

“视频号运营地图”

课程目标

腾讯广告

营销学堂

1 视频号基础信息

了解视频号

腾讯广告

营销学堂

2 视频号内容规划

玩转短视频内容

腾讯广告

腾讯广告

3 视频号直播规划

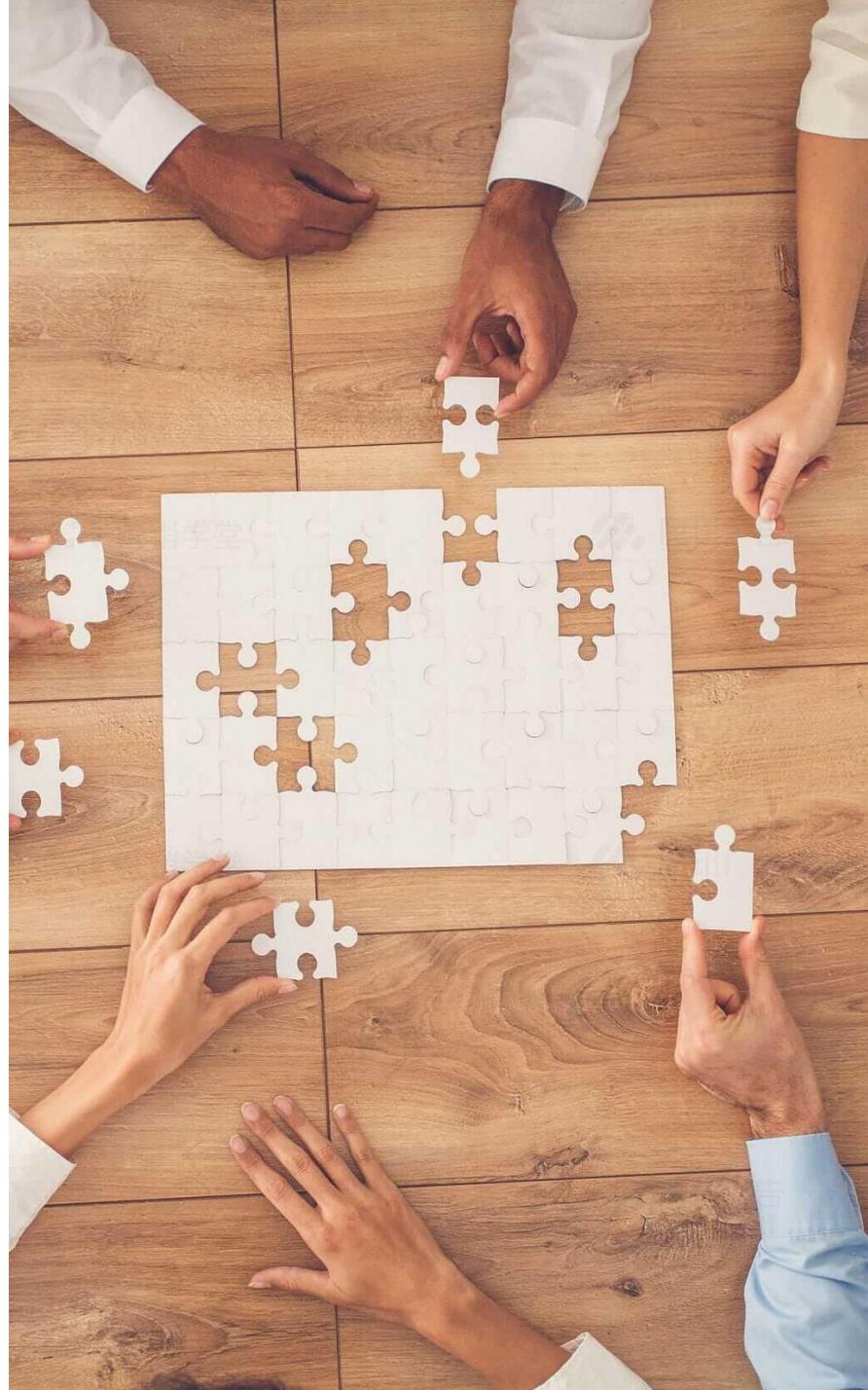
深入直播规划

腾讯广告

4 视频号推广

区分公/私流量

营销学堂





为什么要布局视频号

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

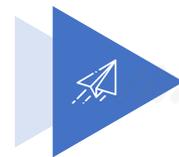
营销学堂

2021年视频号快速发展，视频号已经成为微信下一个私域流量红利风口

01

连接12亿微信用户

打造微信生态，拥有多种免费流量入口



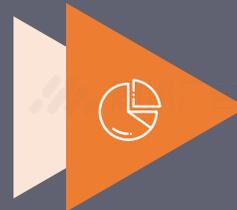
腾讯广告

营销学堂

02

转化更高效

直播间互动式消费场景提升转化



营销学堂

03

快速沉淀私域流量

视频号开放多种私域引流方式



腾讯广告

营销学堂



视频号注册流程

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

▶ 1. 点击微信-发现-视频号

▶ 2. 右上角【我的】

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

▶ 3. 发表视频/发起直播

▶ 4. 填写信息创建视频号

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

▶ 5. 企业认证

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂





腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂

公域流量

- 直播
- 看一看
- 朋友圈广告
- 附近广告
- 推荐视频号
- 话题标签



私域流量

- 关注的视频号
- 小程序
- 公众号
- 名片页
- 朋友♥
- 微信群
- 微信聊天分享
- 红包封面





腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂



关于账号

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂

▶ 一个【微信号】只能注册一个【视频号】

腾讯广告 营销学堂

▶ 【账号名称】与内容符合，且不能与【系统已有名称】重复

腾讯广告 营销学堂

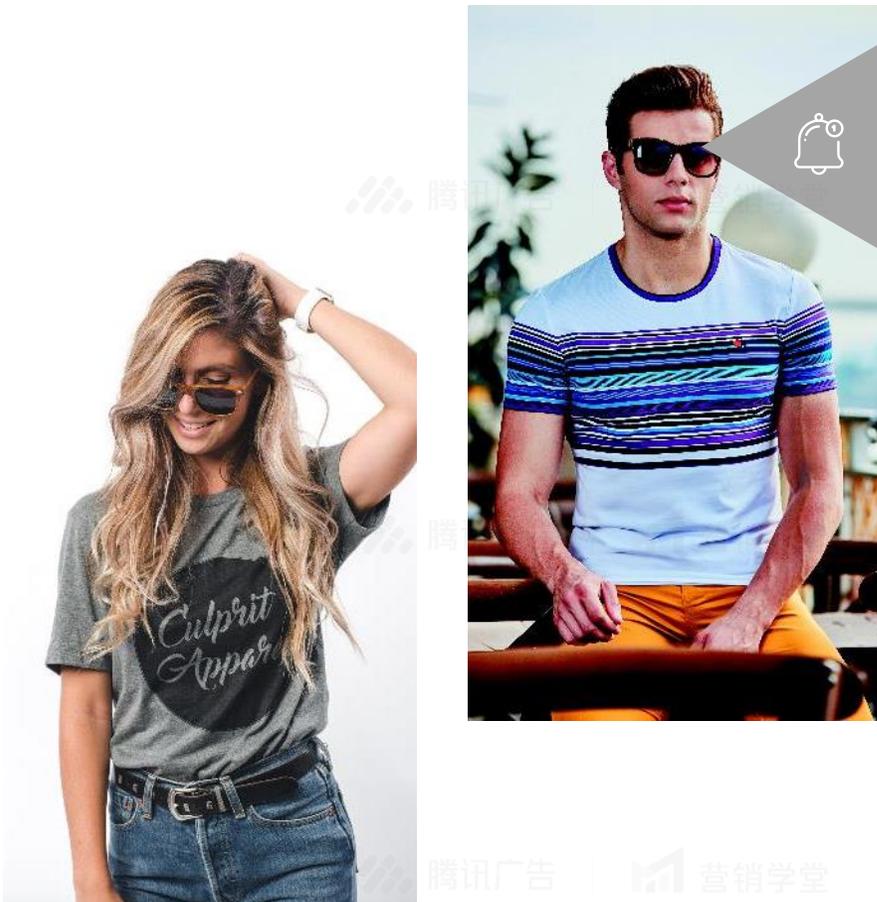
▶ 账号名称，头像，简介等内容要合法，真实，易识别

腾讯广告 营销学堂

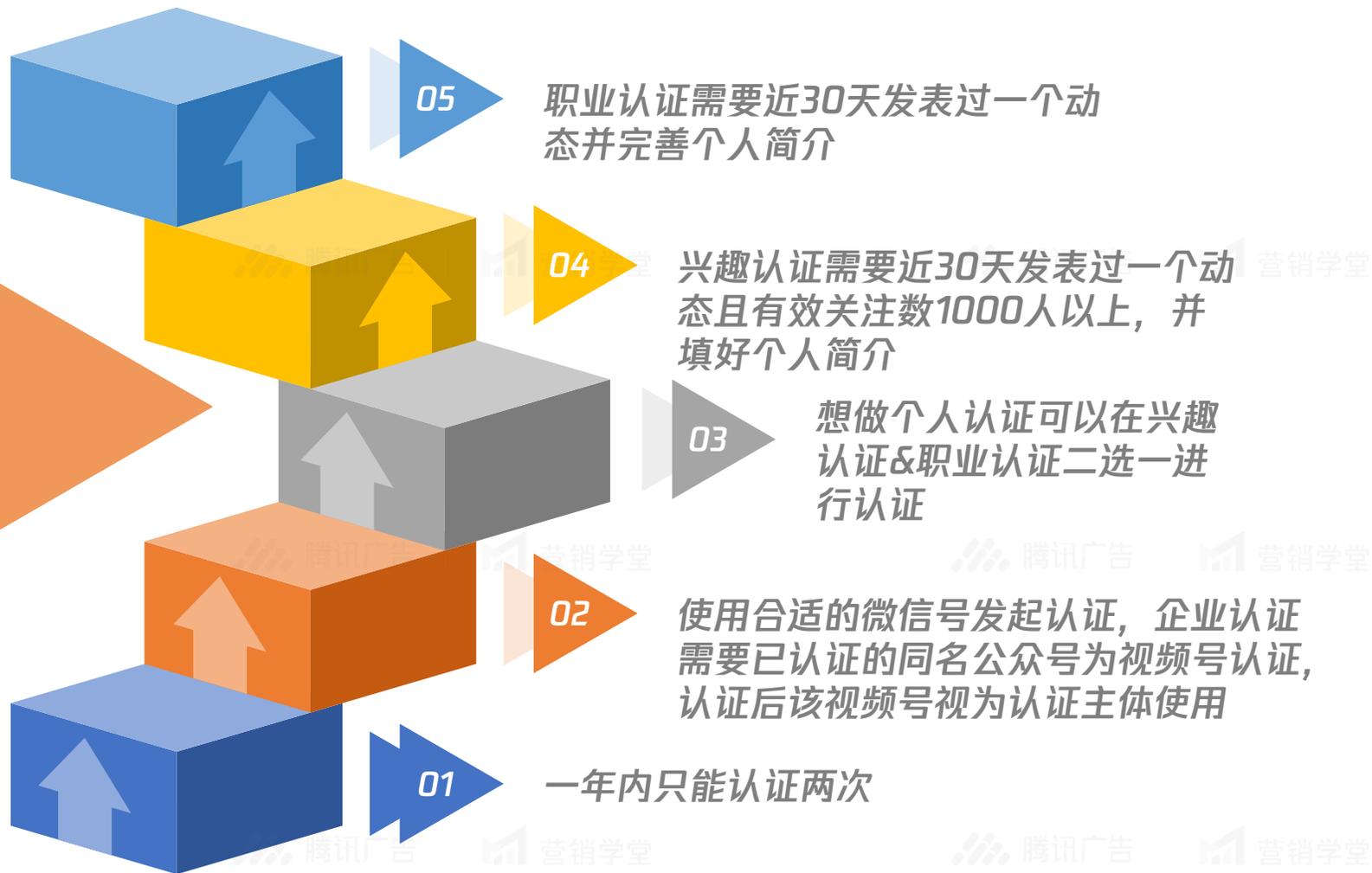
▶ 不得添加无实质意义的字母，符号等方式避开名称规则

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告 营销学堂



视频号认证注意点:

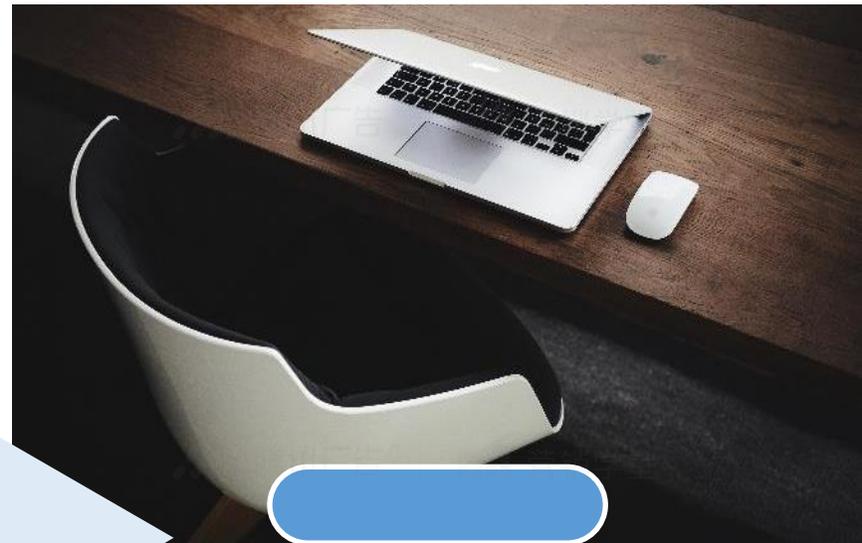




视频号平台规则



用户名称不可夸大引起资质质疑



个人简介不可导流至其他平台

用户头像不可带导流图像





视频号被禁言及限流动作

- A. 利诱别人加你的视频号，公众号，个人号
- B. 在别人的评论区引导添加你的各种号
- C. 在很短时间内，到处去别人视频号下刷大量评论
- D. 在视频号字幕或背景里诱导别人关注的
- E. 在视频号里讨论敏感话题
- F. 在很短时间内找很多人点赞你的视频号内容
- G. 抄袭和搬运别人的作品被举报

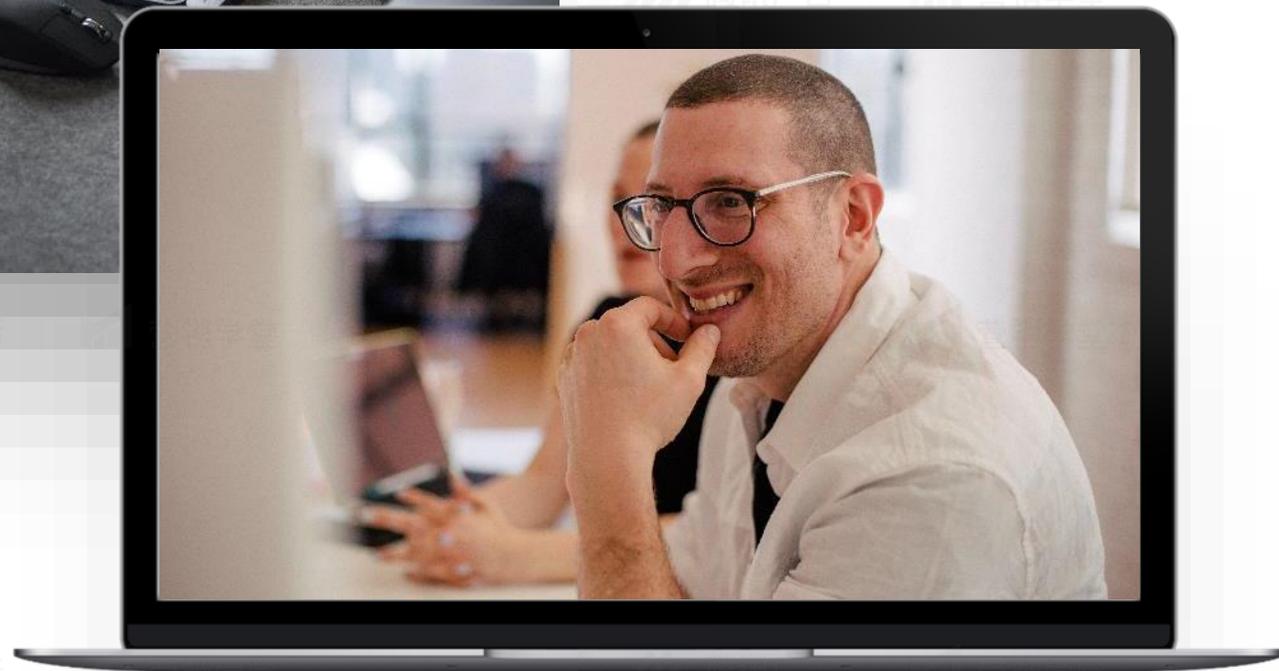
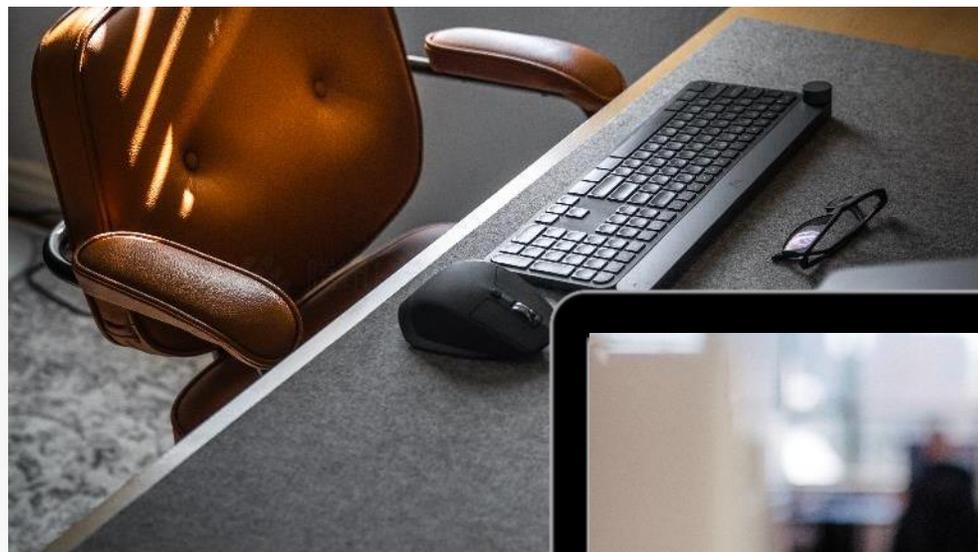




视频号推荐机制

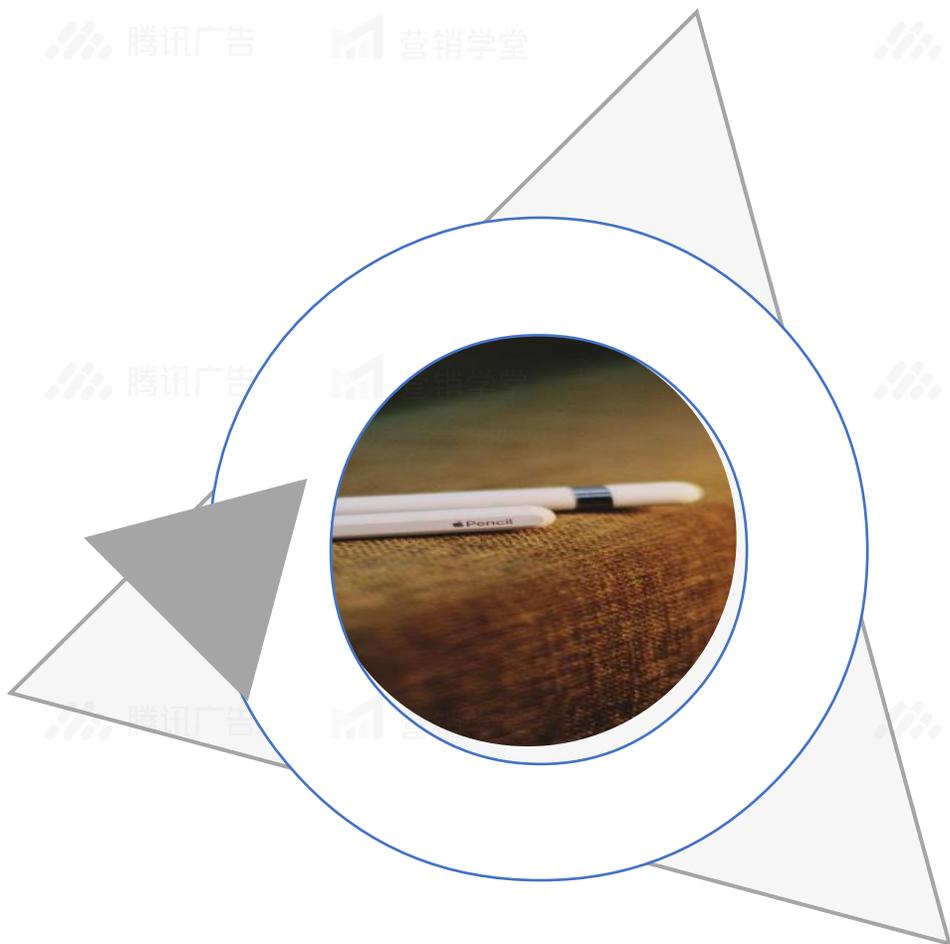


完播率
 点赞率
 分享人数
 评论数&质量
 新增粉丝数
 真人出镜 [系统监测]
 原创性 [禁止搬运]





视频号运营的8个特点



1. 一个微信账号只能注册一个视频号
2. 视频号视频自动播放，循环播放
3. 视频号视频不能下载，不能分享到微信外平台
4. 视频发布三大添加：话题，位置，公众号链接
5. 后台有“名片”，“认证”功能，可以绑定公众号
6. 视频号昵称一年可修改5次
7. 视频号每天可发多条
8. 点击个人“粉丝”可看到每个粉丝的头像和昵称



无缝对接视频号

腾讯广告

营销学堂

01

注册开通视频号

02

一键接入视频号交易组件

03

同步行业运营侧商品至视频号

04

开启视频号直播卖货



课程目标

腾讯广告

营销学堂

1 视频号基础信息

了解视频号

腾讯广告

营销学堂

2 视频号内容规划

玩转短视频内容

腾讯广告

营销学堂

3 视频号直播规划

深入直播规划

腾讯广告

营销学堂

4 视频号推广

区分公/私流量

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

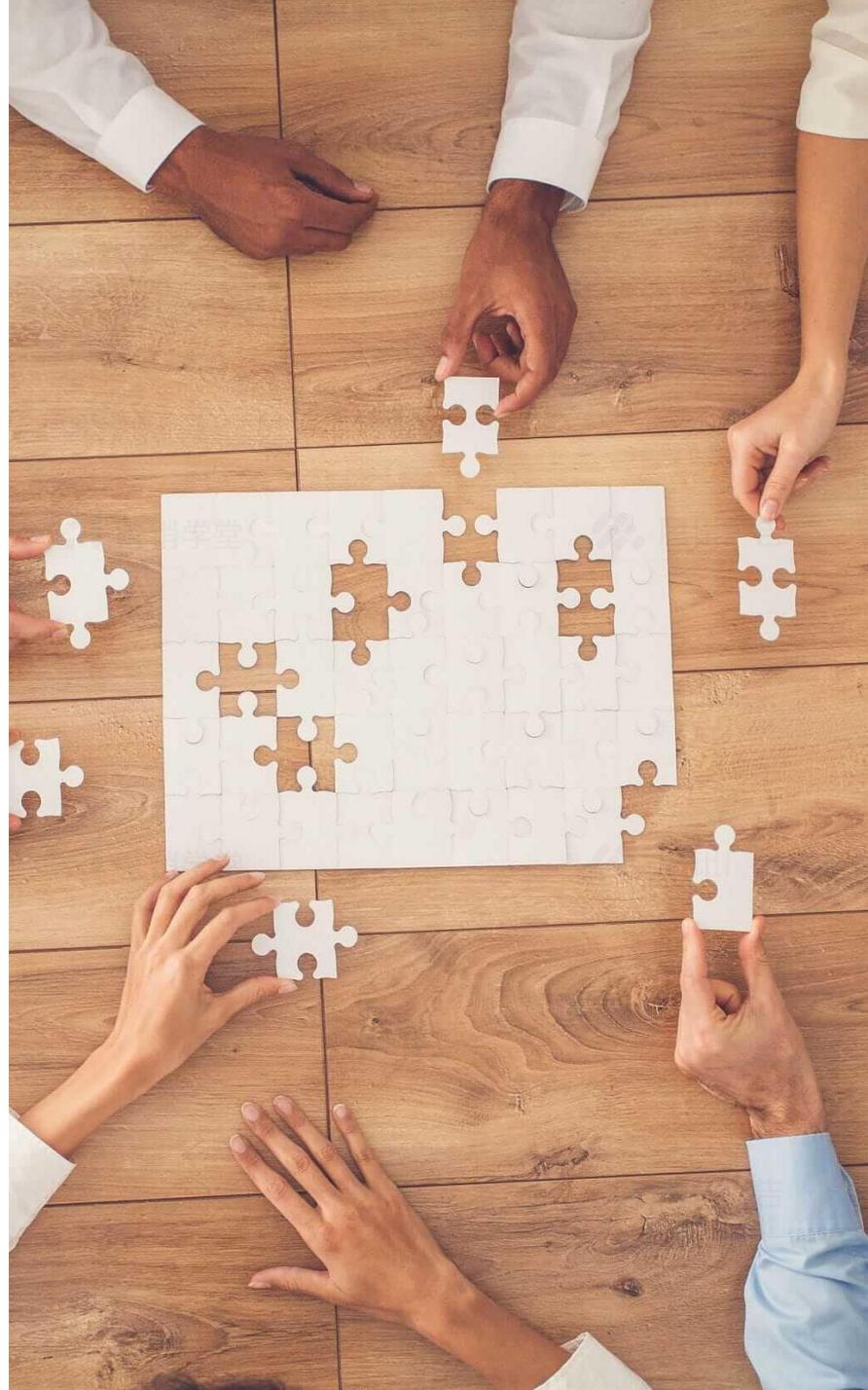
营销学堂

营销学堂

营销学堂

营销学堂

营销学堂





腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



① 视频封面

- 1、文字标题与内容相关
- 2、视频画面中的精彩瞬间/人物/暧昧/夸张猎奇图
- 3、展示成就，荣耀事件获得信任



BACKGROUND
LINE
HALFTONE



腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

② 视频标题

- 数字具体化强化观众认知
- 八卦猎奇抓住好奇心
- 借势热点增大曝光率
- 善于对比带来点击欲望
- 干货福利吸引用户关注

腾讯广告

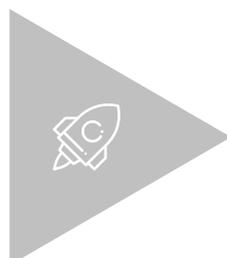
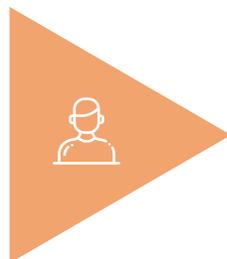
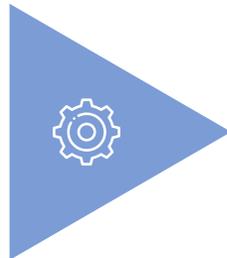
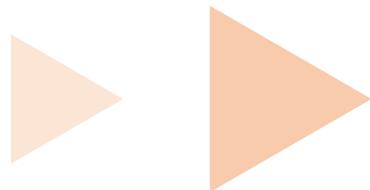
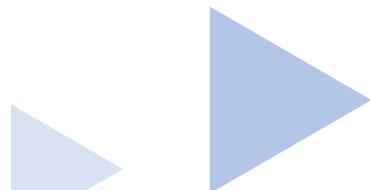
营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



③ 内容形式

单发视频或【图片+文案】

图片数量 ≤ 9
张

字数 ≤ 10000
字

时长 $\leq 1H$

[含#话题文字]；文案 > 3行
后会折叠

④ 尺寸大小

横屏：建议宽：高=16：9，超出将会被裁剪
竖屏：建议宽：高=6：7，超出将会被裁剪
大小：图片最多9张，单张大小不超过20MB；
视频时长1小时，大小不超过2GB



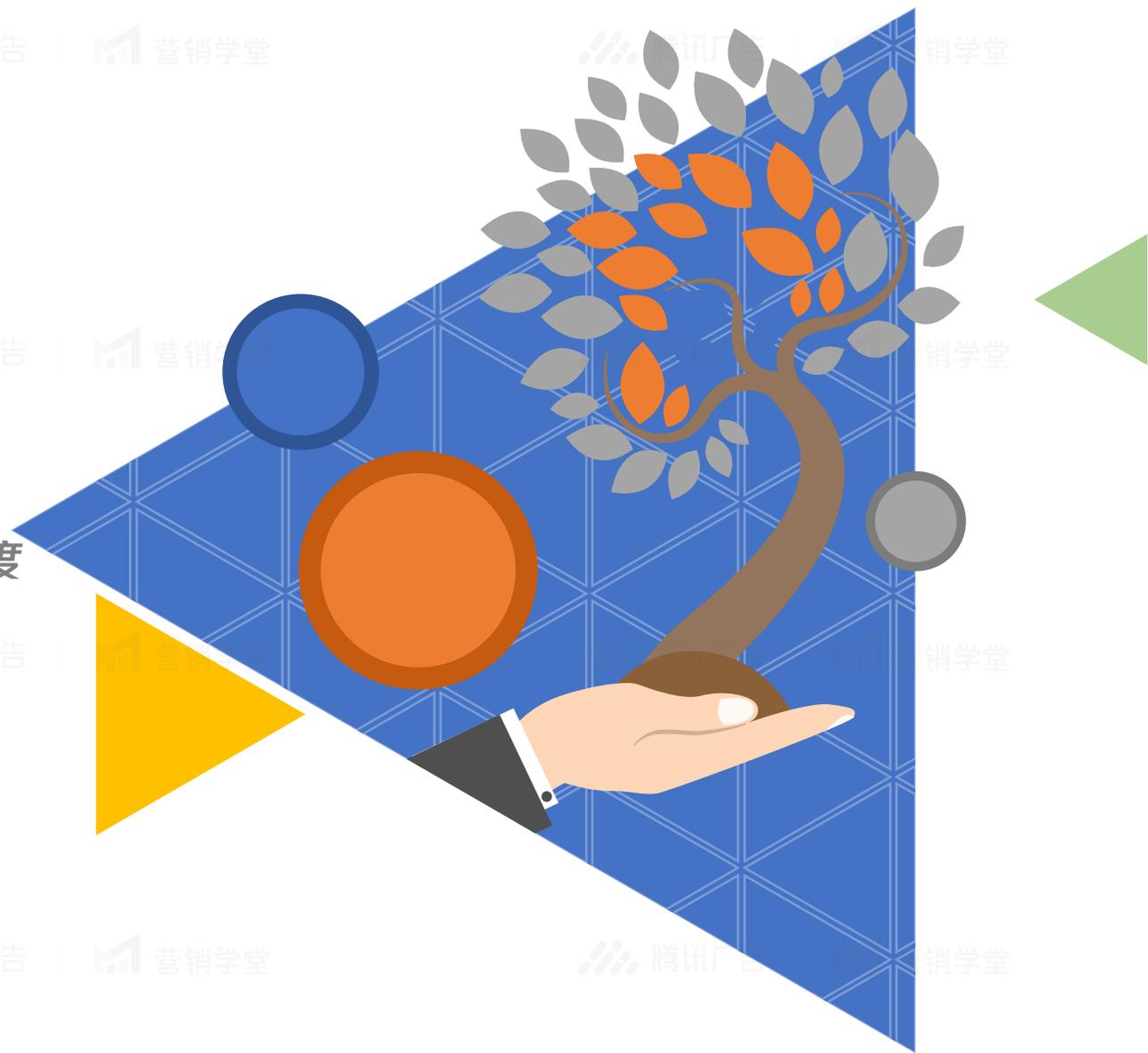
⑤ 内容价值



内容与账号定位相关+多原创

▶ ⑥ 视频结尾

- ▶ 直接露出品牌，增强品牌曝光和记忆度
- ▶ 添加固定的结束语/slogan，增加品牌辨识度
- ▶ 活用素材，可添加彩蛋及花絮
- ▶ 下回主体预告
- ▶ 引导留言，制造悬念和互动话题



5招创造优质短视频内容

热点

跟热点，实时关注热点榜，第一时间产出热点视频

广告思维

广告思维：有创意-从卖点和理念出发，有创意不生硬

用户角度

用户角度，用户想看什么-创作-放入品牌/品牌。是有趣的故事，同时也是广告

视频开头

快准狠-视频开头很重要，也就是给到用户的第一印象

品牌聚焦

了解我的用户-定位用户画像，明确用户喜好，性别，年龄，地区等

课程目标

腾讯广告

营销学堂

1 视频号基础信息

了解视频号

腾讯广告

营销学堂

2 视频号内容规划

玩转短视频内容

腾讯广告

营销学堂

3 视频号直播规划

深入直播规划

腾讯广告

营销学堂

4 视频号推广

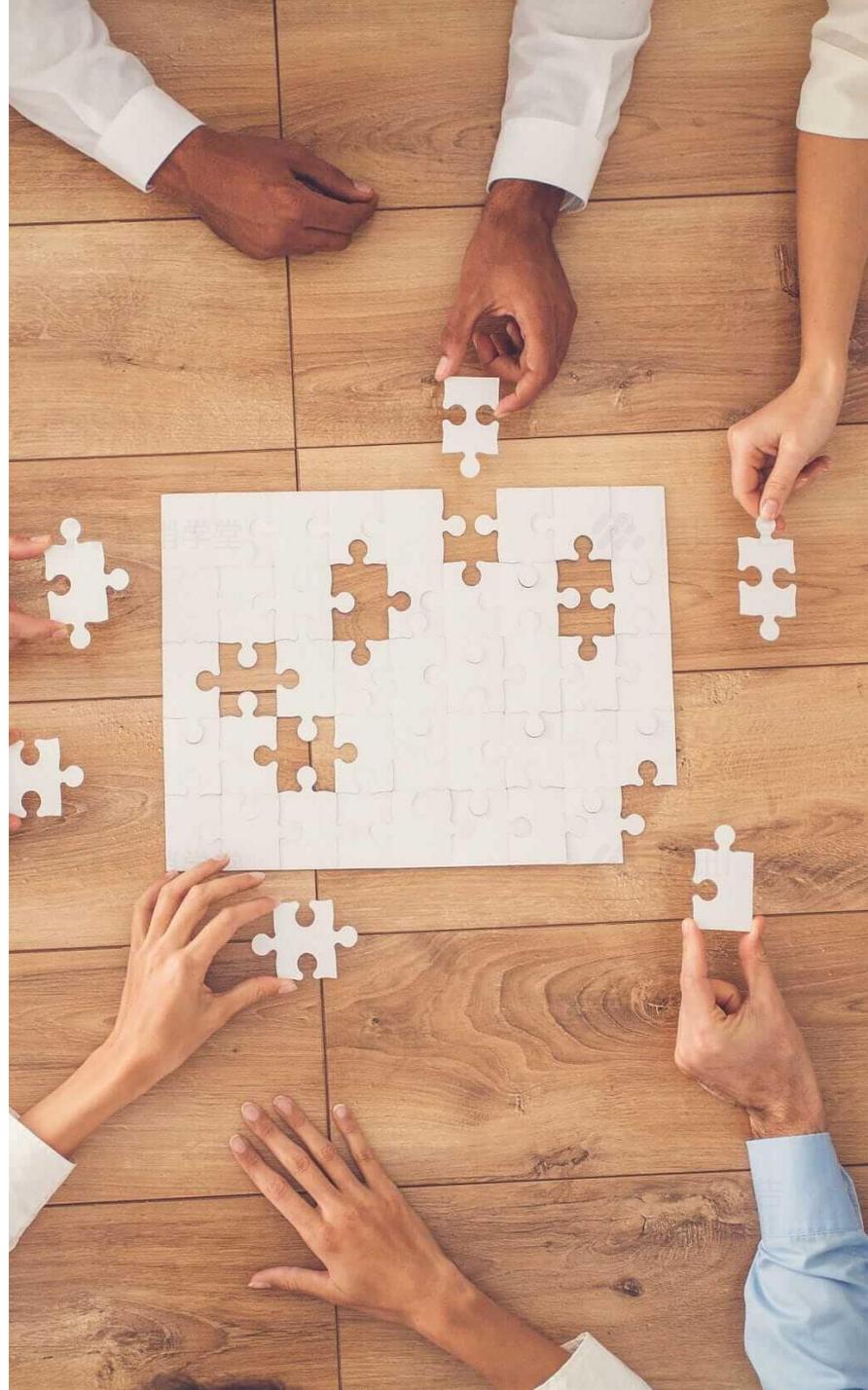
区分公/私流量

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



影响直播间观看人数的5大因素

01



直播时长

1. 稳定直播时长, 建议单场直播 ≥ 4 小时;
2. 商户可对主播进行排班, 一天可排2-3班, 每场直播至少配备一个主播+一个场控。

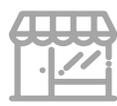
02



直播频率

1. 保持日播频率, 更有助于直播观看人数的增长;
2. 固定开播时间, 在直播封面, 主题呈现开播时间。

03



消费深度

1. 提升用户停留时长, 支付转化率, 购物车到达率, 整场GMV;
2. 新颖的直播形式+直播间福利吸引用户, 结合促单技巧提升用户转化。

04



互动率

1. 点赞数 $>$ 直播间分享人数 $>$ 评论数及评论质量;
2. 结合脚本设计, 主播全程引导用户互动;
3. 配置评论/点赞/关注抽奖等活动, 提升互动积极性。

05



新增粉丝数

1. 设置粉丝专属福利吸引关注;
2. 直播间氛围及主播人设吸引目标用户关注。

团队分工 明确职责 分工协作



主播

负责直播，讲解商品，直播复盘



运营人员

协助主播成单，推送抽奖活动，
回复观众评论



场控

商品上下架，配合主播互动，主
播调试，直播复盘



直播运营

负责策划直播产品内容，脚本，
预热推广，直播复盘



美工

负责设计与美化直播相关素材



客服

直播间售前/售后工作



社群运营

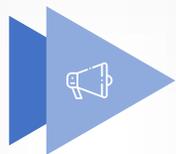
提前在社群预热直播，活跃用户，
直播复盘



数据分析

收集数据，复盘数据，提出优化
建议，直播复盘

引导已有私域用户预约直播，提前锁定目标用户，用户预约后可收到开播提醒



视频号发布直播预告短视频，制作直播福利海报，创建直播预约卡片。



在绑定的公众号后台创建图文，编辑与视频号直播相关的预热内容，发布直播预告



通过社群，朋友圈分享预热短视频/直播福利海报，引导用户预约直播



调动导购资源推广直播间，带有导购关系链的客户从视频号直播间购买商品，导购参与分佣



小程序直跳视频号直播间：在小程序主页/商详情页配置视频号直播提示浮窗，点击后可直接进入视频号直播间
在开屏推广，支付推广及店铺图片组件配置跳转视频号直播间，实现流量互通
通过直播组件配置视频号直播，小程序可显示直播倒计时和直播预约按钮。



直播现场

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

腾讯广告

营销学堂



直播环境

检查直播场地，灯光，背景是否合适

直播硬件

检查电脑，手机等直播设备

直播网络

检测直播网络，确保不卡顿

直播前测试

- a.直播分类是否选择正确
- b.直播封面大小是否正常显示，封面图比例9: 16
- c.确认直播间商品已在微信侧审核通过，商品必须是有库存且上架的状态
- d.直播中修改库存或者价格需要重新完成信息同步
- e.确认直播间商品链接可正常下单，优惠券可正常使用

1、暖场问候及内容介绍

主播带有个人特色的自我介绍（不超过30S），介绍活动主题及预告整场直播内容

3、直播间转化

- a.开播前设置指定微信群发红包为直播间引流，直播中引导用户加群领红包，沉淀私域；
- b.通过视频号直播助手配置商品优惠券，引导用户领取，通过权益刺激用户消费。

5、直播收尾

- a.关注主播中高转化商品，做爆款商品返场，提升整场GMV；
- b.在直播结束前预告下一场直播时间以及活动亮点，引导用户关注直播间，添加社群。

2、产品介绍

介绍品牌故事，产品细节及优势，和其他商品对比，顾客好评展示等

4、直播间互动

- a.固定间隔时间进行直播间抽奖，增加用户停留时长；
- b.通过口令，截屏，梯度点赞抽奖等活动，提升用户互动积极性；
- c.结合脚本的设计，主播全程引导用户关注，评论，转发分享。

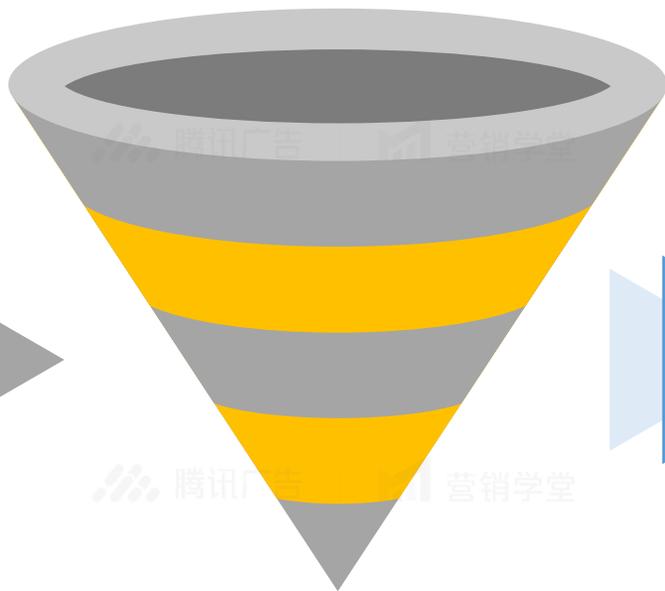
直播间设置群/个人二维码贴片引流

通过电脑推流设置贴片，引导用户截图后扫码添加/进群（通过手机直播，主播可打印二维码物料在直播间展示）



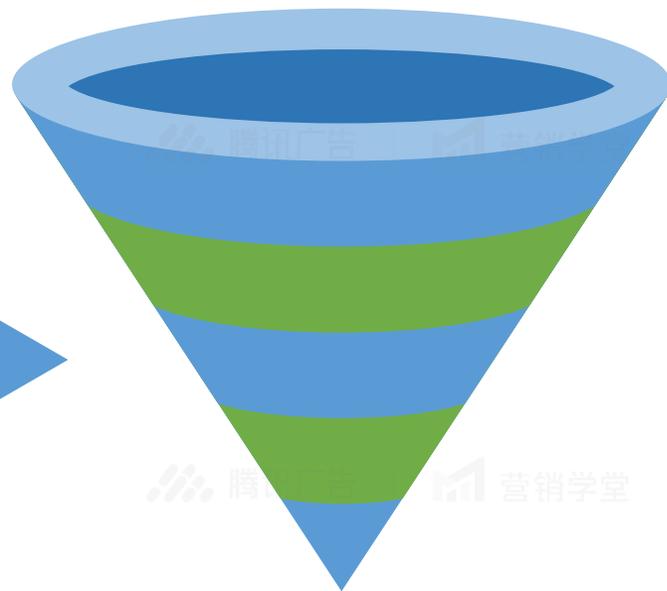
商品详情页配置二维码引流

在小程序商品详情页配置带有个人/社群二维码的广告图，引导用户长按图片扫码添加/进群，领取直播间专享优惠券。



主播引导用户添加个人/社群沉淀

主播讲解进群利益点吸引用户，如：添加客服/进群领取专享红包，提前获得直播咨询，参与抽奖活动等。



数据汇总

a. 整理/解决粉丝问题

记录当天粉丝提出, 和提出未解决的问题, 在下次直播中回复解决

b. 整理产品销售依据

掌握当天直播间销售情况, 保障配送品质, 售后服务 (包含回访)

数据分析

- 回顾目标
- 结果对比
- 经验总结
- 复盘归档



课程目标

腾讯广告 营销学堂

1 视频号基础信息

了解视频号

腾讯广告 营销学堂

2 视频号内容规划

玩转短视频内容

腾讯广告

3 视频号直播规划

深入直播规划

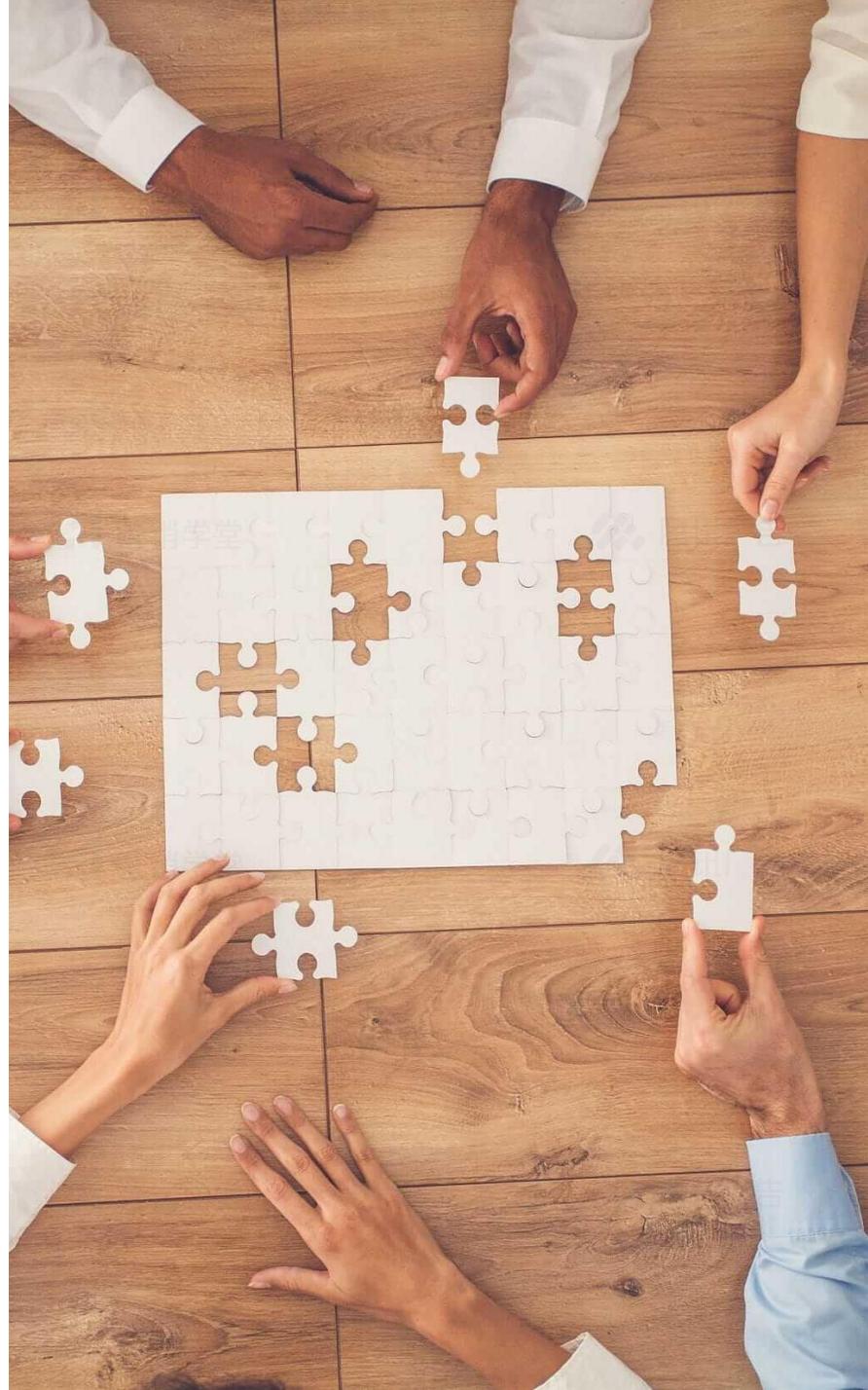
腾讯广告

4 视频号推广

区分公/私流量

腾讯广告 营销学堂

腾讯广告



微信发现页：微信-发现-视频号/
直播



搜一搜：搜索关键词可展示商家
视频号及直播状态



看一看：热点广场 优质的视频号
作品有机会被推荐到



推荐的视频号：通过视频号的推
荐机制及算法获取流量展示



附近的视频/直播：视频号在发布
视频及开通直播时支持添加地理
位置，通过配置地理位置来获取
附近的视频/直播的推荐入口，获
取公域流量的引入



话题标签：视频发布可添加#话题
标签#，点击标签即可进入话题页，
类似微博话题。通过话题标签，
商家与商家之间可采取异业合作，
打造热门话题标签，提高曝光。





公域流量-付费流量

腾讯广告

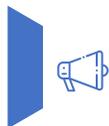
营销学堂

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂



腾讯广告

视频号推广的两种价格模式

竞价投放模式 合约投放模式

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

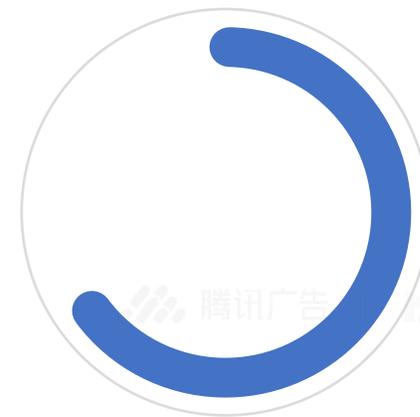
营销学堂



视频号推广的两种展现形式

推广视频号视频状态 推广视频号直播/直播预约

腾讯广告



2022



推广视频号视频状态



点击头像/昵称
跳转视频号主页

点击卡片素材
跳转视频详情页

腾讯广告

营销学堂



推广视频号直播/直播预约

视频号直播间推广



点击头像/昵称
跳转视频号主页

点击图片/观看直播
按钮跳转直播间

视频号直播预约推广



点击头像/昵称
跳转视频号主页

点击图片
按钮预约落地页

点击预约直播按钮
弹出预约弹窗

公众号-视频号&公众号相互绑定：打通了双向的流量，方便视频号前期冷启动，也可以将视频号新增粉丝及直播间粉丝引流至公众号。

小程序-小程序可直跳视频号直播：通过商户后台配置视频号直播浮窗/直播组件/店铺图片跳转直播间，就能打通从小程序商城直跳视频号直播间的链路实现流量互通，提升销售转化。

社交推荐-视频号朋友点赞裂变：每一个为你的视频号点赞的人，TA的好友都可能在“视频号-朋友”中看到该视频动态，所以只要你的视频足够吸引人，就可能实现裂变式传播。

企业微信-视频号已打通企业微信：企业微信支持绑定企业的视频号，可设置在成员个人信息中展示，让更多微信客户了解企业动态；企业微信还可接受/分享视频号消息，扩大了视频号的触达范围。

社群-私域流量的沉淀和多次触达：商家可将视频号动态/直播预告发布到社群，激活用户，提升社群的活跃和转化；同时通过直播间贴片，主播引导将用户引流至社群。