

最新东莞视频号运营方案公示(优质5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

东莞视频号运营方案公示篇一

人物设定简称人设，在电影、喜剧、游戏等场景中，会有各类人物设定。明星等公众人物刻意塑造的形象。

比如，好男人/国民老公/模范丈夫：文章、陈赫、薛之谦、吴秀波，演员受影视剧角色塑造的影响大。

小鲜肉：鹿晗、吴亦凡等。

抖音需要人设的理由有千万条，每个人都有自己的见解，这里不做阐述。但说来说去，就一句话，每个人设代表着kol的定位，比如：

ps□好的人设可以迅速圈粉，吸引受众的道具，同时可以提高转化率。

如果账号是定位于美食的，就坚持只发美食相关的视频；定位于舞蹈的，就坚持发舞蹈；定位于正能量语录的，就坚持发正能量；定位是穿搭的，就坚持发穿搭……内容越专业，越垂直，吸引到的粉丝，也就越精准，转化率相对来说就很高。（前期最好要做原创内容）

除了垂直领域的内容，要时刻关注热点题材、热门视频，容易获得流量。

ps□垂直定位，一个账号只做一个领域的内容，如果公司的业

务较多，建议做矩阵号。

抖音最大的魅力在于，抖音的流量分配是去中心化的，我们每个人刷到的抖音内容都是不一样的，能让人一直刷一直爽。

同理，你拍的任何一个视频，无论质量好还是质量坏，发布了之后一定会有播放量，从几十到上千都有可能。这个就是经常提到的：流量池。抖音给每一个作品都提供了一个流量池，视频传播的效果好与坏，就取决于你的作品在这个流量池里的表现。

账号运营实操的过程中会涉及到很多的细节，但是在写方案的时候不需要把所有的细节都体现出来，主要体现以下3点即可：

除了视频内容本身以外的运营细节：

免费的推广方式：

付费的推广方式：

以下是我实操的投放数据：

推广结束之后还能看到你花费的钱究竟获得了多少展示量、播放量、互动量（关注、转发、分享数据）。

用户管理：

抖音蓝v账号，在企业营销方面提供更多赋能，在pc端登录，更方便操作。可以在平台内做到精细化的用户运营，有些功能类似微信公众号。

私信自动回复：

私信自动回复是当用户第一次向企业号发送私信时，企业号设置自动回复的内容。设置一段好的自动回复，给潜在用户留下深刻印象，让首次对话即使在非工作时间的用户也有良好体验，甚至可以引导用户进行下一步行为。（设置跳转连接、菜单栏）

关键词自动回复：

关键词自动回复则是根据用户发送内容进行关键字匹配回复，相应关键字可以触发相应回复，批量、迅速地解决用户群中存在的常见问题、新品上市、线下店铺位置信息、合作等。

自定义菜单：

企业号还可以设置自定义菜单，自定义菜单最多支持两级，菜单支持的响应动作包括跳转链接和触发自动回复，方便快捷维持用户黏性。

抖音个人账号功能没有蓝v全面（毕竟免费），在用户管理上关注私信和评论即可。

首先，做运营，不管做什么平台，数据分析都是非常重要的工作。通过数据分析可以判断内容的质量，还可以指导我们的运营策略。

上面提到抖音判断视频作品的4个标准：完播率、点赞量、评论量、转发量。至少这4个指标是我们时刻需要关注的。

数据分析可以通过抖音号自带的后台统计，也可以通过第三方平台统计。每个运营人对数据分析都有着自己的方法，能找出核心问题就ok

下面提供一下我平时做的数据分析表作为参考，主要分为：基础数据、互动数据、互动率数据、dou推广数据。

很多功能几乎都需要付费，购买会员才能使用，以下截图是飞瓜数据平台。

变现是做账号的最终目的，但是如果过早的去追求变现，是难的。前期要花时间精力是做好内容，抖音平台内容是本质，建议粉丝量在5万以上，再变现（产品植入、直播、导流）。

变现的前提条件：有一定的粉丝量，粉丝粘性高。

东莞视频号运营方案公示篇二

店铺内可以，比如10秒免单挑战，与店员猜拳赢了送饮品，土耳其小哥哥卖冰淇淋和顾客开玩笑等，只要活动有趣，消费者就会主动拍视频为你进行宣传。

还有比如说像这样的，老板总问顾客“孩子够不够”，顾客看到了，来买的时候也会想拍个视频打卡，看看自己说“不够”，郭阿姨会不会加食物。

产品可以打造成高颜值，比如最近在一看就是充满少女心。当然，还可以打造高颜值的环境，高颜值的kol等。

很多餐厅装修的都非常有特色，顾客去了就愿意拍照拍抖音进行传播和打卡。比如说唯觅的奶茶、马路边边等。

随着物质生活水平的提升，越是有特色的产品或者店家，越容易吸引大众。

后来，我又点了一份虾，菜品端上来以后，服务员吗，马上问我是否需要帮忙剥虾。最后我要走的时候，因为我看到抖音上有人得到了礼物，我说出请求后，服务员果真送了我一个玩具，这种服务真的让人没话说。

所以，拍摄抖音时，一定要找出你能展现的亮点，让用户在

前几秒就被你吸引，从而想去线下体验。

抖音上每隔一段时间就会有bgm+手势动作、影片啥的会火，我们可以结合热点拍摄相应的抖音，这样视频的推荐量会更大。

前段时间《少年的你》因为易烱千玺大火，很多人模仿千千在里面说的台词拍摄抖音，我们餐饮业也可以拍摄相应的视频，比如说两人正在吃饭，一人突然望着另一个人说“你保护世界，我保护你”之类的。

东莞视频号运营方案公示篇三

做好抖音的第一步是直播团队组建。

直播团队组建是地基，没有地基直播这栋房子就起不来。

所以，商家在准备入驻抖音电商的时候，一定要组建一支优秀的直播团队，为后续打造爆款直播间打下基础。

1) 直播团队角色

直播间主播，是一场直播中最重要的角色，能说会说有感染力，能够调动直播间气氛以及熟悉直播间产品。

主要负责直播间产品销售，控场。

协助主播直播，补充讲解和回答粉丝问题。

负责直播间负责主播销售，活动引导，气氛营造。

直播运营

推进直播工作，爆款产品卖点提炼，直播玩法、官方活动等。

主要负责直播期间直播间产品上下架，红包福袋发放，临时活动设置等。

直播时提升直播间粉丝活跃度和互动氛围，提高粉丝停留和购买兴趣。

主要负责直播期间直播间公屏的节奏控评和文字引导。

用户下单前和下单后的答疑问题。

主要负责直播期间飞鸽客户端实时客户信息回复。

2) 直播团队组建策略

(1) 新手期商家

东莞视频号运营方案公示篇四

这种效果的产生也很简单，当用户在刷内容的时候，发现同一个产品被不同的人推荐，这些人里面，有一定知名度和粉丝量的达人，也有不知名的普通用户分享自己的使用心得。前者的专业介绍让消费者品牌的基本概念有所认知，后者则给消费者一种“大家都在用”的感觉，可以逐步产生信赖。

比如同样一个产品，有的消费者搜索的是“懒人”，有的搜索的是“省事”，还有的搜索的是“高效”。这些关键词看上去完全不同，出发点也不一样，但是最终指向的是同一种功能诉求。在这种场景下，种草内容的维度比数量更加重要，要求我们内容尽最大可能，去覆盖不同的用户需求。

两者之间最大的共同之处，都在于“规模化”，并通过规模化让消费者感受到“身边的人都在用”，进而产生一种“既然大家都在用，那我不妨也试试看的心态”。

4、寻找内容种草者的渠道

我们为想要制作种草视频的朋友，提供了一键全平台种草推广的解决方案。比如想找100个素人发视频，就可以躺着发布这样一条简单的需求。

而且很多全平台营业的高手，价格并没有你想的那么贵。在帮你制作种草推广视频的时候，他们会与你积极沟通，帮助你解决种草视频问题。

发需求的方式很简单，直接在牛片app上点需求发布就可以了，发需求还是免费的。躺在床上用手机点一点就能发。

东莞视频号运营方案公示篇五

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：