜在用户群。

短视频工作计划书篇四

为提升协会服务水平，联合会将继续推进有助于会员服务的平台建设，为企业提供全方位、便捷化、专业化的服务，创造良好的公共服务环境。

1. “政采云”体育装备馆建设

联合会将协助省体育部门继续推动政采云平台建设，做好“政采云”体育装备馆第三批供应商入围工作，助力政府采购数字生态的构建。

2. “浙体产业之家”小程序建设

为更好地发挥桥梁纽带作用，联合会将在“浙体产业之家”小程序平台加强对产业招商、企业招聘、产业资讯、会员管理等服务板块的建设。

3. 全省体育产业名录库建设健全

联合会将继续协助省体育部门推动全省体育产业名录库建设健全工作，帮助省里及时了解体育产业发展状况，摸清浙江省体育产业的家底。

4. 浙江体育企业金融授信平台建设

联合会将配合省体育部门工作，联合中国银行、建设银行、农业银行等金融机构搭建金融授信服务平台，开启“体育+金融”的服务模式。

5. 体育类校外培训机构监管平台建设

为更好地规范体育培训机构的市场经济行为，推动体育培训产业有序健康发展，联合会将协助省体育部门共同探索建立体育类校外培训机构监管平台。

新年新气象，2022年是打造万亿体育产业金名片的开局之年，也是现代化体育强省建设的关键之年，联合会将坚持抢抓机遇、奋发作为，继续发挥好政府和企业之间的桥梁纽带作用，为“重要窗口”和共同富裕示范区建设贡献体育力量。

短视频工作计划书篇五

为进一步建立健全统计人才工作长效机制，推进统计人才工作制度化、规范化建设，特制定《东营市人才工作制度》。

1、局人才工作领导小组定期召开工作会议，研究审议有关人才工作的规划、决定、意见等。

2、会议由领导小组组长或受组长委托的副组长主持召开。根据议题需要，有关科室负责同志可列席会议。

3、对会议做出的决定或提出的意见，要按照分工认真贯彻落实，局人才工作领导小组办公室做好督促检查等工作，并及时向领导小组组长或副组长汇报贯彻落实情况。

4、临时需要领导小组研究解决的重要问题，由组长或副组长召开有关成员单位主要负责同志碰头会研究处理。

5、人才工作领导小组会议筹备工作由局人才工作领导小组办公室负责。

1、局人才工作领导小组组长是做好本部门人才工作的第一责任人，对局人才工作负总责，实行“一把手”抓“第一资

源”责任制度。

2、局人才工作领导小组副组长及成员必须树立强烈的人才意识，善于发现人才、培养人才、集聚人才、服务人才，做到知人善任、唯才是举、广纳群贤。

3、各科室负责人要结合工作实际研究制定本单位人才工作计划，推动常规工作的扎实开展。

4、要积极参加局组织的各类培训，开展争先创优活动，注重发挥本单位人才典型示范作用，增强人才工作的实效性。

5、落实人才工作有关政策和人才工作领导小组成员单位述职评议工作。

6、局人才工作领导小组办公室不定期对人才工作进行检查监督，将人才工作纳入《局机关工作人员绩效考核办法》。

1、每年第一季度制定当年人才工作实施意见和责任分工，安排部署全年工作。

2、按照责任分工，及时向市人才工作领导小组办公室报送人才工作信息、调研材料、工作总结。

3、确定专人负责做好局人才资源统计工作，及时提报或更新局人才库信息。

4、建立健全人才发展指标数据统计体系，按照市人才工作领导小组办公室要求及时提供全市人才工作相关指标。