



2023抖音短视频的底层逻辑 文案编辑

一站式短视频直播服务平台



课程目录

1

抖音的底层逻辑

2

短视频如何上热门

3

短视频的文案编辑

4

短视频的文案实操





抖音的底层逻辑

规律

- 1.习惯
- 2.变现

算法

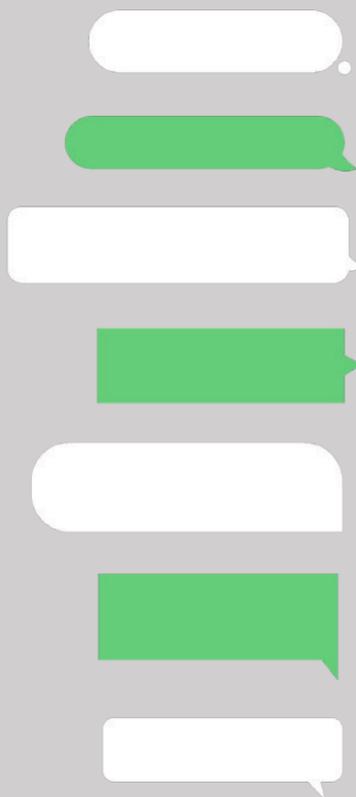
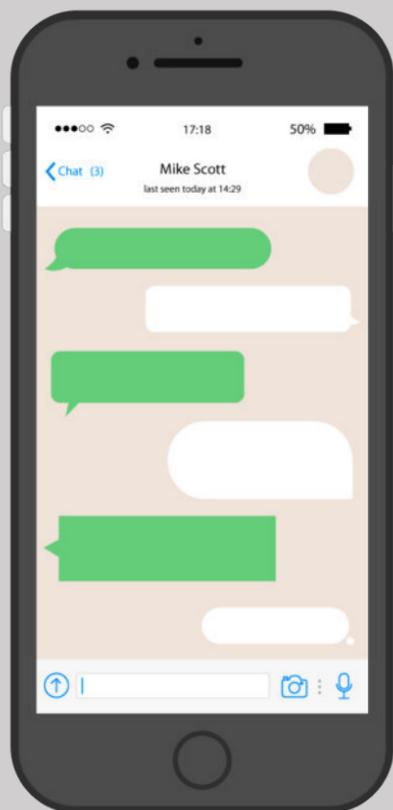
- 1.赛马机制
- 2.去中心化

内容

- 1.商业定位
- 2.内容创作



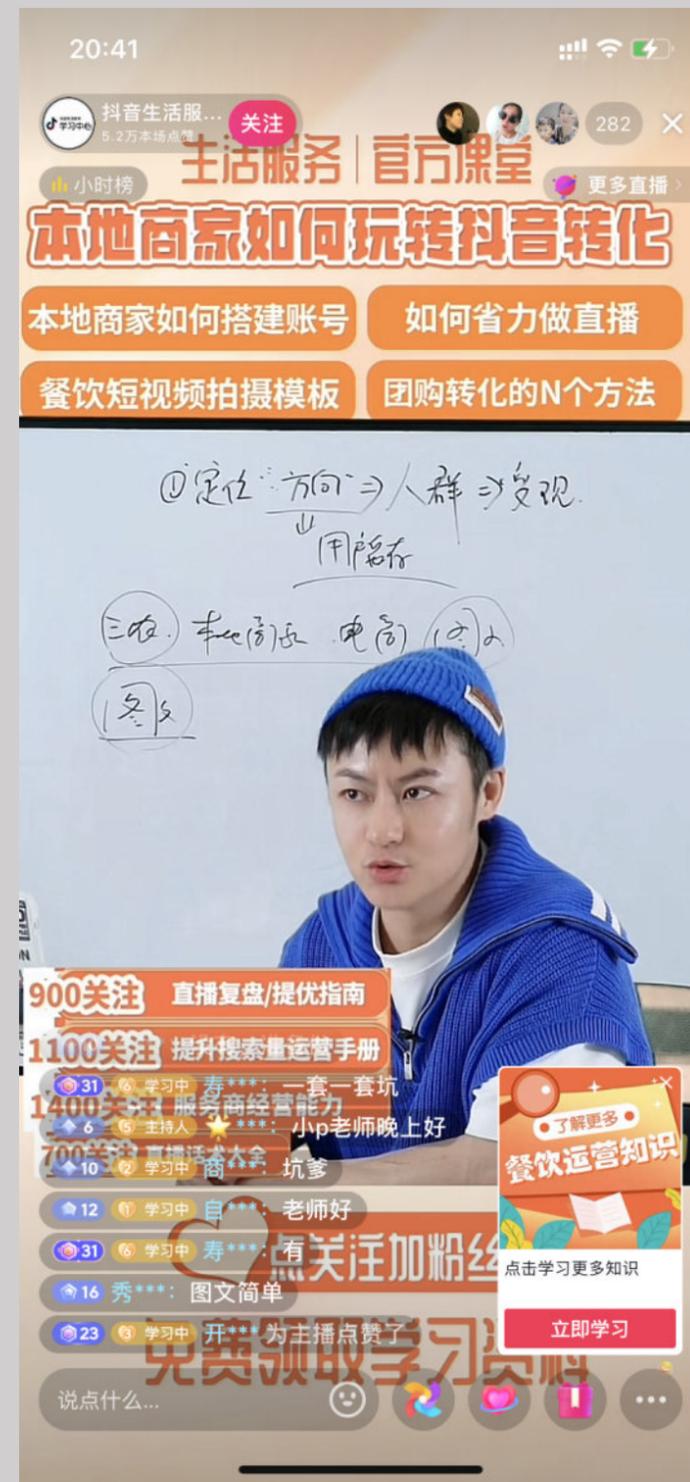
抖音的规律



抖音每天的日活量超**8亿**



抖音的变现方式





抖音的算法机制

赛马机制

| 7-15秒作品 | | 15-25秒作品 | |
|----------|----------------|----------|------------------|
| 完播率 | 65% (视频5秒完播率) | 完播率 | 50% (视频5秒完播率) |
| 点赞率 | 6% (点赞量 ÷ 播放量) | 点赞率 | 5% (点赞量 ÷ 播放量) |
| 赞评率 | 3% (评论量 ÷ 点赞量) | 赞评率 | 2% (评论量 ÷ 点赞量) |
| 转发率 | 2% (转发量 ÷ 播放量) | 转发率 | 1% (转发量 ÷ 播放量) |
| 关注率 | 2% (关注量 ÷ 播放量) | 关注率 | 2% (关注量 ÷ 播放量) |
| 25-40秒作品 | | 40-60秒作品 | |
| 完播率 | 40% (视频5秒完播率) | 完播率 | 35% (视频5秒完播率) |
| 点赞率 | 5% (点赞量 ÷ 播放量) | 点赞率 | 4% (点赞量 ÷ 播放量) |
| 赞评率 | 2% (评论量 ÷ 点赞量) | 赞评率 | 2% (评论量 ÷ 点赞量) |
| 转发率 | 1% (转发量 ÷ 播放量) | 转发率 | 1% (转发量 ÷ 播放量) |
| 关注率 | 2% (关注量 ÷ 播放量) | 关注率 | 1.5% (关注量 ÷ 播放量) |



抖音的算法机制



中心化

去中心化



抖音的算法机制





抖音的内容创作

1、了解平台

2、确定变现方式

3、确定风格e.

1、常规选题

2、热点选题

3、系列选题

1、了解规则

2、了解玩法

3、玩转抖音e.

商业定位

账号搭建

确定选题

视频制作

清楚算法

坚持输出

1、对标账号

2、账号搭建四件套

写、拍、剪、导、演

至少做到日更



选择人设定位

准确的人设定位吸引精准粉丝群体



商业定位

确定选题

选题、话题、标题

内容定位

| | | |
|------|-----|------------------|
| 专业内容 | 50% | (垂直领域) |
| 泛流量 | 30% | (反差、热点) |
| 人设类 | 20% | (创业故事、商业思维、工作日常) |



商业定位

选题

中心思想

话题

热点信息

标题

选题+标题=总结



选题举例

| 产品 | 选题 | 话题 | 标题 |
|----|------|------------|-------------------|
| 蚊香 | 无毒无害 | 明星都爱用的国货蚊香 | 明星都在用的国货蚊香推荐-华力蚊香 |
| | | | |
| | | | |



账号搭建

账号装修

- 头像 → 真人头像、企业LOGO、企业简称等
- 名称 → 突出领域：XXX生活馆、XXX旗舰店
- 头图 → 关键信息、品牌slogan、广告语等
- 简介 → 用户产生兴趣、获得什么?、关注

公式：我是谁+我的产品/服务+品牌背书+直播时间





短视频怎么上热门



短视频怎么上热门

了解平台想要什么（用户的时间）

短视频的核心本质：利他

用户决定你的视频是否上热门

人工审核决定你的视频是否能上热门

带着问题去看视频

短视频三要素（画面、文案、音乐）



短视频怎么上热门

视频上热门的核心指标

点赞（认同、实用价值、情感共鸣）

评论（悬念、争议、喷子、发自内心的想法）

转发（塑造自我形象、收藏有价值的内容、转发给身边的人）

完播率（不断吸引用户看完你的视频、好奇心、共情）

关注（持续获得价值）



什么是优质短视频文案

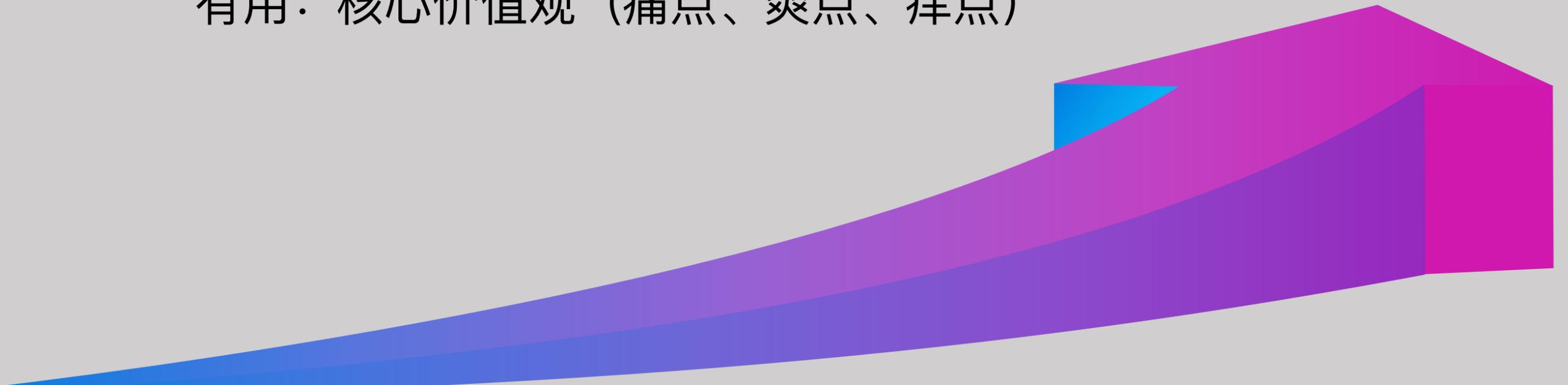


什么是优质文案

共鸣：选题（用户按兴趣的内容）
信息（案例、观点、情绪、价值观）

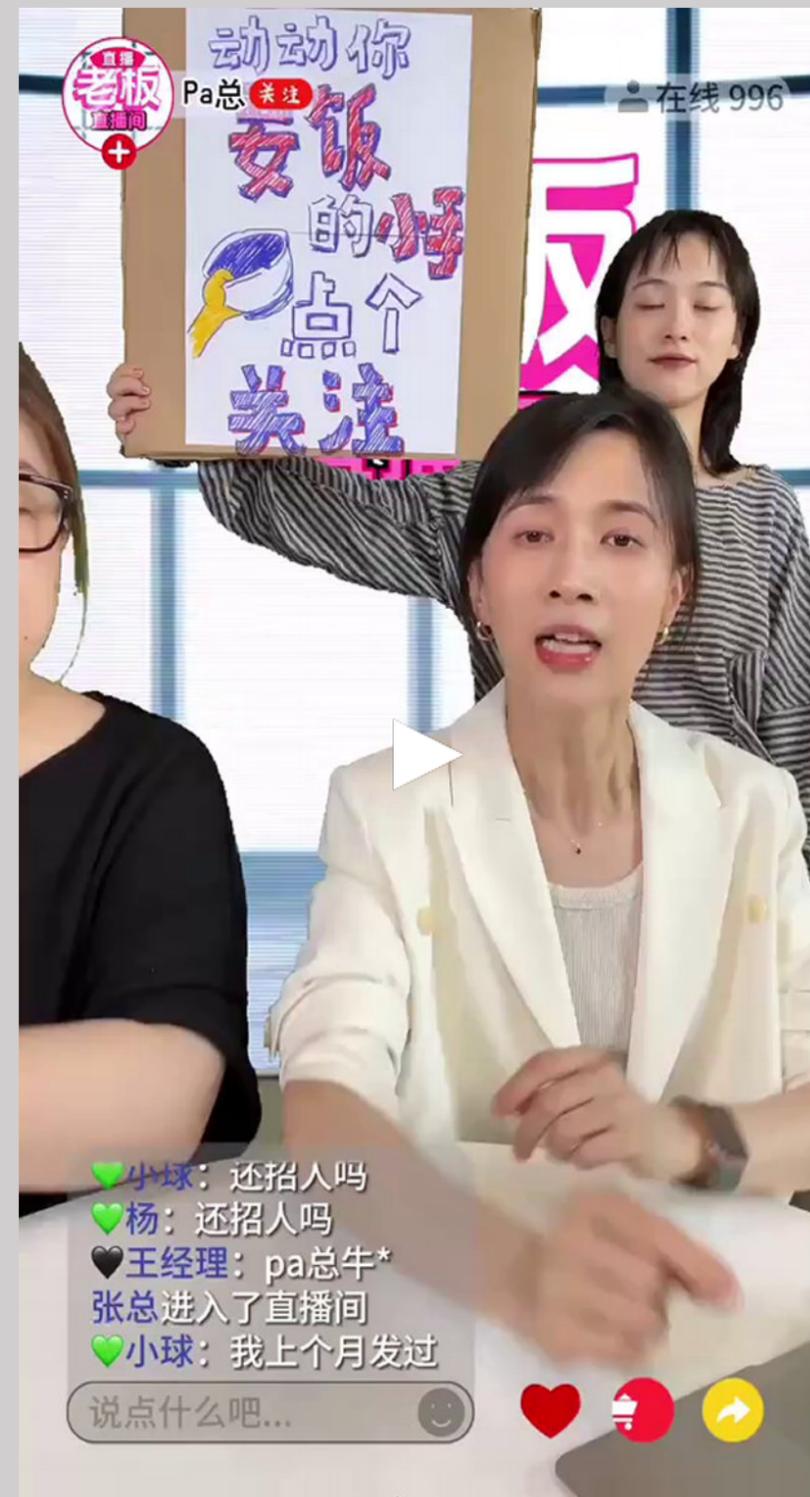
有趣：文案、结构、呈现

有用：核心价值观（痛点、爽点、痒点）





优势文案视频案例





认识文案的类型

标题文案

简单概述整篇视频的核心价值

封面文案

视频关键词，精简概要
吸引浏览者的眼球

视频文案

时间、地点、场景、人物
对白、动作、情绪

短视频的基础构成

标题文案



视频文案

- 1、睡再多还是觉得累
- 2、稍微动一动满头虚汗
- 3、易燥易怒脾气差
- 4、总是力不从心，精力不足

封面文案





短视频文案编写技巧

口播文案：钩子、问句、槽点开头

200字的共情叙述

30字的结尾总结

用最少的字说清楚需要表达的内容





短视频文案编写技巧

宣传文案：视频画面搭配讲解

突出表达重点、产品特点

注意：规避违禁词





短视频文案编写技巧

对话文案：匹配人物、场景、主题编写对话

要求：有槽点、爆点、共情点等





短视频的作用是什么？

- 一 如果以带货为目的，短视频则为直播服务
- 二 如果以流量为目的，短视频则以思想表现为核心



对标账号学习

怎么找对标账号？

- 第一步 确定账号定位的关键词**
美食推荐 (柳州美食 柳州景点 柳州吃喝玩乐等)
- 第二步 在搜索框输入城市+关键词**
柳州特产 柳州风景 柳州XXX
- 第三步 点击视频标签**
(一周内 点赞最多)
- 第四步 找到和自己账号定位一致，产品和内容相符**
粉丝数少，但播放量高
- 第五步 点击账号主页，浏览账号基础信息，拆解分析对标账号**





文案编辑

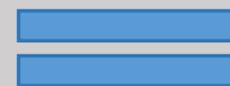
| A | B | C |
|---|--------|---|
| D | E 用户标签 | F |
| G | H | I |

| 1 | 2 | 3 |
|---|--------|---|
| 4 | 5 产品特点 | 6 |
| 7 | 8 | 9 |

用户标签



产品特点



可创作的选题



文案编辑

| | | |
|-----|---------------|-----|
| A居家 | B偶像 | C美食 |
| D育婴 | E 用户标签 | F星座 |
| G鸡汤 | H户外 | I明星 |

| | | |
|-------|---------------|---------------|
| 1无味无毒 | 2老品牌 | 3 安全有效 |
| 4实力派 | 5 产品特点 | 6微烟不呛 |
| 7整夜安睡 | 8严格控品 | 9居家守护 |

组合1:

A+3=居家+安全有效: 居家蚊香推荐, 超市同款, 安全有效



文案实操

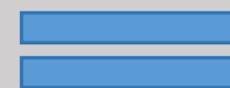
| | | |
|-----|---------------|-----|
| A吃货 | B孕妇 | C旅游 |
| D白领 | E 用户标签 | F学校 |
| G露营 | H聚会 | I烧烤 |

| | | |
|-----|---------------|-----|
| 1脆 | 2爽口 | 3辣 |
| 4特产 | 5 产品特点 | 6口感 |
| 7解腻 | 8开胃 | 9提神 |

用户标签



产品特点



可创作的选题



剪辑的步骤

- 1、选择素材
- 2、分割废片段
- 3、加速
- 4、转场
- 5、调节、滤镜、美颜
- 6、比例、背景
- 7、特效、贴纸
- 8、音乐、音效
- 9、文本
- 10、导出 (1080P 60帧)



感谢聆听!