https://www.douyin.com/video/7316854306735508746

# 点赞数：3.2万

# 标题:未找到标题  
## 关键字: 美 食探店#美食vlog#美食推荐#龙虾# 吃货 相关搜索·野米|20 5 收藏 锅(江川店) 021年12月02日 8 冬日暖心又暖胃,没有什么是一顿火锅 解决不了的,如果有,那就两顿。点击 左下角团#美食探店#抖音小助手|鹤老师 不解决信息密度|鹤老师 1 N 解决不了播放难的问题|鹤老师 1 总觉得不投dou+火不了|鹤老师 我们换个思路|鹤老师 7 立 你会怎么给流量|鹤老师 N 1 你会给|鹤老师 你也会给|鹤老师 好换句话来说|鹤老师 2 1 想拿流量|鹤老师 北 1 要么提供钱|鹤老师 N 内容等于什么|鹤老师 1 1 不也等于你的时间吗|鹤老师 1 这个问题就回归到|鹤老师 你的时间只有一份|鹤老师 产出才最大|鹤老师 i 大部分人之所以做短视频|鹤老师 就是因为你线下赚钱效率太低|鹤老师 N 就是因为你线下赚钱效率太低|鹤老师 i 你有这个世界|鹤老师 但如果不是|鹤老师 1 请记得商业的核心要义|鹤老师 N 是效率|鹤老师 1 是效率为正|鹤老师 立 投100赚200|鹤老师 1 否则投多少就会亏多少|鹤老师 i 投点赞|鹤老师 三 i 投关注|鹤老师 N 一直亏到你怀疑人生|鹤老师 总想着几点发容易火|鹤老师 明天我想取100万|鹤老师 1 工行农行还是浦发|鹤老师 N 你得考虑网点的大小|鹤老师 A 但如果就取100块呢|鹤老师 因为权重太小|鹤老师 任何一个网点都行|鹤老师 你是一个新人|鹤老师 都有几百几千|鹤老师 永远不需要考虑用户不足|鹤老师 永远不需要考虑池子装不下|鹤老师 N 能够做到1000万的播放|鹤老师 2 1 你就会明白|鹤老师 真正重要的根本不是时间|鹤老师 是爆款文案|鹤老师 是穿越屏幕的扭曲场|鹤老师 A 实际上|鹤老师 3 1 它也会变成一个无效参数|鹤老师 N 都加30分|鹤老师 1 等于都没加30分|鹤老师 1 能超过对手的|鹤老师 二 一定是不能简单微调的|鹤老师 总觉得新人没机会了|鹤老师 N i 上帝视角|鹤老师 N i 想一想|鹤老师 i 你有10万的流量|鹤老师 如果新人和老人的质量差不多|鹤老师 换句话来说|鹤老师 给谁对你最有利|鹤老师 首先是边际效应|鹤老师 同样是|万块钱|鹤老师 谁更感激你|鹤老师 N 老人已经有了很多的播放|鹤老师 N 这个时候再多给10万|鹤老师 7 但是新人  
## 作者: 鹤老师  
你是一位中文专家，标点符号专家。  
  
以下是针对你提供文本的标点符号补全和错别字修订：  
  
我踩了无数个坑，四年的时间，六百万尝试，一千四百万的粉丝，四千万的点赞和二十五亿次播放，换来的这些教训，你确定不听一下？一共九条，条条要命。第一，总想着讲干货，你的干货再好，抵得过一双黑丝吗？我发现我的对手，并不是同行，而是黑丝、是包臀裙、是修驴蹄子、是地毯翻新，是一切抢走用户时间的内容。我发现能打败人性的，只能是另外一种人性：能打败色的，是贪；能打败贪的，是懒；能打败懒的，是嫉妒；能打败嫉妒的，是恐惧。我发现短视频记人性，想做爆款就得顺应人性。他不喜欢吃蒸土豆，你就得给他做成炸薯条；他不喜欢听唐诗宋词，你就得给他讲李清照的二婚故事，顺便谴责一下家暴男。  
  
第二，总想要精准粉丝。是厂经济当中最难的是卖出去。江南皮革厂为啥倒闭？因为生产不难，销售才难。你知道肯定有人要，可他们是谁？他们在哪？他们叫什么名？他们的身份证号多少？他们凭什么要相信你？你通通不知道。所谓的精准粉，不过是一句正确而无用的废话。想触达，就只有一个方式：放话题。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，才愿意推给更多的人。有了更多的播放，自然就可以遇到更多的精准粉。  
  
教英语发音没人听，那就聊王菲的发音准不准；教英语词汇没人听，那就聊十二星座该怎么读。放话题是地基，地基不能住人，但是没有地基就没有那个房子。  
  
第三，总以为短视频就是短的视频，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，痛点密集，连环刺激，全是他没见过的，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。刷手机不也是吗？你得提供远超三分钟的价值，他才愿意给你三分钟。同样都是探店视频，为什么有的二百万的赞，有的二十个赞？因为前者一秒钟三个刺激，后者三十秒才一个刺激。不解决信息密度，你就永远解决不了播放量的难题。  
  
第四，总觉得不投抖加火不了。我们换个思路，如果你是平台，你会怎么给流量？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。好，那换句话来说，对于创作者而言，想拿流量，要么提供好的内容，要么提供钱。问题来，内容等于什么？等你的时间；钱等于什么？不也等你的时间吗？你看，这个问题就回归到，你的时间只有一份，花到哪里产出才最大？可是问题就在于，大部分人之所以做短视频，就是因为你线下赚钱效率太低啊。你要是马云，那就别创作，你有这个时间早就挣到两亿了。但是如果不是，请记得，商业的核心要语是效率。投抖加的唯一原则是效率为正：投一百赚两百，才能够继续；否则，你投多少就会亏多少。投点赞就会来点赞狂魔，投关注就会来关注狂魔，一直亏到你怀疑人生。  
  
第五，总想着几点发容易火。明天我想取一百万，应该去哪个网点？工行、农行，还是浦发？这个时候你得考虑网点的大小，考虑能不能预约那么多。但如果你就取一百块呢？那就不用，因为权重太小，任何一个网点都行。短视频不也是一样吗？你是一个新人，任何时候都有几百几千几万几十万的流量给你，永远不需要考虑用户不足，永远不需要考虑池子装不下。而如果你能够做到一千万的播放，你就会明白，真正重要的根本不是时间，而是痛点、选题、是爆款文案、是节奏和冲突感，是穿越屏幕的扭曲场。实际上，就算真的存在这个时间点，它也会变成一个无效参数。都加三十分等于都没加三十分。任何一个行业，能超出对手的，一定是不能够简单微调的，这个是铁律。  
  
第六，总觉得新人没机会了。上帝视角，上帝视角想一想，如果你是平台，如果你有十万的流量，如果老人和新人质量差不多，二选一的话，你会给谁？换句话来说，给谁对你最有利？答案一定是新人。首先是边际效益：同样是一万块钱，送给穷人，送给富人，谁更感激你？流量也是，老人已经很多的播放，这个时候你再多给十万，他未必更感激。但是新人就不一样，他完全没有见过这么大的阵势，上来就是一个十万加，那今天晚上就不要', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)