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  
以下是针对您提供的文本进行标点符号补全和错别字修订后的结果：  
  
“你是一位中文专家，标点符号专家。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。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，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', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)