https://www.douyin.com/video/7335064640394710311

# 点赞数：7.3万

# 标题:短视频的九条实战总结  
## 关键字: 自媒体干货 #短视频运营技巧 #商业思维 #干货分享  
## 作者: 鹤老师  
## 视频ASR文本:  
 忘掉养号忘掉选题忘掉玩玻璃忘掉任何老师教你的短视频技巧从现在开始你听到的是我花了四年时间用六百条作品一千四百万粉丝和二十五亿次播放换来的实战总结 第一讲干货为啥没流量我问你知识博主的竞争对手是谁是另外一个知识博主吗不是你的对手是黑丝是包臀裙是修驴蹄子是地毯翻筋是一切抢走用户时间的内容你干货再好抵得过一双黑丝吗你流量为啥上不去就是因为你老想着讲干货讲干货讲干货短视频是什么它是娱乐是庙会是赶大集 刷手机是为了开心不是为了再加四个小时的班短视频记人性能打败人性的只能是另外一种人性打败色的是贪打败贪的是懒打败懒的是嫉妒打败嫉妒的是恐惧所以想做爆款有且只有一条路娱乐化他不喜欢吃蒸土豆你就给他做成炸薯条他 不喜欢听唐诗宋词你就跟他讲讲李清照的二婚不幸顺便谴责一下家暴男嘛用娱乐的精神去传播知识才是爆款的密码看上去你是在讲八卦实际上是利用兴趣去撕开房间找到最薄弱的点攻进去顺便把知识传播给他 比如说古代的科举怎么反悔呀没照片没指纹没有人脸识别那你怎么知道是不是替考呢古代的试卷都考什么呀古代的准考证都什么样啊状元的作文都写的啥呀是不是又击中了高考的热点 再比如为什么叫上厕所下厨房而不是下厕所上厨房既然贵宾来的要上坐称呼自己用在下古人显然是能分清楚上尊和下卑的那为什么唯独在粪坑和厨房上要反着来是不是又击中了很多人的盲点呢 第二精准粉还是泛粉丝我问你做生意最难的是什么是卖出去那些倒闭的企业为啥倒闭是因为生 产不出来吗不是的全都是因为卖不出去永远记得生产不难销售才难你知道肯定有人要可是他们是谁他们在哪叫什么名身份证号多少他们凭什么要相信你你通通都不知道所谓的精准粉不过是一句正确而无用的废话 做生意最重要的是互惠你想做平台搞流量可是平台为什么要帮你推他能得到什么好处啊 谁能够想清这个问题谁才能够搞到流量所以想解决就只有一个方式换话题通过有趣的内容先吸引更多的人看的人多了平台才会觉得有价值才愿意把它推给更多的人有了更多的播放你自然就可以遇到更多的精准粉了 教英语发音没人听你就聊聊王菲的发音准不准教英语词汇没人听你就讲讲兰博基尼该怎么读泛话题是地基地基不能住人但是没有地基就没有那个房子世界上最快 的路从来都不是最短的泛粉丝的本质是你的变现工具就像一款游戏我当然知道你要挣土豪的钱可是土豪在哪土豪叫什么名字土豪怎么知道这个游戏土豪为什么要玩这个游戏你通通解决不了所以你必须要先免费让大家免费玩玩的人多了才能接触到这些土豪才能找到真正的付费客户 没有前面的免费就永远没有后面的收费免费玩家是什么免费玩家就是游戏道具呀泛粉丝是什么泛粉丝就是短视频道具呀其次用户是可以被转化 从来没有非买不可你下班路上为什么买了二斤橘子就是因为你路过一个卖橘子的摊然后很多人都在那买你也尝了一口觉得挺甜的然后就买了就这么简单从来没有跟人说啊我今天不吃橘子不行没有这样的除了阳光空气和水所有东西都是可买可不买明白了这个你才会发现 泛粉丝才是真正的金矿我原本没有打算学英语但是我听完你讲之后我居然觉得那么有趣我愿意去学这样的客户你要不要第三时长多久最容易火先问一个问题短视频为什么叫短视频是因为时间短吗不对的 短是结果不是原因不是因为短所以火而是因为浓缩才有价值短视频的核心不是时间长度而是信息密度没有废话密集痛点连环刺激全是对他有好处的他才能够看下去人性自私我们的每一次交换都是要占便宜的 一百块钱买了个 t 恤是因为你觉得 t 恤比这一百块钱重要花钱是在占便宜你才愿意掏那个一百块刷手机不也是吗你得提供远超三分钟的收获感他才愿意给你三分钟为什么不去电影院为什么非要看毒蛇电影因为可以占便宜啊因为十分钟等于三个小时啊因为帮我 节省了两个小时五十分啊永远记得信息量相同的前提下时长永远越短越好可要可不要的一律不要可说可不说的一律不说能用一分钟说完的绝对不能够花一个小时 为什么有人是三十秒因为他原本是三分钟的为什么有人是三分钟因为他原本是三小时的为什么大部分的短视频都很短那是因为创作能力的限制时长每长一倍难度是要大四倍的 十五秒只需要一个笑点一分钟就得加上故事情节三分钟就得再加上无数的反转和钩子所以没有几个人可以持续创造三小时的视频还密度满满如果强行拉时长那密度就稀释了用户就划走了 第四到底要不要投抖加有人说要投有人说不要有人说投答案相似有人说投系统自定义不要管那么多乱七八糟的我就问你个问题如果你是张一鸣你会怎么给流量两条要么好的内容 帮你留人你会给要么直接付费帮你变现你也会给那换句话说你想搞到流量要么提供好的内容要么提供钱好最关键的地方来了内容等于什么等于你的时间 钱等于什么不也等于你的时间吗你看这个问题就回归到你的时间只有一份永远只能二选一永远要考虑花到哪里产出最大 你要是马云那就别创作有这个时间你早就挣到两个亿了但如果不是想一想你为什么做短视频不就是因为线下不挣钱吗换句话来说不就是因为你先挣钱再买流量的效率太低吗 那怎么又绕回你最不擅长的事情上去了呢你好不容易把蒸汽机车换成了高铁怎么又开始烧煤了呢请记住商业的核心要以是效率投抖家的唯一原则是效率为正投一百赚两百才能继续否则你投多少就会亏多少你投的 一百个点赞值多少钱你不知道你投了一百个关注值多少钱你也不知道不就相当于你开了个饭店每天挣了多少钱你都不知道那你的饭店就一定是要倒闭的那不花钱怎么搞流量往下听 第五到底有没有隐藏技巧是不是有人告诉你播放量上不去就要点击创作者中心找到创作灵感抖加助手干货分享发布的时候加上这三个话题就好了而我想告诉你一个功底就是任何的产品设计都应该是越重要的功能要放到越显眼的位置不是可不可以而是必须这样没有例外例外就得死 就像一个手机绝对不能说这个电源键藏在后盖里面用的时候得先拿螺丝给它撬开然后掀开电池从下到上第五个螺丝的地方长按五秒钟才能开机谁敢这么做谁就第一个倒闭这就是功底短视频不也一样吗作为一个平台他不生产内容他只分发内容那么他就一定希望创作者发布更多更好的作品来帮他吸引更多有价值的用户 而想激发创作者门槛就必须要低低到不需要任何的说明书低到闭着眼睛凭直觉都能操作这样的话他才能够拿到更多的作品整个模型才能够持续下去那明白这个逻辑我再问你他为什么要刁难创作者呢 为什么非要加几个话题才能有流量呢为什么要把一个如此重要的功能隐藏的如此之深呢为什么要平白无故的提高新的学习成本呢目的在哪对平台有什么好处对创作者有什么好处记住一句话对方或许是个唯利是图的小人但是绝对不会是个自掘坟墓的傻瓜第六几点发作品最容易火 有人说是晚上发因为看的人多有人说是上午发因为发的人少有人说是应该看行业汽车类五到七点情感类晚上八点育儿类二十到二十三点教育类十三点二十二点有人说看活跃时间点击数据中心查看粉丝数据找到活跃时间然后提前四个小时发因为审核需要四个小时 好哪个是对的呀答案是全错你要是觉得第四个对说明你缺乏基本的常识如果你看的数据足够多你就会发现用户的活跃时间几乎是一样的不存在什么特例只要他是个正常上班的只要他白天工作晚上睡觉只要他正常的吃三顿饭那么他的活跃曲线就一定像这个图一样 无论他是干 it 的搞母婴的玩汽车还是做教育的还是什么乱七八糟的行业曲线全都一样你觉得你搞到一份独家数据但是你压根没有想到别的用户也是一样的 真正的做法是什么是权重举个例子明天我想取一百万请问应该去哪个网点是工行建行浦发还是华夏呢这个时候你要考虑到网点的大小考虑能不能预约那么多这个时候选择是有意义的因为权重很高 但你说我明天就取一百块请问应该去哪个网点当然是哪个都可以你找个 atm 机都可以因为权重太小了任何一个网点都有足够的钱嘛 短视频不也一样吗几点发作品最容易火什么人才会问这种问题啊菜鸟啊那种菜到不能再菜的连一千个播放都没有见到过的菜鸟才会问可既然是菜鸟就意味着任何时候都有几十万的流量给你永远不需要考虑用户不俗永远不需要考虑池子装不下你就取一百块钱轮得到你去选网点吗 你说我万一要有个千万播放了用户不够用怎么办如果你真的能够做到千万播放那你就不会问这个问题因为到了这个层次你就会明白真正重要的根本不是时间而是痛点选题是曝光文案是节奏和冲突感是穿过屏幕的扭曲差 第七完播率高为啥没播放没有人告诉你完播率是多维的一个是时长一个是进度一个是领域先说市场很多时候我把视频做成五秒钟这样的话完播率不就高了吗这种鸡鸣狗盗的技巧叫破播放五秒钟的视频然后我 放上一百个字完播率不就百分之百了吗如果你有独立思考的能力你可以去搜一下那些爆款视频看有几个是五秒钟之内的这个就是时长维度 五秒的完播率和五十秒的完播率是完完全全不同的看完五秒很容易看完五十秒就很难而且每长一点难度都会指数值的上升因为耐心会指数值的下降 所以视频每长一倍完播率的权重不止高一倍可能是两倍三倍甚至十倍这个才是科学的理解你说我考了九十九分那你得说清楚到底是小学的摸底考试还是全国性的奥数比赛啊对吧 第二个进度维度进度不是一个单一的数字而是一个整体加权的结果比如说百分之十的人看到了最后百分之三十的人看到百分之七十百分之四十的人看到百分之三十这些要全部统计进去再加上一个权重折算才能得到最终的结果这个才是合理的算法绝对不是去统计有多少人真的看到了最 后一秒你说我们班的第一名考了九十九分等于什么都没说我得知道考九十分的多少人考八十分的多少人不及格的多少人我才能评估你们班的整体水平不是吗 第三个领域维度有人讲知识讲科普有人讲生意讲财富有人对口型装可爱有人拍美食玩数码不同的领域该怎么比答案是没法比要比就得拉到同一维度 知识和知识比搞笑和搞笑比舞蹈和舞蹈比这个就好像文科生和文科生比理科生和理科生比艺术生和艺术生比你看再复杂的参数不都是现实世界的映射吗 一般到底是横屏好还是竖屏好答案是一律选竖屏拍人物用竖屏拍景色用竖屏短视频用竖屏做直播还是用竖屏能用竖屏坚决不用横屏横竖频的本质区别并不是长宽比的区别而是 信息流动方式的区别横屏是上一代的沟通方式视觉优先因为眼睛是左右长的所以电影是横屏电视是横屏横屏意味着信息单向流动演什么你就看什么只需要动眼不需要动手这个才是横屏的本质 而竖屏意味着信息的双向流动竖屏是最大的沟通方式它是交互优先之所以竖屏是为了方便握持和大拇指操作因为用户和视频是要高效互动的这个才是竖屏的本质 啊明白这个我再问你当眼睛和手出现了冲突又想满足谁啊满足屁股吗少看怎么说就看怎么做用户的屁股说明一切明明转九十度就可以看横屏而且是满屏为什么没有一个人这么做因为懒 因为懒才是第一位的人可以适应一切的东西有一天你把牙结石洗掉都会觉得牙里空空的不舒服的所以按照这个逻辑 就会明白所有的横屏的都会死某站会死某酷会死某奇也会死因为他们还停留在上一个时代的交互方式竖屏才是未来交互邮件才是未来 其实我们一切的结论都源自于潜移默化比如说为什么要横屏竖屏二选一为什么没有人问三角屏为什么没有人问菱形屏为什么没有人问八边形的屏因为没有见过如果见过他也会问在六个屏里面应该选哪一个第九为什么越学越不会做因为你没有抓到重点 学技巧在第一天就是死路因为学着学着你就会发现一个要命的问题学不完永远有新的做法永远有新的技巧口播老师说学口播 万老师说学文案摄影老师说学摄影可是问题在于你高中语文就不及格你去当什么徐志摩你从来就没有摸过电影去当什么张艺谋你一看镜头就大脑空白你去学什么梁朝伟永远记得你之所以要做现在的工作就是因为比 别的事情你都不擅长你作文要写得好当年就当作家了你要是表现力好当年就当主持人了越不擅长什么越去学什么怎么可能做的起来呢 永远记得好的老师从来不会让你学这个学那个好的老师从来不会把你当成全才去培养不会写就不写不会拍就不拍不会口播就不口播知道你九十九个不错也无所谓才是真正的成年人 永远记得商业寻求的是有限资源之下的突围之道想把销量提升十倍要么把销售技巧提升十倍要么找人多十倍的地方去卖你告诉我哪个更简单一定是第二个吧前者叫战术后者叫战略 为什么你越学越不会做因为从来没有一个人教你战略更多干货来我训练营三十九听三天只讲一遍没有回放首页橱窗自己拍