



第 2 章

发展定位：确保不被落下的运营基础



面对短视频营销推广风口，运营者要想在竞争中获胜，就必须做好各项准备工作，特别是自身账号的发展定位问题。本章内容主要集中在4个方面，包括行业方向、用户画像、细分领域和内容定位，帮助运营者打好营销推广的基础。



- ▶ 行业方向：掌好短视频的后续运营之舵
- ▶ 用户画像：描绘好你的目标用户蓝图
- ▶ 细分领域：确定好你能制胜的垂直方向
- ▶ 内容定位：奠定优质短视频打造的基础

2.1 行业方向：掌好短视频的后续运营之舵

俗话说：“男怕入错行，女怕嫁错郎。”可见，行业选择对人生规划和职业规划来说都很重要。因此，短视频平台运营者想要获得更好的发展，那么，选择一个合适的行业发展方向非常关键。本节就从短视频运营过程中的行业方向选择出发来进行具体介绍。

2.1.1 根据个人情况：选择喜欢的或擅长的

在观看抖音短视频时，看到感兴趣的且发展比较火的短视频或抖音号，特别是那些展示一定才艺或手艺的短视频时往往就会想：如果我也会这些，那么是不是也能成为网络红人呢？可见，在选择短视频行业方向前，首先还是需要从自身出发来考虑。

一般来说，运营者需要从三个方面进行考虑，如图 2-1 所示。

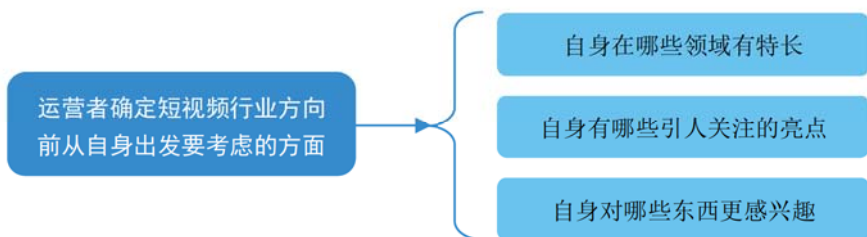


图 2-1 运营者确定短视频行业方向前从自身出发要考虑的方面

运营者只有从图 2-1 所示的三个方面来考虑和选择短视频行业方向，才能更有动力。特别是在特长和兴趣两方面，更是运营者应该必备的。有人不禁会问：一定要同时具备这两个方面吗？在笔者看来，答案是肯定的。只是不同的运营者，在这两个方面的比重会有所不同，如图 2-2 所示。

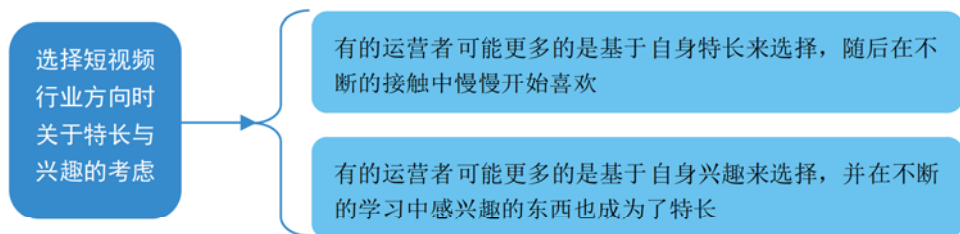


图 2-2 选择短视频行业方向时关于特长与兴趣的考虑

只有在有所偏重的情况下把特长与兴趣二者结合起来，才是短视频运营的正确之道，具体分析如图 2-3 所示。

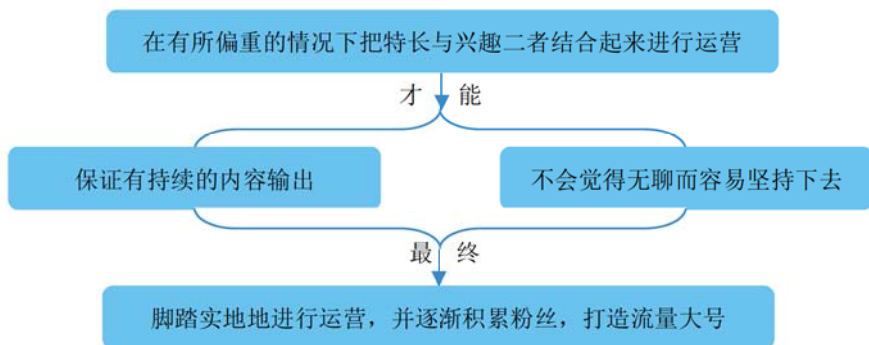


图 2-3 结合特长与兴趣的短视频运营分析

综上所述，运营者选择行业方向时必须从自身出发，而不能胡乱选择——平台上哪些行业内容做得好，自己就选择什么。这样很容易被动，且一般不会获得成功。只有在运营过程中有兴趣或特长的加持，才能长期坚持并发展下去。

2.1.2 根据产品行业属性：选择能完美契合的

在清楚自身实际情况后，运营者还需要考虑要推广的产品的行业属性。因为如果打造的短视频内容与产品行业属性完美契合，就能在运营上取得更好效果，具体如图 2-4 所示。



图 2-4 根据产品行业属性打造短视频内容的效果分析

可见，基于产品的行业属性来打造优质的、专业的短视频内容，可以在积累流量的同时让用户关注品牌和产品，最终实现短视频的营销目的。那么，关于短

视频内容的行业方向，在具体运营中我们应该如何选择呢？在此，笔者以服装产品为例进行具体介绍。

作为一个服装行业的营销者，打造的短视频内容一定要与服装相关。其中比较典型的就发布一些与穿搭技巧相关的短视频内容，这样更能吸引用户关注和购买。当然，运营者还可以基于自己所经营的服装方向，如女装、男装、童装等，在穿搭技巧的分享上有所偏重。图 2-5 所示为“抖音短视频”APP 上的内容与穿搭相关的用户和短视频举例。



图 2-5 “抖音短视频”APP 上的内容与穿搭相关的用户和短视频举例

2.1.3 根据行业领域：确定数据分析大致方向

利用 2.1.1 和 2.1.2 节介绍的两种方法初步确定短视频行业方向后，接下来就需要根据具体的数据来分析和判断，以便运营者了解该行业的用户画像和确定垂直细分领域。那么，运营者应该怎样去了解这些数据和内容呢？笔者在此以抖音短视频为例，为读者提供其在“西瓜短视频助手”平台上的数据。

下面首先介绍在平台上选择与摄影相关的抖音号的行业领域的操作。

运营者登录进入“西瓜短视频助手”平台，单击“播主排行”按钮，进入“行



图 2-6 单击“播主排行”按钮

业排行榜”页面，如图 2-6 所示。在“所属行业”区域选择所属行业方向，在此笔者单击“时尚”按钮，即可进入“时尚”播主排行榜页面，如图 2-7 所示。



图 2-7 “时尚”播主排行榜页面

进入该页面后，运营者即可选择与摄影相关的抖音号，通过了解它们的用户情况和运营数据，即可判断自身所选择的行业领域是否可行和热门的内容方向。

2.2 用户画像：描绘好你的目标用户蓝图

对短视频运营者来说，洞悉目标用户群体，是后期运营中进行精准推送和更快获取流量的关键。本节接着以所选择的“时尚”行业为例，介绍与摄影相关的抖音号的用户画像的数据情况。

在进行粉丝画像分析之前，首先需要从“时尚”播主排行榜中选择几个居于前列的与摄影相关的抖音号作为标本进行分析。图 2-8 所示为用户画像分析中所选择的 3 个抖音号。



图 2-8 用户画像分析中所选择的 3 个抖音号

由图可知,笔者选择的是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个抖音号。确定要分析的抖音号后,运营者可单击每个抖音号右侧的“详情”按钮进入相应页面,然后在“数据分析”页面即可了解该抖音号的粉丝详情。

2.2.1 性别: 男女比例各占多少

行业不同、短视频内容不同,抖音号用户的性别属性也会存在一定的相同点和不同点。而运营者要做的是,从这些共性的性别属性中,确定自身要运营的短视频平台账号的目标用户群体的性别属性。

图 2-9 ~ 图 2-11 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号的用户性别分布图。

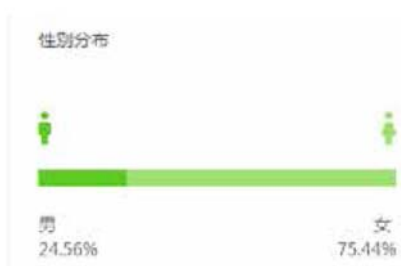


图 2-9 “图匠摄影师郑浩”抖音号用户性别分布

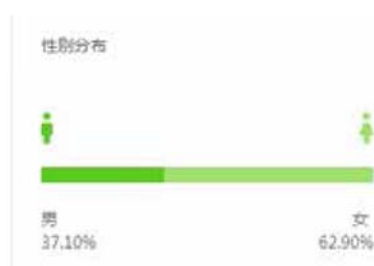


图 2-10 “星岚摄影社”抖音号用户性别分布

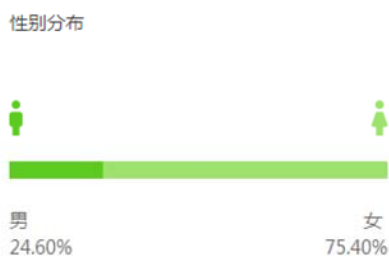


图 2-11 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号用户性别分布

由图 2-9、图 2-10 和图 2-11 可知,“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个与摄影相关的抖音号的用户性别分布中,女性用户占比远远多于男性用户占比。可见,不仅“抖音短视频”APP 的用户以女性用户为主,该平台上的摄影类账号用户也是以女性为主。

运营者可基于“抖音短视频”APP的用户性别分布情况，制定不同于微信公众号、头条号等平台的内容运营策略，增加更多适合女性用户的摄影内容。

2.2.2 年龄：哪个年龄段用户居多

图 2-12、图 2-13、图 2-14 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号的用户年龄分布图。将鼠标指针移至占比最大的年龄段色块上，可显示该年龄段的用户占比数据。



图 2-12 “图匠摄影师郑浩”抖音号用户年龄分布



图 2-13 “星岚摄影社”抖音号用户年龄分布

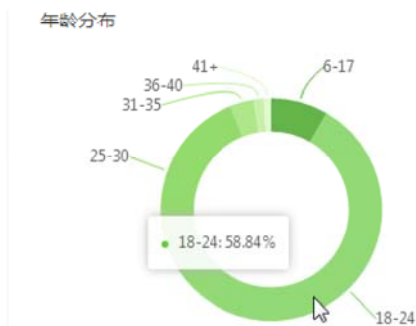


图 2-14 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号用户年龄分布

由图 2-12 ~ 图 2-14 可知，“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个与摄影相关的抖音号的用户年龄分布中，占比最多的是 18 ~ 24 这一年龄段的用户，几乎都在一半左右；其次是 25 ~ 30 这一年龄段的用户。然而无论是 18 ~ 24 这一年龄段，还是 25 ~ 30 这一年龄段，都表明这三个抖音号的用户年龄大多在 18 ~ 30 岁，偏向年轻群体。



可见,这三个抖音号的用户年龄属性与“抖音短视频”APP的用户年龄属性大体相符,由此可知它们的短视频内容是符合平台整体的用户定位的。因而这些抖音号获得大量用户关注也就不足为奇了。

从这一角度来看,运营者可以根据自身情况,在观看了这些抖音号内容的前提下安排后续的短视频内容,力图打造出符合用户偏好和能满足用户需求的内容。

2.2.3 地域: 主要分布在哪些地区

图 2-15 ~ 图 2-17 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅摄影师晓东”抖音号的用户地域分布图。在地域分布图中,有“省份”和“城市”两类分布数据,运营者可以一一查看。

地域分布		省份 城市
名称	占比	
广东	12.34%	
江苏	6.50%	
山东	6.15%	
浙江	5.84%	
河南	5.64%	
四川	5.09%	
安徽	4.11%	
河北	4.08%	
湖南	3.88%	
北京	3.72%	

地域分布		省份 城市
名称	占比	
北京	7.09%	
重庆	5.22%	
广州	4.85%	
深圳	4.55%	
上海	4.18%	
成都	3.96%	
苏州	3.06%	
杭州	2.40%	
郑州	2.46%	
青岛	2.39%	

图 2-15 “图匠摄影师郑浩”抖音号用户地域分布

地域分布		省份 城市
名称	占比	
广东	12.81%	
江苏	6.79%	
四川	6.61%	
浙江	5.46%	
山东	5.38%	
河南	4.91%	
湖北	4.84%	
北京	4.68%	
云南	4.45%	
陕西	3.59%	

地域分布		省份 城市
名称	占比	
北京	7.54%	
成都	6.66%	
上海	5.53%	
深圳	5.28%	
武汉	4.52%	
广州	4.40%	
西安	4.15%	
重庆	3.77%	
长沙	2.51%	
乌鲁木齐市	2.51%	

图 2-16 “星岚摄影社”抖音号用户地域分布



图 2-17 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号用户地域分布

由图 2-15 ~ 图 2-17 可知，“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个与摄影相关的抖音号的用户地域分布中，“省份”分布图显示占比最多的都是广东省，且都在 12% 以上，远多于其他省份；“城市”分布图显示占比排名前十的是经济发达的城市，特别是“北上广深”和“成都”“重庆”六大城市，在这三个抖音号的用户地域分布中都出现在前十的排名中。

因此，运营者可以基于这些省份和城市的用户属性和工作、生活，进行资料的搜集和整理，还可以基于抖音号的“同城”功能进行城市的切换，观看这些地方比较火的短视频内容。最后进行归纳总结，安排一些目标用户可能感兴趣的内容，相信这样可以吸引到更多的用户观看。

2.2.4 星座：哪些星座的用户最多

图 2-18 ~ 图 2-20 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号的用户星座分布图。图中对十二个星座的用户一一进行了展示。

由图 2-18 ~ 图 2-20 可知，“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个与摄影相关的抖音号的用户星座分布中，占比最多的是摩羯座，其用户占比都在 10% 以上。另外，大家可能已经发现了，“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号用户群体中的天秤座的占比也突破了 10%。

运营者可以基于这些占比较大的用户群体，推荐一些与他们的星座相关的摄影内容，或者基于占比较大的用户的共性特征，推荐相关内容。这样的话，可以更顺利地进行短视频运营推广。



图 2-18 “图匠摄影师郑浩”抖音号用户星座分布



图 2-19 “星岚摄影社”抖音号用户星座分布



图 2-20 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号用户星座分布

2.3 细分领域：确定好你能制胜的垂直方向

上文已经对所选行业领域的目标用户的属性有了大致分析，相信运营者心中已经有有了一个比较完整的用户画像。接下来就是对所选行业领域进行更深入的分析，以便确定自身账号要着重关注的垂直领域，做好更精细化的运营。

本节仍然以上一节中的“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”三个抖音号为例，分析与摄影相关的评论词云和热门视频，并从中找出自身所要运营的行业方向的垂直维度特征，最终根据特征确定垂直细分领域。

2.3.1 评论词云：了解用户关注的舆论内容

图 2-21 ~ 图 2-23 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号的评论词云展示图。



图 2-21 “图匠摄影师郑浩”抖音号评论词云



图 2-22 “星岚摄影社”抖音号评论词云



图 2-23 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号评论词云

通过抖音号的评论词云展示图，运营者可以直观、清晰地知道某一抖音号在用户心中的印象。由图 2-21 ~ 图 2-23 可知，其中最突出的用户评论内容是“喜欢”“好看”，且这样的评论内容是基于短视频的内容质量来说的——优质的、好看的短视频获得了用户的赞赏和青睐，从而由衷地给出了“喜欢”的肯定评论。

除此之外，“婚纱照”也是抖音号的评论词云中出现频率高且比较显眼的评论词，可见，在短视频的题材选择方面，关于婚纱这一内容类型的短视频明显更受抖音用户关注。

相较于“图匠摄影师郑浩”和“彼爱旅拍摄影师晓东”两个抖音号，“星岚摄影社”抖音号的评论词云中除了“喜欢”这一个与其他两个抖音号相同的评论词外，还有一个更显眼的“哈苏”和“星岚”“摄影”“厉害”等稍次一点的评论词。其中，“哈苏”指的是相机品牌，“星岚”则是抖音号名称。而其评论词也恰好体现了“星岚摄影社”抖音号的账号介绍和定位，即“（哈苏相机）中国幅画质+顶级（布朗灯）营造极致影像体验”。

在“西瓜短视频助手”后台的“评论词云”中，运营者只要点击左侧相应的

评论词或在右侧上方的搜索框中输入关键词，右侧搜索框下方即会显示与该评论词相关的评论内容。图 2-24 所示为“星岚摄影社”抖音号的评论词“哈苏”的搜索结果页面。



图 2-24 “星岚摄影社”抖音号评论词云

2.3.2 热门视频：认清各平台的短视频特色

图 2-25 ~ 图 2-27 所示分别是“图匠摄影师郑浩”“星岚摄影社”和“彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号的“播主视频”页面的“最热”视频作品展示。

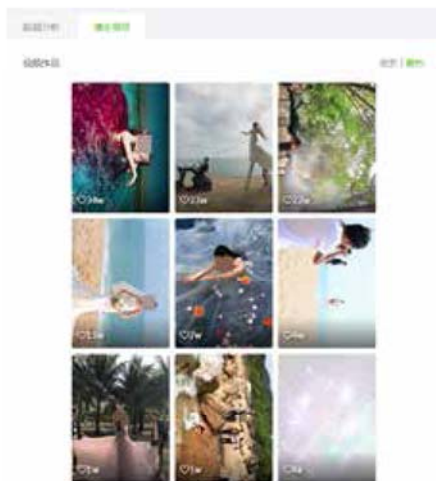


图 2-25 “图匠摄影师郑浩”抖音号最热视频作品

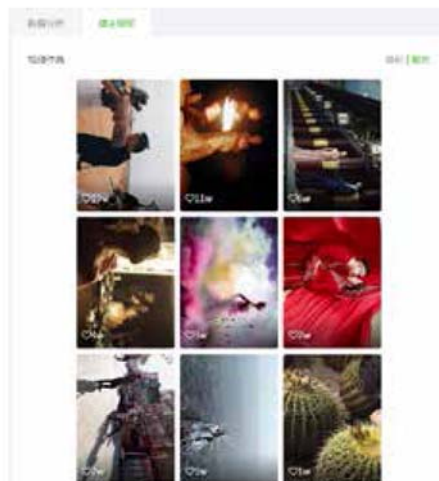


图 2-26 “星岚摄影社”抖音号最热视频作品



图 2-27 “彼爱旅拍摄影师晓东”抖音号最热视频作品

运营者可以在“播主视频”页面点击相应短视频，了解短视频的具体内容，并从众多点赞量高的视频内容中总结各个抖音号的短视频亮点和优势，从而为自身账号的内容运营提供方法和借鉴。

2.3.3 维度特征：确定运营方向的细分领域

对运营者来说，有了摄影这一行业领域的用户画像、评论词云和热门视频等抖音号的数据信息后，大概已经对平台上该领域的短视频产品有了比较全面且清晰的认识，然后就可从自己了解的情况出发，确定自身账号的垂直细分领域并进行运营了。

如从上文中的用户画像、评论词云和热门视频可以看出，在抖音短视频平台上，用户多是居于经济发达城市且年龄在18~30岁之间的女性用户，她们对颜值高的短视频内容有着浓厚的兴趣。基于此，运营者可以在确定自身运营方向时，着重推出一些视频高颜值、模特高颜值、布景高颜值、特效高颜值等方面的内容，以期吸引潜在目标用户的关注。

还要注重内容方面，专注于某一题材进行更加垂直化的、深入的短视频拍摄，如婚纱特效、我国文化、摄影构图等，只要用心运营和不断积累，经常推出优质短视频内容，必然会成就大号。

2.4 内容定位：奠定优质短视频打造的基础

确定了自身账号的内容运营方向后，接下来就是如何更好、更快地创造短视

频内容。本节从素材搜集和短视频内容创作原则出发来进行介绍,为打造优质内容提供参考依据和定位思考。

2.4.1 素材搜集 1: 视频 APP 内容

短视频内容是新媒体领域的重要内容形式之一,随着短视频平台和关注用户的增多,各个短视频 APP 上的内容可以说是种类繁多,并涉及生活和工作中的各个方面,基本可以满足有不同兴趣爱好的用户需求。而这些 APP 上的短视频,是完全可以搬运过来作为视频素材的。当然,这样的视频不能称为原创视频,但视频素材选择得好,还是可以起到吸粉引流作用的。

2.4.2 素材搜集 2: 视频网站内容

除了短视频 APP 以外,国内外的视频网站上也有大量的、不同类别的视频,如在我国知名的腾讯、优酷等视频网站上,就有几十种类型。图 2-28 所示为优酷网站上的视频类别展示。其中的视频内容都可以作为视频创作者用来剪辑加工的视频素材。图 2-29 所示为微博平台上推出的源自于腾讯视频网站的短视频案例。短视频右上角还有腾讯视频的水印。

而且,与直接从短视频 APP 上下载的素材不一样,从视频网站上下载的视频素材经过剪辑加工后还是可以申请原创的。因此,这不失为一种便捷的、优质的视频素材获取途径。



图 2-28 优酷视频网站的视频类别展示



图 2-29 微博平台上推出的源自于腾讯视频网站的短视频案例

2.4.3 素材搜集 3：经典电影片段

自从电影诞生以来，出现了众多的经典影片，其中必然有你喜欢的，且在看到影片中的某一片段时，还会有一些感悟和观点。这些感悟和观点，都是可以作为短视频素材来源内容的，把它们录制下来，再加上经典影片片段，就很容易打造一个让人喜欢而又是原创的短视频了。

要注意的是，经典片段的选择是非常重要的，对运营者来说，首先需要选择是自己喜欢的，这样才能有比较深刻的理解和独到的观点，也只有这样，才不负经典影片，不负原创之名。

2.4.4 素材搜集 4：自身拍摄视频

除了上述 3 种方法可以获得短视频素材外，运营者还可以通过亲自拍摄视频来完成获取素材这一短视频制作的准备工作。当然，要想拍摄视频，那么运营者在拍摄技能和视频处理水平上需要精通，这样才能保证创作和发布出来的短视频内容是优质的。

图 2-30 所示为“手机摄影构图大全”抖音号发布的以自己拍摄的视频为素材的短视频内容，是不是能吸引你的关注呢？

另外，自己拍摄视频，也不是可以随便拍摄和发布的，在拍摄题材和视频画面选取方面要注意。例如，如果抖音号的定位是摄影类，那么在拍摄时就可以选

择一个大家常见的却拍不好的场景,然后选取自身擅长的拍摄领域,如特写、微距或全景,进行拍摄技巧的讲解。一般来说,这样拍摄出来的视频非常好,而且大多会吸引用户点击播放。



图 2-30 “手机摄影构图大全”抖音号发布的以自己拍摄的视频为素材的短视频内容

2.4.5 创作原则 1: 垂直性和差异性

经常关注短视频平台的用户会发现,入驻平台的账号越来越多,但是大多数账号发布的内容都雷同,且没有什么特色,并不能吸引很多用户关注,其播放量也就停留在个位数、十位数等阶段,完全不能与动辄有上万、十万、百万播放量的短视频内容相比。

那么,有些短视频内容为什么能取得如此好的运营效果呢?在笔者看来,其本质就在于内容的优质。而在同质化情况严重的短视频运营环境中,要体现内容的优质,其垂直性和差异性必不可少。

在此,以摄影类的短视频为例,介绍如何打造具有垂直性和差异化的吸睛的短视频内容。

在移动互联网快速发展的时代,手机短视频已经成为摄影的常态。而在手机短视频拍摄中,如何实现其垂直化呢?创建和运营“手机摄影构图大全”一系列账号的构图君就找到了一个好的垂直发展方向,那就是构图。

相较于其他摄影类账号而言,构图君从构图入手,这是打造垂直化内容的第一步;接着,构图君又从更细分的角度出发,在这一路上走得更远——对各种构

图方法进行细分，且结合不同场景来进行实践拍摄。图 2-31 所示为“手机摄影构图大全”抖音号推出的关于构图方法细分的短视频内容。

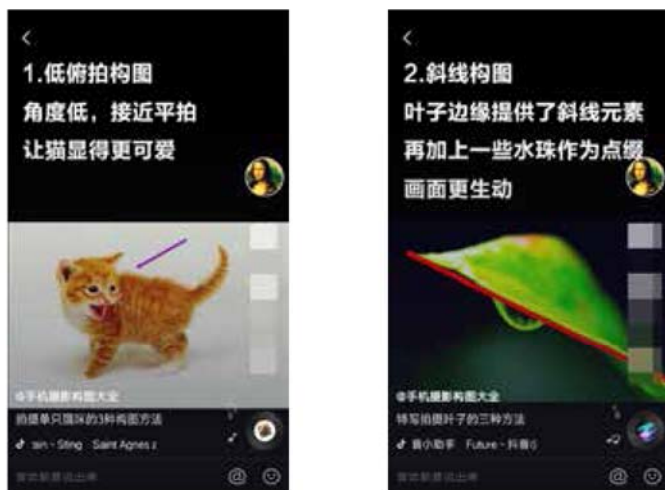


图 2-31 “手机摄影构图大全”抖音号推出的关于构图方法细分的短视频内容

又如，一个名为“我的狗子叫鳌拜”的抖音号，其内容在垂直化方面就做得很好。相较于其他拍各种萌宠的抖音号作者，这一抖音号播主就只拍狗，如图 2-32 所示，实现了初步垂直化。当然，其差异化也就有了。然后这一抖音号播主又积极进行狗的技能和视频内容开发，拍摄各种难度较高的短视频内容，如图 2-33 所示，从而使得短视频浏览量迅速攀升。

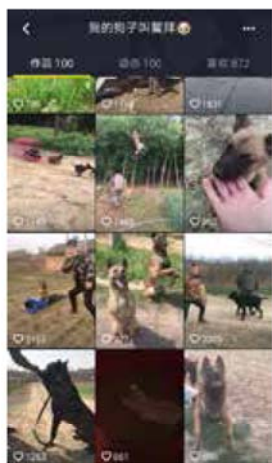


图 2-32 只拍狗的垂直化抖音号

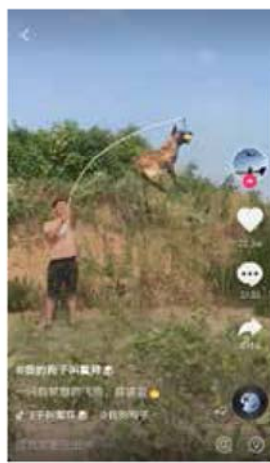


图 2-33 拍摄难度高、不常见场景的短视频

2.4.6 创作原则 2: 要尽量原创

在本节介绍的素材搜集方法中,有3种都是借用了其他平台或原有视频内容的。那么,是不是就代表运营者完全可以搬运其他人创作的视频来维持自身账号的内容运营呢?当然不是。前面说的只是素材搜集的方法,运营者还需要在搜集素材的基础上进行深度创作,这样才能算得上原创的短视频内容。

若纯粹只是在账号运营中进行短视频内容的搬运,即使能通过它们博取众人的眼球,但是对平台的长远发展也是不利的,具体如图2-34所示。

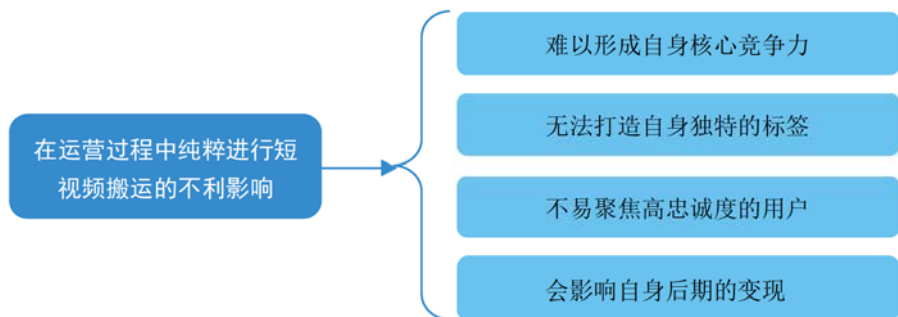


图 2-34 在运营过程中纯粹进行短视频搬运的不利影响

可见,要想把短视频运营账号顺利发展下去,并打造短视频品牌和实现快速变现,就必须有原创的、优质的短视频内容,而不能完全依赖搬运。只有这样,才能在短视频行业竞争中获胜。这一原则是必须遵守的,且要在账号创建前就必须有一个清楚的定位,才能在运营过程中得心应手。