

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案 (汇总5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案篇一

为坚决贯彻落实^v^[]地方政府和教育部门的决策部署，认真做好新型冠状病毒疫情防控的宣传教育工作，营造同舟共济、共克时艰、坚决打赢疫情防控阻击战的舆论氛围，学校宣传部门特制定此方案。

以^v^新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实^v^^v^关于新型冠状病毒疫情防控工作重要讲话和重要指示精神，按照上级工作部署和要求，动员一切力量、利用所有阵地、采用一切形式，面向全校师生扎实开展新型冠状病毒疫情防控宣传教育工作。

围绕校园疫情防控这一重点，开展系列宣传教育活动，充分体现全校师生抗击疫情的担当作为，彰显中国特色社会主义制度优势，增强青少年对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的思想认同、情感认同和理论认同，切实增强思想自觉、政治自觉、行动自觉。大力弘扬新时代爱国主义精神，激发全校师生爱党爱国爱社会主义的巨大热情，凝聚众志成城、同舟共济的强大正能量。全面提升师生的科学素养和人文情怀。着力提升科学素养，加强生态文明教育，厚植人文情怀，培育和践行社会主义核心价值观，不断坚定师生爱国力行的使命责任。

大力学习宣传关于新冠肺炎疫情防控工作重要讲话和重要指示精神；大力学习宣传的决策部署和党委、政府、教育厅的工作部署；大力宣传学校防控举措、经验成效等情况；大力宣传学校各系部特别是党员干部、法安部门、后勤人员无私奉献、无畏坚守的先进事迹；大力宣传自我防护科普知识，引导全校师生员工增强防护意识和防护能力；大力开展舆论监督、引导，积极有效处置舆情。

（一）校园阵地宣传

1. 在校园交通主干道、重要路口和食堂等场所悬挂防疫宣传横幅。（责任单位：交通建筑系）
2. 学生返校后，利用校园广播台播放防疫宣传通知要求和科普知识，每天上、下午各播放1次。（责任单位：校广播台）
3. 在每个学生宿舍大门、每个楼栋入口和宿舍园区醒目位置张贴防疫宣传标语海报。（责任单位：智能制造系）
4. 在教学楼、办公楼、图书馆主入口张贴宣传防疫海报或横幅。（责任单位：数字媒体系）
5. 充分利用学校各处宣传栏、板报栏进行防疫宣传教育。（责任单位：教育艺术系）

（二）新媒体宣传

1. 加大新闻宣传力度，及时跟进报道学校新型冠状病毒疫情防控工作进展情况。（责任单位：校广播台）

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案篇二

短视频团队绩效考核指标分为团队绩效指标、岗位绩效指标、行为绩效考指标三大类。

这里要重点讲一下，岗位考核中怎么多出了一个团队绩效指标，这个就是短视频团队与其他团队一个很重要的区别。

编导、摄像、剪辑、演员、运营每个岗位独立的工作成果对公司/抖音账号来讲没有特别的意义。

比方说编导这个岗位：完成了脚本的编写，但是这个脚本没有拍摄、剪辑成视频或者说就算剪辑成视频，但是没有播放量，那再好的脚本也是没有价值的。

1、团队绩效指标有哪些？

2、岗位绩效指标有哪些？

根据每个岗位的工作职责、工作目标、工作价值等制定，具体后面有介绍。

3、行为绩效指标有哪些？

首先说下行为绩效考核指标的意义：行为绩效指标是对团队绩效指标和岗位绩效指标的一个补充，为了防止员工只做关键指标上的工作，但是对于需要团队配合、临时新增或者不是关键性的指标的工作，员工不做或者不很好的去落实。

行为绩效指标一般占权重的10%-20%左右，具体考核哪些指标，每个团队可以根据自己所需要的强调主要价值观制定。

4、短视频运营团队各岗位绩效考核表

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案篇三

具体操作手法：

关注大号和优质对标账号

关注抖音头部大号的热门视频和新发布视频，以及同行业的优质账号。同时开通小号，专门用于推广。

用小号在抖音头部大号和行业优质账号的视频评论区发表相对有趣且实用的评论，同时附带需要推广的主账号，借势推广引流。

利用抖音推广小号

使用抖音推广小号参与主推账号的视频合拍，并发布，借助小号的基础推荐流量，增加主账号的曝光度。

注意：小号也需要有一个“养号”的过程，以免被抖音系统判定为营销号。

关于怎么养号，小羊妹儿在此前的文章中有提及，还有不清楚的朋友多沟通交流。

高频次转发

转发率是抖音系统评判视频质量的重要因素之一。视频被转发次数越多，系统对视频的受欢迎程度判定就越高，有助于提升对视频的推荐量和账号的权重。

分时段与视频进行互动

合理分配抖音推广小号为需要推广的视频进行互动的的时间。有听过抖商公社线上或线下课程的朋友应该知道，我们讲过，视频发布后的两小时在很大程度上决定了视频能否火爆。

而为了保证自己的视频不被流量高峰的海量视频淹没，就需要最大限度地利用抖音系统的“时间效应”。不断地在视频推荐暂停时，通过抖音推广小号与需要推广的视频进行互动，刺激抖音系统对视频质量重新判断，再次推荐视频进入更多

的流量池播放。

具体操作方式：

1、通过抖音短视频app给用户发送的消息，直接进入视频浏览页面。

此项消息功能基于抖音短视频app在设计时的“用户召回”机制，因此，通过此种途径与视频进行互动，是最有效且最真实的。

2、通过视频首页推荐，直接与视频进行互动。

关闭并退出抖音推广小号，待需要推广的抖音账号发布视频后，小号开启抖音短视频app

在app的首页，抖音系统一般会在前10个视频内，为抖音推广小号推荐本账号经常参与互动的抖音新视频，这10个视频基本就包括需要推广的抖音账号的视频。

根据抖音“让红的更红”的推荐机制，这种方法能有效刺激视频进入下一个大的流量池。

每当有用户挖掘出账号的视频时，系统都会重新推荐一次账号视频。我们抖商公社内部实操的一个账号，发布了100多条视频后突然爆了，其内在原因就是依赖抖音算法的“时间效应”机制，建议大家多加使用。

抖音推广方案之站外推广

用新媒体思维做站外推广

优势：在转发环节有着比站内转发更多的益处。

主要方法：将抖音短视频转发到微信、微博、qq等非头条系的外部平台。一方面可以起到精准的用户引流作用，另一方面也是为抖音短视频做了宣传。

因此，抖音系统的判定，视频在站外转发的贡献值高于站内转发。

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案篇四

短视频创造者想要成功，首先要锁定目标人群，提炼用户的需求，在短视频的内容选择是哪个有针对性地迎合群体口味，从而更快的吸引他们的目光。如果目标群体是美妆博主等，短视频的内容就会聚集运动，减肥套餐健身等垂直领域。

(2) 解决用户需求痛点

在短视频创作中，可以分析用户画像来挖掘用户需求，更好的了解喜欢你短视频的用户偏好，从而实现喜欢你的精准用户。

如何精准用户需求

(1) 用户信息数据分类

构建短视频用户画像第一步是对用户信息进行分类，用户信息数据分类，分为静态信息和动态信息两大类。

短视频制作国企稳定 短视频公司宣传方案篇五

是有一个stop doing list叫不为清单，比如说在vivo和oppo的不为清单里，首先第一项就是没有销售部，他们认为产品的品质足够好，不需要去谈生意。

第二跟客户不谈价钱，因为所有的客户都是一个价，这样节

省了双方大量的精力和时间。

第三不做代工，因为做代工意味着差异化太小，根本就没有利润。

第四，他们账上没有有息的贷款，所以确定自己永远不会倒在现金流这个问题上。

很多人经常去做一些明知是错的事情，是因为抵挡不了短期利益的诱惑，真正的高手是有所为有所不为，不做不对的事情比做对的事情更重要。