



抖音短视频

报告人：李晴晴

学号：2018110058



Part 01 / 抖音背景

Part 02 / 视频理念

Part 03 / 推广方案

01

抖音背景



用户量大

日活跃量：
巨大广告效应

1

娱乐Ip结合

持续引流
明星加入
话题新鲜感
用户留存度

3

视频优化

编辑功能强大
降低门槛
吸引新用户

2

“红人”效应

特殊算法
增加红人机会
吸引新用户

4

关注用户的方法：附近、发现、关注



视频与用户画像匹配度

根据用户点赞、浏览历史



热度

最热视频会被优先看到



时间

按照发布时间排序
最新视频最先看到
保持新鲜度



无边界设计

直接关注
涨粉快

互动按钮明显直接

音乐 增加用户参与

02

视频理念





美芽APP

用户画像相似：

年轻人

追求潮流

追求美丽：像抖音的小姐姐一样美丽

导流简单：

视频制作门槛低

音乐按钮

初期推广预算低



Karma is a beach

热门歌曲导流

用户想拍这个视频都会点进去

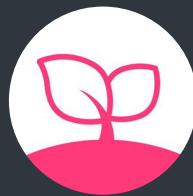
制造玄机（期待高）

视频点击率

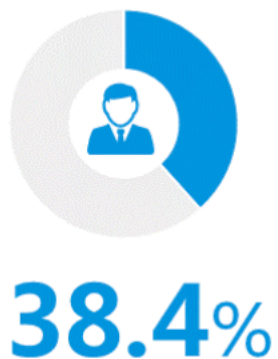
用户心理：化妆？转变？

03

推广方案



男性用户占比



38.4%

短视频综合平台
男性用户占比

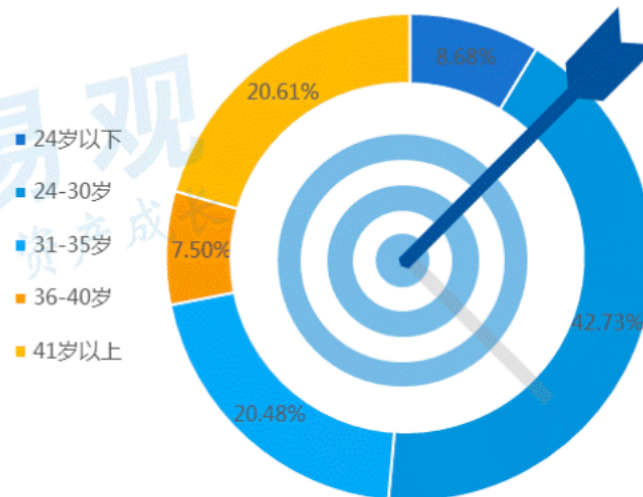
女性用户占比



61.6%

短视频综合平台
女性用户占比

短视频综合平台用户年龄分布



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第四季度易观千帆基于对15.1亿累计装机覆盖、3.58亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

Michael Kors



- 目标人群：年轻群体
- 2亿播放量，850万点赞
- 时尚达人佩戴Mk腕表+抖音视频特效
- 12位KOL加入挑战
- 抖音同步上线**开屏、发现页、搜索页、站内消息**等位置的广告资源

美芽：线上流量 + 线下活动

线上

- 线上活动：抖音挑战赛，参考MK城市T台
- 邀请KOL参与（男生+女生）
- 活动：邀请好友点赞，获取专业化妆体验课及化妆品
- 微博+抖音

线下

- 线下化妆课堂
- 大学生化妆课（与大学社团合作）
- 展现平等
- 造型改造活动（明星素人）

