

微博视频运营方案策划 短视频分销运营方案(优质5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

微博视频运营方案策划篇一

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。

微博视频运营方案策划篇二

1、注册资本：1000万元人民币

2、注册地：武汉市东西湖

3、经营范围：可承担总造价壹仟捌佰万元以内室内装饰设计任务，可承接饰面工程、配套陈设工程、电气工程、给排水及暖通制冷工程、环境园林工程。建筑智能化工程设计安装，建筑装饰材料销售。

1、降低集团营运成本，在集团业务策略规划指导下，做好财务管理。

2、实施美学战略，创品牌、促销售，并在cs02成本标杆下，不议价地由执总指定承接装修项目。

3、法定推荐施工单位参加集团内工程项目的招投标。

4、遵照集团流程，负责集团所有集中采购业务。

5、经营电子商务平台。（为中期业务规划）

1、盈利中心

近期以集团各地区内部装修业务为主营业务，创造利润；中、远期以拓展外部装修业务为公司发展方向，实现盈利，成为集团的盈利中心。

2、服务中心

受集团委托负责集中采购，经营电子商务平台，定位为服务中心。

由于公司注册地在xx市，实际运作在xx[]考虑其业务有集中采购及为集团财务服务等功能，有集团形象品牌的要求，因此相关行政安排如下：

1、办公地点设在深圳集团总部；

2、武汉地区公司代管装饰公司当地日常政府界面工作（主要包括每月报税），同时留用一间办公室，悬挂公司牌照，以备政府部门检查和维护集团形象。

沿海建筑装饰工程公司与集团工程业务界面：

1、法定业务：

b[]售楼处、会所、样板房，以控制总价，保证效果为原则，列简单工程量清单。地区与建筑装饰公司双方协商总价和效果，执总协调拍板。大规模室内装修工程必须报工程明细估价，地区按流程权责审批[] c[]付款原则：装修合同签订后三天内予付合同总价款的30%，工程量完成50%后三天内支付合同总价款的40%，余款在竣工验收后三天内一次性付清。

2、参与地区招投标业务：

3、集中采购相关原则：

a[]按集团原有流程执行。

b[]各地区集中采购业务由沿海建筑装饰工程公司负责执行。为保持原有业务的延续性，更好地服务地区公司，原海创公

司负责的集中采购的专业工程师随业务调入沿海建筑装饰工程公司。

微博视频运营方案策划篇三

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

微博视频运营方案策划篇四

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。

微博视频运营方案策划篇五

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。