

# 2023年短视频推广方案策划(优质5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 短视频推广方案策划篇一

涨粉是个任务指标。具体涨粉增粉策略，分为平台内，和平台外。平台内有很多具体的方法和套路。比如评论区互动，就是很重要的一个点。

平台外，就是把短视频账号，和其他自媒体平台，还有社群，售前客服，售后服务，线下活动等串联起来。

对视频进行二次采编，发布在微信公众号，其他自媒体专栏当中。在各自平台内部拦截相应的搜索流量，自动推荐。

微信公众号：某期训练简报，简要文字和图片，和段子视频。文章标题做关键词搜索优化，评论区做互动活动。

知乎机构号：同步更新图文内容，标题做关键词优化。想法发布图文短视频，可以做搜索优化。

## 短视频推广方案策划篇二

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。

### 短视频推广方案策划篇三

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。

## 短视频推广方案策划篇四

绩效制度、政策没有与管理层进行协商，导致老板直接与员工发生冲突，要么政策执行不下去、要么有些员工离职。毕竟原来员工是不考核的或者考核没那么严格的，员工基本上是旱涝保收的。

2、违背契约精神，导致员工对公司不满，严重的会进行劳动仲裁

进行绩效考核后，员工的工资会根据进行绩效结果浮动，这与员工进公司的时候所承诺的工资不同。很容易让员工认为公司是想弄个方法扣员工工资，员工就会传播负面情绪，有的直接去劳动仲裁。

### 3、员工绩效考核量化程度不高，绩效考核很容易流于形式

员工的绩效考核指标抓取不准、量化程度低、没有明确的评分标准和数据来源，导致次月初绩效考评的时候上级主观凭评分多。公司花了大量精力和时间得到的结果就是大家绩效考核分“都很好”，流于形式，没有奖罚，大家不重视，导致恶性循环。

### 4、绩效没有与工资挂钩或者力度不合理，员工积极性不强

有些公司实施了绩效考核，但是一直不跟工资挂钩，怕这里出问题，那里出问题，导致员工对绩效重视程度不够。还有些公司绩效工资设计不合理，导致轻奖重罚，扣工资的时候很容易，力度也很大，加工资的时候非常难或者力度非常小；甚至有些公司普遍都是罚款，奖励基本没有。这些都会极大的挫伤员工的工作积极性。

### 5、绩效没有过程检查与辅导

有些企业没有对绩效指标建立跟进与辅导机制，到月底的时候才把考核表拿出来评分，那个时候没有完成的也来不及完成了。有的过程数据没有记录下来，导致月底的时候自己都忘记了考核数据的实际情况，就凭印象打个分。

绩效考核的目的是促进公司、部门、岗位的目标的达成，绝对不是为了绩效考核而考核。

### 6、员工绩效结果上级主管没有与员工沟通，导致发工资的时候，员工投诉多

绩效考核结果出来之后一定要与员工进行沟通，让员工本人确认；绩效工资和工资表计算好后也要在发工资之前与员工确认。

毕竟做绩效考核，尤其是刚开始做绩效的时候，你很难保证公司相关人员在操作的时候不出错误，导致员工工资被错扣，这样很容易让员工对公司产生敌对情绪。

## 7、绩效结果运用力度单一，激励性不强

有些企业绩效考核结果只跟员工工资挂钩，毕竟绩效考核只占工资的一小部分，员工大部分还是固定工资，这就会导致有些员工扣几百块或者几十块根本无所谓的心里，这样就导致员工对绩效免疫。

所以，这时候要把员工的绩效与晋升、调薪、培训、年终奖、评优等全面结合起来，这样对员工激励性就会大大增强。

## 8、没有做绩效面谈与改进，做不好的工作始终做不好

有些企业员工绩效考核完了，绩效工资算完了，就仍那不管了。对员工没有完成的指标根本就不进行总结，到底是客观的问题还是员工自身的问题根本不去分析，也不帮助员工改进。久而久之，员工谈绩效色变。所以这里要说明的是绩效的目的是让员工改善绩效，而不是扣工资。

以上是老师根据十几年薪酬绩效辅导经验总结而得的普遍情况，希望你有所帮助。

## 短视频推广方案策划篇五

以前从抖音搜索产品，需要再打开淘宝，直到找到关键词才可以购买某样产品。而现在通过短视频的添加商品链接功能，就可以让粉丝直接看到自己的产品。

通过抖音等短视频平台，全方位展示自己的产品，可以快速打造个人ip并批量化宣传自己的产品，吸引更多粉丝。

现在抖音开通橱窗的方法很简单，只要满足两个条件就可以在视频中插入淘宝链接了：1，发布10条视频；2，抖音通过实名认证。

想做抖音电商的朋友，只要打开app并按操作流程走就行了。开通商品功能需要官方审核，每周审核人数为500人，还是有数量限制的，现在涌入抖音的电商数量激增，想做的朋友还是要尽快抓住机会。

开通商品橱窗后，点开右上角的电商工具箱，就可以绑定自己的淘宝pid了。

说了怎么去申请这个功能；但是你的商品能不能做起来，还是要取决于你内容的质量！看的人多，被系统推荐的可能性才大，这样才能在众多的“广泛用户”中找到自己的精准客户。

抖音从去年3月至今做过很多尝试，从商品橱窗到购物车再到同款商品展示功能。通过积累数据和分析成功案例，抖音此次放低橱窗权限，鼓励用户开放橱窗功能，将给电商行业带来重大改变。

虽然抖音的优点是不要钱！但是想要把短视频做好，起到带货的效果，还是要多加钻研。