

第1章

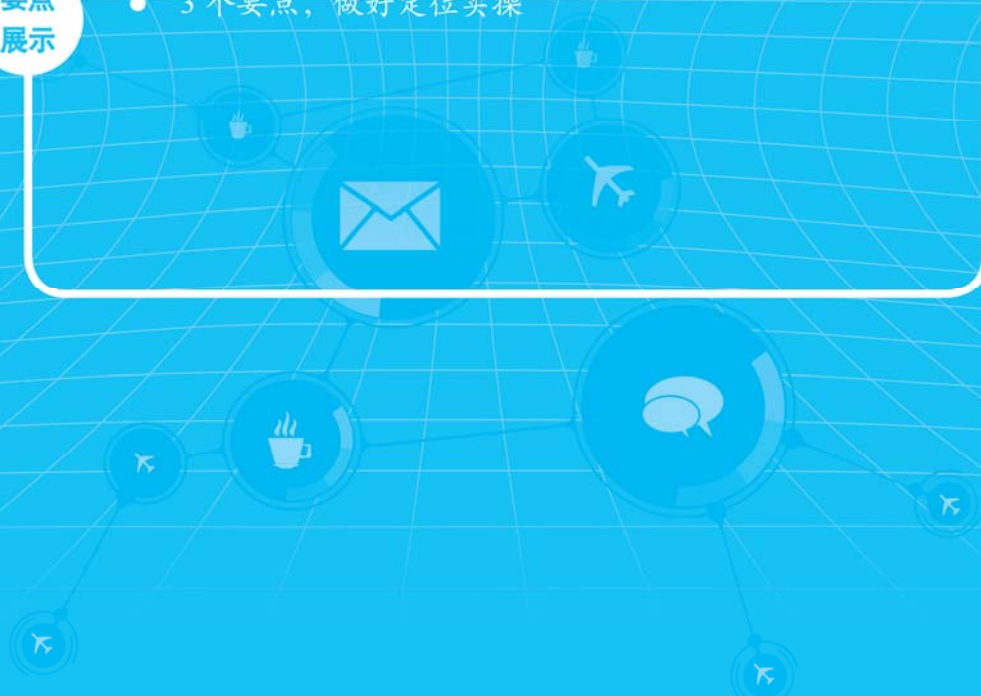
5 维定位法：独门秘籍找准卖货的方向

学 前 提 示

抖音号运营定位非常关键，定位一旦确定，你的运营方向也就明确了。这一章，笔者将结合5维定位法，帮大家找准卖货的方向，让大家的抖音号运营赢在起点。

要 点 展 示

- 5 维定位，找准账号方向
- 3 个要点，做好定位实操





1.1 5 维定位，找准账号方向

本节主要是通过 5 个维度的讲解，让运营者能够准确地给自己的抖音号定位。定位对于抖音号来说非常关键，如果定位做得好，后面的引流和卖货都不成问题。那么，到底什么是抖音号的定位呢？一句话，就是区别于别人的抖音号，在粉丝心中打上清晰的标签。换句话说，就是让粉丝记住你，并且能够关注你，或者让粉丝推荐你，这就是你要找的定位。

例如，丽江石榴哥，大家对他的清晰认知是：这是一个非常朴实的人，这是一个会 6 门以上外语的卖石榴的朴实小哥。又如，“口红一哥”李佳琦，粉丝都知道他是做口红测评的一个帅哥，这就是李佳琦的一个标签和清晰定位。

5 维定位法是从产品、领域、人设、内容和展现形式这 5 个维度进行定位的一种方法。那么，究竟如何来做 5 维定位呢？本节就重点解答这个问题。

1.1.1 产品定位

图 1-1 所示为 4 个抖音号。第 1 个抖音号卖的是什么？很显然是提臀裤。所以它的内容一定和提臀裤这个产品有关。因此，这个账号的视频内容都与健身锻炼相关，还有许多穿此种裤子在其他场景展示的视频，这实际上就是围绕着产品做内容、展示产品。所以，如果你能够围绕产品进行清晰的定位，那么带货将会变得非常简单。



图 1-1 4 个抖音号

第 2 个是一个唱歌教学的抖音号。这种抖音号也是围绕着产品来定位的，它的产品是什么？它的产品是唱歌的线上教学，所以它用唱歌的内容来吸引更多的人来学习唱歌。

第 3 个抖音号是“老丈人说车”，它的产品定位是接广告。大家都知道，这是祝晓晗的一个小号，虽然这是一个小号，但也有 700 多万的粉丝。因此对于广告

主来说，在这个账号上做广告是有价值的。既然是接广告，那么它所有的内容一定是围绕着这个产品做的，所以它的内容虽然是说车，但植入了车品的广告或者车企的广告。

第 4 个抖音号很有特点，这是河南平顶山的一个女孩运营的。她开始的时候只是做面馆里面的内容，目的是吸引别人来面馆里吃面，这是实体店围绕产品定位的一个方法。后来咨询的人越来越多，就开始招商加盟，很多人在她家学习怎么做面、怎么营销、怎么炸好吃的辣椒油。所以她的内容迅速转变成了吻合招商的内容。因此，这个抖音号的内容就是面馆里面很多学员在学习、在试吃、在自己练习，这样的内容也告诉别人，她家是可以招商加盟和招学员的。

这 4 个案例清晰地告诉我们，只要围绕着产品定位去做内容，那么卖货、带货就会变得非常简单。

我们可以结合自身的技能和产品来进行定位，具体来说，根据技能和产品情况，可以绘制如图 1-2 所示的产品技能象限图。



图 1-2 产品技能象限图

有的人是有产品，但是没有技能，那么就可以从产品出发，围绕产品，计划 3 ~ 5 个领域的内容定位方向。

有的人是无产品无技能，那么这部分人怎样去定位抖音号呢？他们可以定位为吸引粉丝，或者吸引一部分精准粉丝，然后通过橱窗卖货赚取佣金，或者是可以去卖流量、卖广告或者卖号。

有的人是没有产品，但是有技能，这个非常好办。比如，有知识输出的技能，那么就通过知识内容去做运营，知识内容本身就是一种产品。比如，有手工的技能，哪怕是有带孩子的技能，都可以变成自己的定位。没有产品不要紧，只要有技能吸引精准的粉丝，那么在吸引的过程中或者在运营的过程中，自然会有很多有产品的人主动找你合作，或者在这个过程当中你已经有大量的粉丝了，已经不怕卖不出产品了，这时候再去找产品是很容易的。

有的人既有产品，又有一定的技能，那么就要围绕着产品去做内容。比如，一个卖护肤品且平时非常喜爱段子的人，闲暇的时候就会和别人聊几句段子，那么他



在介绍护肤品的时候，就比别人多了一个介绍维度，就是他的展现形式比别人更丰富，也就是说，他可以用讲段子的形式把产品展现出来。抖音上有个美妆博主就是这样，每次化妆的时候，都会讲一个很有意思的段子，如抨击生活当中很多女人不爱花钱、不爱美的现象，因为这些段子大家想听，所以她的粉丝量暴涨。

所以，无论你是图 1-2 中的哪一种类型，都能够解决关于定位的问题。定位还是比较好做的，不要着急说自己什么都不会。只要能够学好抖音的这个技能，包括上热门的技能，有了流量就一定能够做好卖货、带货。

做产品的目的是赚钱，要想赚钱，抖音上发布的内容必须围绕着产品来展开。那么，如何围绕产品定位做好内容呢？首先要解决的问题就是，你的产品满足谁的需求？是解决了谁的什么样的需求？这点非常重要。所以如果你有产品，就要先分析你的产品。比如，你有纸尿裤这种产品，那么纸尿裤是满足了谁的什么需求，你要分析清楚。

那么，有产品又该如何进行产品内容定位呢？其中一种方法就是对产品进行功能上的细分。产品的功能细分特别简单，还拿刚才说的纸尿裤来举例，可以通过这件产品细分出哪些功能呢？非常多，如吸水性、透气性和舒适度，这 3 部分内容，就是从你的产品出发，把它的功能进行了 3 部分细分，然后抖音视频内容围绕着这 3 部分做就可以了。

产品的应用场景对于卖货、带货也非常重要，产品的应用场景应该怎么理解呢？很多人说想在抖音店铺里卖东西，但平台不让做广告，做了广告就会限流，那么这时该怎么办呢？哈尔滨有一家卖皮草的企业，每天都拍一些段子，现在拥有了 100 多万粉丝。他们的秘诀是把段子融合到销售场景中去，从而植入产品。而且，他们经常会穿着自己的产品去做内容，所以应用场景非常重要。比如你是卖一种机器的，这时你应该思考这个机器究竟在什么场景下应用，接着再利用产品的场景去定位内容。

举一个简单的例子，现在微商非常多，有人认为在这种情况下化妆品不好做。其实不然，我们可以先了解这个化妆品的应用场景都有哪些，然后从产品应用场景出发去细分内容。比如，我们上班要化什么样的妆？应聘要化什么样的妆？上健身房运动要不要化妆？上学要不要化妆？它的应用场景特别多，这都是从产品定位出发应该做的内容。

产品定位还需要做好产品与人的互动，这个也特别简单。产品和人究竟怎样产生连接，这也是从产品出发做内容的一个角度。

有的人做好产品定位之后，不知道怎样选产品。那么做抖音带货，商品的来源都有哪些渠道？接下来就给大家介绍在推闪这个平台免费领取抖音拍摄样品的步骤。

步骤 01 打开电脑的浏览器，进入推闪官方网站首页，如图 1-3 所示。



图 1-3 推闪官方网站首页

步骤 02 单击左上方的“注册”按钮，进入“注册用户”页面，如图 1-4 所示。在该页面中输入手机号、登录密码、微信号（选填）、验证码、短信验证码和邀请码等信息，然后单击“注册”按钮。需要注意的是，没有邀请码是无法注册和领取样品的。



图 1-4 “注册用户”页面

步骤 03 注册完成后返回到官方网站首页，可以看到有很多产品类目，如服装、美妆、配饰、鞋帽、箱包、儿童、母婴、居家和美食等。用户可以按照自己抖音号的产品定位选择相对应的产品查看。



单击某件产品，进入产品详情页面，可以看到到手价、优惠券、佣金、佣金比例等信息，以及对粉丝数、点赞数、作品数等的要求，如图 1-5 所示。

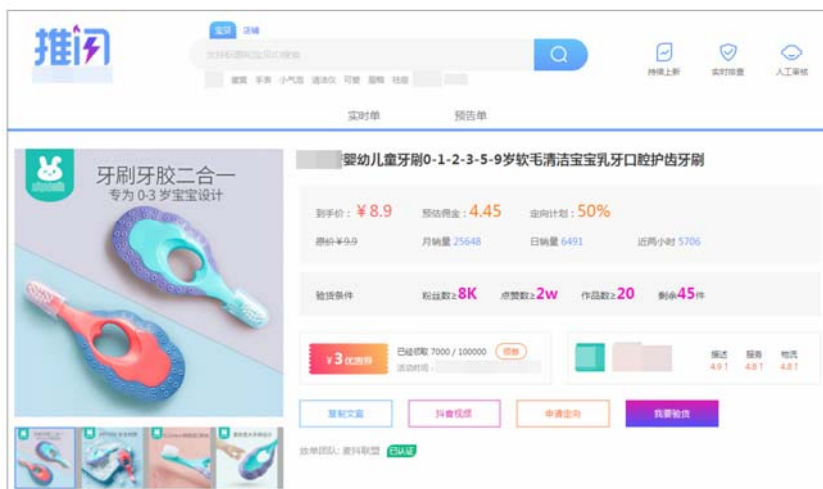


图 1-5 产品详情页面

如果账号的粉丝数量没有达到标准，账号中的某一条视频点赞数达到要求也可以。每件商品的要求都不同，用户可以根据自己的账号来选择。

步骤 04 单击产品详情页面中的“我要验货”按钮，弹出一个窗口，要求必须绑定抖音号才能领取拍摄样品。单击“去认证”按钮，进入“抖音认证”页面，如图 1-6 所示。



图 1-6 “抖音认证”页面

步骤 05 输入联系方式和收货地址，并绑定你的抖音号。操作完成后，会跳出一个抖音二维码。在抖音中用“扫一扫”功能扫描该二维码，并给该二维码对应的账号发一个私信就可以等待绑定成功的消息了。

对于推闪，有以下几个测评建议。

(1) 如果你有多个抖音账号，要先绑定粉丝量较多的账号，因为粉丝越多，

可以领取的产品份数就越多。

(2) 虽然领取产品份数有限制，但是你领取并上传了视频之后，就可以重新计算产品份数了。

(3) 推闪平台的设置很人性化，产品分类比较清晰，领取样品的操作也比较简单。但是，注册的时候不要忘记填写邀请码，不然无法注册账号、领取产品。

1.1.2 领域定位

图 1-7 所示为抖音中常见领域的一张图，常见的领域有搞笑、三农、养生、创业、美食、护肤、摄影、动画、知识、付费、企业品牌宣传、招商、加盟、财经、军事、亲子、旅游、数码、电影等，任何一个领域都可以在抖音上获得流量，并进行卖货、带货。



图 1-7 抖音常见领域

在此重点列举 5 个领域。第 1 个是搞笑领域。搞笑和段子在抖音上传播得最广，因为它能够带给人轻松、愉快的感觉，现在很多人都是利用碎片化的时间看这类内容，所以搞笑类的内容吸引粉丝也是比较快的。有的人说他们想卖产品，但不能天天光弄搞笑视频。其实这也很简单，他们可以把产品和搞笑内容结合，将搞笑内容作为产品定位的展现形式。

第 2 个是三农领域。三农非常好做，如果在农村，没有任何特别的产品，那么农村的任何一件产品都可以成为定位产品，都可以在这个领域中做得非常优秀。例如抖音中有一个山东的小女孩卖红薯，做得非常优秀。既然红薯可以做，那么农村里的其他农产品也可以做。

第 3 个是养生领域。养生领域包括食疗、减肥、颈椎病治疗、骨病治疗等各方面。需要注意的是，对于养生这个领域抖音并不是很扶持，但是要做好也有很多方



式和方法。

第4个是创业领域。创业领域也是非常好做的，很多做微商的愿意做创业类的内容。创业领域的竞争非常激烈，那么为什么很难做下去或者很难做起来呢？可能是因为创业知识没有结合创业痛点。有的人只从其他平台把别人的内容拿过来，没有进行加工，也没有深入地了解粉丝的痛点。击不中粉丝的痛点，就肯定不会获得很高的点赞和评论，也不会获得粉丝，而要卖货就更难了。

第5个是美食领域。图1-7中美食领域的抖音号的主作者叫“新疆羊蹄西施”，这个主作者已经做了好几个号，而且很多号都开始了卖货变现。“新疆羊蹄西施”已成了当地的一个小网红，虽然她只有20多万粉丝，但是很多人都跑到她的摊位前跟她合影。所以说做美食号，就是要把人设融入美食当中，这样就能够获得更多的粉丝，更好地进行卖货。

除了以上5个领域之外，抖音上还有一些热门领域，如旅游。现在抖音上有大量的摄影机构教别人怎样拍视频，特别是拍婚纱类的视频。这类账号即使只有10万、8万的粉丝，也能起到很好的引流作用。比如，某摄影机构在丽江拍这类内容，那么想要结婚的年轻人，可能就会联系他们，去丽江找他们拍婚纱照。这样，他们就可以把全国各地的粉丝都变成自己的客户，这个转化率是极高的。

所以，无论做哪个领域，只要了解了能够解决谁的什么痛点，并有针对性地进行营销，那么就更容易胜出。

了解了抖音的常见领域之后，接下来再来看一下领域定位的主要原则。

第1个就是目标粉丝人群的数量和粉丝的共性需求。目标粉丝人群的数量对运营抖音账号影响是非常大的。因为数量比较大的话，吸引目标粉丝的能力也就特别强。

第2个就是自己的优势分析，也就是自己擅长什么。有的人说，“我只擅长在农村地里干活”，那他可以做三农抖音号。他拥有的可能是别人好奇的，可能是别人感兴趣的，但是并没有挖掘和发现它。就是说有人认为自己没有技能，但其实已经具备了某项技能。比如，有一个300多万粉丝的抖音号主，她每天做的就是拍农村的原生态生活，包括炒菜、做饭，这看起来不算是技能，但这就是她所擅长的，是她的优势所在。

所以，关于自己优势的分析，第一个方法就是挖掘自己身边的资源，第二个方法就是利用地域的差异。比如，你在东北，而很多南方人对东北的生活感兴趣，你就能吸引大量的南方粉丝。比如，你在新疆，即使拍新疆的风土人情，也会吸引大量的粉丝。比如，你在武夷山，那么武夷山所有的风景内容都是你的优势所在，你就能吸引大量对武夷山风景感兴趣的粉丝。所以，第三个方法就是去找你擅长的是什么？还有就是选择领域，你要想好未来的变现方式。

关于领域定位，就详解一个方面——粉丝基础，也就是我们的粉丝有多少，这个需要制作用户画像。用户画像是领域定位的基础，它主要解决以下几个问题：你

的用户是谁？他们有什么样的需求？你提供的每条短视频内容是否满足了他们的需求？这些需求如何有效地转化为视频内容？这都是你要思考的。

其实，用户画像就是标签化用户。用户标签，就是可以用哪些标签来描述用户。

给大家举一个特别简单的例子，假如你是做减肥产品的，你能给用户找出多少标签呢？笔者总结了一些与减肥相关的关键词，如图 1-8 所示。

卡路里，代谢，节食，反弹，肥胖，体脂率，摄入量，脂肪，节食，塑型，湿气重，便秘，啤酒肚，水桶腰，大象腿，蝴蝶袖，马甲线 小蛮腰，健康减脂，减脂塑型，哺乳期减脂，健康瘦身，90斤的秘密，一个月还你马甲线，好身材管理，瘦胳膊瘦腿神器，科学减肥，臃肿，虚胖，节食，健康餐，易瘦体质，运动，小肚腩，吸脂，哺乳期，下肢肥胖，月瘦20斤，身材管理，超瘦，美，微胖，营养师，代谢，饮食习惯，燃脂，人鱼线，肌肉男，老板腰带再打个眼，夜跑，紧身衣，计步器，自律瘦身，小腿腿，杨柳腰，瘦身食谱，精致小脸，甩脂肪，减肥零反弹，，不运动，不节食减肥法，塑形紧致，双下巴，啤酒肚，低脂、健康、安全、不反弹、全营养、不挨饿、不运动、不节食、不忌口，应酬喝酒，宵夜，垃圾食品，办公族，熬夜，小v脸 曼妙S 筷子腿 走路带风 楚楚动人 锁骨，窈窕S形，锁骨养鱼，马甲线，背薄如纸，反手摸肚脐，蜂腰肥臀，翘臀，

图 1-8 与减肥相关的关键词

这些关键词非常重要，如果你是做护肤品的，那你不能像图 1-8 一样，找到护肤类的所有标签？这里，只是以减肥为例，在具体操作时，读者可以根据自己的领域定位找出关键词，进行用户的标签化。

1.1.3 人设定位

人设是什么意思？人设就是抖音粉丝通过账号中的内容感受到的你的性格、情感和价值观。

抖音上常见的人物性格特征分析，有狂热、励志、率真、原生态等。原生态特别好理解，就是展现一个原生态的人物。当然，并不是说农村的都是原生态的，城市里的人，用 vlog (video blog 或 video log，视频记录、视频博客、视频网络日志) 记录工作状态，也是一种原生态。

所以，人设是能够给你带来流量和转化或者进行带货的基础，一个清晰的人设，能让你很好地进行卖货、带货。大家一定要记住这句话：“超强的人设能带货，专业的人设能卖货，模糊的人设只能娱乐。”对于模糊的人设不再举例了，在抖音上做内容的，没有专业学习抖音号运营的，99% 都是模糊的人设，他们就是今天发跳舞的视频，明天发唱歌的视频，后天发逛街的视频，没有一个清楚的人设定位，很难吸引到粉丝，也很难去卖货。

超强的人设能带货，怎么理解呢？大家看一下图 1-9 所示的 3 个案例，第 1 个案例就是超强的人设——李佳琦。李佳琦推荐什么卖什么，这就是超强的人设，这是一个已经形成了网红品牌的人设。

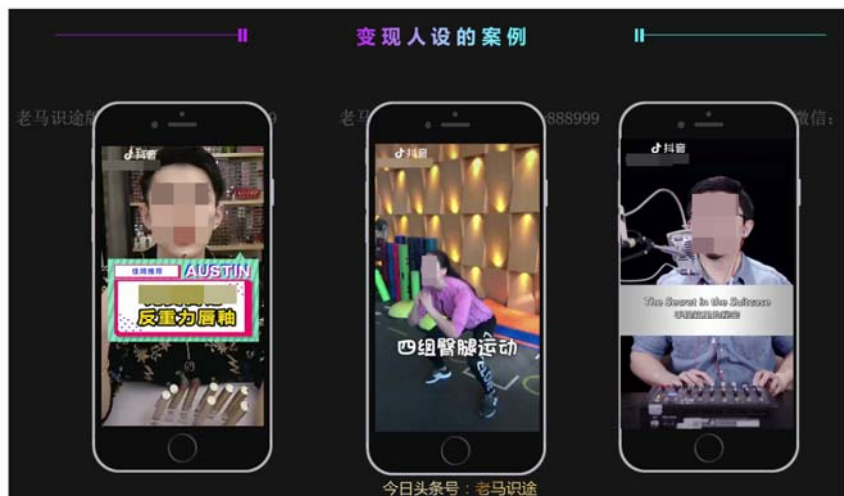


图 1-9 变现人设的案例

超强的人设有一个基本的特征，就是他形成了一种风格。有的人会说：“像李佳琦这类风格的，我又发现几个。”这就说明人们已经给李佳琦贴上了某个类别的标签，这就是超强的人设。

下面讲专业的人设，专业的人设就是在专业细分领域里做得非常棒。比如，图 1-9 中间这个案例，是我们的学员大娇。她告诉大家“我从 210 斤能减到 120 斤，我的减肥方法对你一定有用”。所以她通过直播健身房运动，包括现在我们告诉她的生活场景的植入，来树立专业的减肥人设。

为什么要植入生活场景呢？因为你每天只去锻炼，你有人设吗？你有情感吗？你有价值观吗？没有。但如果把你的生活展现出来，你的家庭生活很和睦，你和老公很恩爱，你很爱孩子，你给婆婆过生日，别人就能从你的内容当中推断出你是一个真诚朴实的人。

图 1-9 中的第 3 个案例是一个教英语的账户，他教英语很专业，也是一个专业的人设，所以他做培训，卖货能力也特别强。

人设是一个抖音大号必须要具备的，因为一个账号的号召力很大程度上来自于它的人设。

那么，抖音账号如何做好人设呢？下面就以情景剧或搞笑段子形式的抖音号为例进行说明。情景剧或搞笑段子形式的抖音号往往只有剧情，没有一个长期稳定的人物设定，所以个人 IP 打造方面有所欠缺，这样也会影响账号的卖货能力和带货能力。这类账号可以重点从 3 个方面进行人设规划。

第 1 个是外形特征的抓取。比如，有一个做抖音情景剧的姐弟在外形特征上他们定位的是大嘴姐和龅牙弟。专业人士看了他们的视频后，为他们重新做了外形特征的规划，建议他们俩可以打造大嘴姐、大嘴弟这样的形象定位，因为他们确实是



亲姐弟，而且具备嘴比较大的特点。

如果外形特点定位在大嘴，那么在做内容的时候，嘴型要夸张，强化大嘴这个标签。经常用一些特写镜头来表现、强化这个特征，同时可以通过放慢语速来配合画面。所以，外形特征的定位，一定是从自己身上寻找特点，包括性格特征也是如此。只有从自身出发才能拥有独特性，切记不要看别人某个特点很火就去模仿，如果不属于自己的，那就没有任何意义。

第2个是人设中性格特征或行为特征的定位。人物性格在人设定位中占到80%，因为人物的性格往往决定了粉丝的互动性，有的人内心善良，有的人言语幽默，有的人积极正能量，也有的人呆呆的很单纯，不同的性格往往形成独特的人格魅力。

性格特征定位第1个要注意的是，不能拿普遍的性格特征作为主要人设，比如善良、可爱等。所有人都具备的就缺乏个性。比如，从和某个学员聊天中了解到她特别善于表现自我，这个可以放大作为人设。对于善于表现自我这一性格特征，我们再分析一下具体内容的应用，当被夸赞时，就洋洋得意，这就是善于表现自我，所以在做内容的时候，可以对此进行强化。

性格特征定位第2个要注意的是，剧情中人物的人设一定要形成反差。比如，姐姐的人物设定为嘴大的大龄剩女、善良、爱表现（只要被夸赞就得得意忘形，丧失警惕……），弟弟的人物设定为阳光、懒惰、爱幻想、装成熟。在故事情节当中，以人物设定为基础，情节就是弟弟白，姐姐黑；弟弟聪明，姐姐愚笨。也就是说，在每一个段子当中，一定是内容和人的性格特征相吻合且具有反差。如果没有一个固定的人设，每条内容里都是混乱的人设、模糊的人设，就不利于长期的个人IP的形成。

三是在内容里进行具体体现。以装成熟的人物性格特点为例，怎么做内容呢？比如，弟弟经常对生活发出一些感慨，但是自己没经历过，所以经常被姐姐打击。再比如，辅导单身姐姐恋爱心法，说得头头是道，然后姐姐说了一句话“我记得你从来没有过女朋友呀”，弟弟就被打击得体无完肤，被揭了老底。两个人拍段子一定是一反一正，这样才能形成强烈的反差和反转。

以上例子告诉大家应该怎么去思考，大家可以结合自己的特点规划人设。人设必须自己确定，因为自己的性格只有自己知道。人设确定好了，做内容的时候才能和人设结合，在视频中把这个人设体现出来。

1.1.4 内容定位

内容的定位有3个原则，第1个是在领域里做内容的细分。什么叫细分？有人说需要亲子方面的粉丝，做亲子教育可以吗？亲子教育分很多种，0~3岁、3~6岁、孩子敏感期教育、孩子感觉统合教育、孩子叛逆期教育和青春期教育，这主要是从年龄上分类。还有很多其他分类，如孩子如何读绘本、孩子如何玩玩具、孩子如何



学数学、孩子如何锻炼思维、孩子如何速记、孩子如何写作文等。

这么多的细分内容，只有围绕一个细分类目做内容，才能吸引更多垂直、更精准的粉丝。这个细分内容一定是从要卖的货（即你的产品）出发确定的。

第2个是心电图式的热门布局，内容矩阵一定要先定位好，做好了内容矩阵，上热门的机会才会变大，卖货、带货的效果也会变得更好。

第3个是围绕产品做精准的内容，进行超强的转化。这个在1.1.1节中已经讲过，不再赘述。

抖音是以内容为王，所以千万不要以为做抖音就是拍摄和剪辑。内容只做出来不行，还得让用户愿意看下去，并产生共鸣。那么，究竟如何做内容呢？

可以从情、趣、用和品这4个维度，做用户喜欢的内容，进而达到上热门和粉丝增长的目的。

“情”指的是有内容、有情绪、有情感，触发抖音粉丝的情绪，引起共鸣，达到传播效果。凡是能够引起共鸣的内容，都会获得非常多的点赞和评论。那么从哪几个角度出发去引起共鸣呢？经历、职业和身份等，这些都会引起别人的共鸣。比如，说你讲的经历，用户曾经也经历过，那么就会引起用户的同理心，进而引起共鸣。

“趣”指的是内容要有趣。有趣是内容制作的一个基本原则，抖音是一个记录美好生活的平台，记录美好生活就是要把生活当中既有趣又有料的事情展示出来。所以，我们做的内容到底哪里有趣？语言方式有趣吗？拍摄的形式有趣吗？剪辑有趣吗？故事情节有趣吗？这些都值得思考。

“用”则是指内容有用、有料，能用得上。关于有用，需要强调一点，就是你的知识要落地，你的内容要对别人有帮助，也就是要有价值。比如，大部分的护肤带货账号，都夹带着一些生活当中的护肤技巧、护肤品的应用场景，这些能够帮助别人改进日常护肤盲点，所以它对别人是有用的，能够用得上的。

“品”是指内容是有价值观的，如果整个账号内容没有一个正确的价值观，那么这个账号很难长久运营下去。所以，不鼓励那些整蛊的、负能量的，或者是没有正向价值的垃圾内容。“品”其实侧重的就是三观要正。我们经常看到抖音上那些励志、公益的内容，会获得非常多的点赞量，这就是三观正，这才能被人认同。

1.1.5 展现形式定位

展现形式主要有9种类型可以借鉴。

第1种是图文形式。翻转字幕的形式就属于图文形式。情感、读书、技能和知识输出类的账号适合采用这种形式。

第2种是录屏形式。比如，把教学技能录屏下来，然后教给大家，这就属于录屏的展现形式。技能类的录屏形式通常偏实操性。还有一些情感类的内容，如两个人的微信对话，也可以采取录屏的形式录下来。

第3种是街访形式。街访就是街头访问。用街访形式的一般都是本地信息号，



笔者在成都做了个成都信息号，展示成都本地的一些事情，如在街头访问关于谈恋爱的事情，这样去吸引本地更精准的粉丝进行导流。

第4种是剧情形式。很多搞笑、段子类的，包括情感类的账号一般采用剧情展现形式。

第5种是情景再现形式。情景再现形式的内容最近也增长了很多，比如一些80后的账号，再现了20世纪80年代的一些事物：穿着喇叭裤、带着红军帽、骑着自行车等。这种回忆式的情景再现让人觉得很有意思。

第6种是特效形式。很多创意类、技术类的账号，一般会使用这种形式。

第7种是讲授形式。比如，讲知识、脱口秀，站在那讲、坐在那讲、走动着讲、边运动边讲、边做事情边讲，讲授的具体形式比较丰富。

第8种是话剧形式。这种形式一般都在摄影中展现，这影像是怎么拍的？就是有一个人在旁边给你作记录。

第9种是视频博客形式。这是一种比较新的展现形式。视频博客就是现在常说的vlog，它就是做生活记录。这是一个很好的展现形式。

精彩的展现方式可以让你的视频锦上添花，下面举两个例子。

第1个案例是脱口秀视频，脱口秀只是在屏幕上说一段话吗？现在脱口秀的形式已经非常丰富了。比如，一个小女孩在走，另一个人在问她关于减肥的事情，然后她做了回答，这是用一问一答的形式做脱口秀。也可以做成自己问自己答，一个人扮演两个角色。

第2个案例是讲在两周内如何减肥的视频，它用翻转字幕结合了视频，每一个视频都像在一张图片上不断地进行变换。这个视频出来了，做两个动作，翻过去一页，又到一个视频上做几个动作。所以，要用丰富的展现方式让视频锦上添花，多种形式融合在一起，内容更丰富，才更容易上热门。

抖音号等于什么？笔者总结了一个公式：抖音号 = 设定的人物性格 + 变现方式 + 领域内容 + 展现形式。

你用什么方式把人物性格和产品所演变成的内容展现出来，这就是你的抖音号。所以，我们一定是从变现方式和产品出发，确定个人的性格特征，规划领域的内容，然后用最适合的展现形式表达出来，或者用最丰富的展现形式表达出来。

那么，究竟怎样判断定位是不是成功的呢？给大家讲一个例子，比如你是讲销售的，你用幽默的形式讲，所以你的定位是个幽默的营销专家。别人能够给你这样的标签，就说明你成功了。

你的定位就是你在别人心目中的印象，定位成功就是粉丝向别人推荐的时候，知道怎么推荐你。如果你发的内容乱七八糟，没有一个统一的定位，别人推荐这个号时，也没办法表达清楚这是个什么样的号，那就说明你的定位失败了。

养号的初期，内容一定要在细分领域范围之内，如果超过了这个范围，就不会养出一个垂直的抖音号。在此基础上，你可以考虑内容质量占比多少，展现形式丰



富不丰富，人物有没有鲜明的特点。

如果你掌握了很多知识，内容非常接地气，而且能够解决别人的痛点，那么，即使你不会搞笑、不会幽默、不会说段子，也可以直接在镜头前讲。虽然你的展现形式很单一，但是内容占比非常高，这样也是可行的。

1.2 做好定位实操

了解了5维定位法，下面结合5维定位法来做定位实操。

1.2.1 切割定位法

抖音定位是核心中的核心，其中有一个领域定位，90%的企业布局的账号都是多领域的，这样做虽然不算错，但却缺失战略性。如果做抖音多账号矩阵，建议做一个细分领域，如彩妆、母婴或者车品等，几十个账号都做一个领域。

大部分抖音矩阵账号分散在不同领域，这样做有什么缺点呢？产品分布广泛，用人较多，增加管理难度；品类多，账号内容运营精力分散，不容易出爆款热门；对接商品渠道分散，供应链管理混乱；账号类目分散，没有爆款账号，进不了品类热门销售排名榜单，没有影响力。

抖音多账号矩阵做一个细分领域的好处是：一是更集中地培养运营和出境人员，更容易裂变复制；二是更容易形成账号优势，对供应链有谈判优势；三是更容易形成矩阵效应，占领细分领域排名，更具有品牌效应。

所以说，切割细分领域对一个公司来说更具有战略意义。旗下几十个账号在一起一定会在一个细分领域内有一定的带货能力。做到第一才有品牌效应，做到第一才有供应链优势。集中深挖一点，才更具有战略价值。千万不要多点布局，分散撒网，抱着投机心态，想撒大网捞大鱼，是不可取的。

切割领域能够带来许多好处，那么如何进行切割定位，快速做出一个占领细分品类的抖音号呢？可以从品类切割的角度来进行。

举个例子，李佳琦被称作“口红一哥”，如果想要做口红就很难超越李佳琦，所以要从其他方向进行切割。例如，定位于适合校园的口红、高性价比口红、淘大牌口红、情侣口红和诱惑人的口红等。通过品类切割的理念，从口红品类当中切割出一个细分的内容，专注地做这类的商品，从而实现弯道超车，创造出一个新的品类，并做到这个新品类抖音带货销量的前列。

对一个细分市场进行布局，当你占领了一个细分品类的时候，自然就会有很高的知名度。这就是一个快速占位、快速突破的非常好的抖音带货布局方法。总之一句话：宁做鸡头，不做凤尾。在小品类或细分品类中，快速地占领抖音粉丝心目中的第一位。

前文提到的5维定位法，每一个维度的定位当中都可以用细分切割的方式，切



割出一个细分领域。

1.2.2 万能定位公式

很多人做抖音最大的困惑是不知道如何定位，如何去做内容。下面给大家总结一个能够解决抖音任意领域定位问题的万能公式，这个公式就是：产品 + 目标用户画像 + 内容化呈现 = 精准涨粉。

第 1 点是产品。产品是精准变现的基础，没有产品，就没办法在抖音上形成一个变现的闭环。所有的内容都要以产品为中心，从产品出发倒推内容。产品决定了你应该面对哪些用户。

第 2 点就是目标用户画像，围绕产品来作目标用户画像。比如，做护肤品的目标用户是谁，做小学教育的目标用户应该是多大年龄的家长，做农业机械的应该面对什么样的人群。为什么要说目标用户画像？就是让你明白，自己到底是面对终端的顾客做零售，还是面对那些中间商做批发。目标用户有所变化，内容肯定要跟着变化。

第 3 个就是内容化的呈现。什么叫做内容化的呈现？通过产品，找到了目标用户，给目标用户进行了画像，了解目标用户喜欢什么需要什么，以及产品能给目标用户带来什么样的好处，再结合生活场景充分表达出来产品优势，这就是内容化的呈现。

就拿灯饰来说，如果拍的各种灯都没有任何的作用，就无法吸引精准粉丝。你要把它内容化，假如你是做垂直的灯饰和家装相关的一些内容，发了一条“客厅里最不应该装什么灯？”然后就写了客厅里最不应该装的就是水晶灯，因为在擦洗的过程中会累折腰等缺点。长期输出这样的内容和家装进行结合，并与家里的摆放进行结合，这才叫内容化。

要把你的产品和目标用户整合到一起，形成内容。比如正装修的房子，一定需要挑选灯，你要知道这部分目标用户需要什么样的内容。你就讲解什么样的场合应该用什么样的灯和怎么避开家装的一些坑。比如，灯带是客厅中最不应该装的，因为客厅不可能装成 KTV。还有书房应如何选择灯饰？将灯具的一些养护知识、用电的知识和家居装饰结合，这样才能形成一个容易被关注的内容体系。

抖音短视频也好，微视也好，还有西瓜视频等平台，都是以内容为主的，所以用好了这个公式，就能够吸引精准的粉丝，实现快速涨粉。

1.2.3 单条内容的定位

我们经常说，做任何事情都要有目标，因为有了目标，才会知道运营方向。比如，你做一个抖音账号可能会考虑以下这些内容。

（1）你可能想成为网红，未来接广告，甚至走向综艺、影视的发展方向等。



（2）你是个体，还是企业？你想怎样在抖音上进行品牌宣传，或者是引流到其他平台？

（3）怎样用抖音直接卖货赚钱？

这些内容和你做这个账号的目标和定位有关，那么单个的视频内容有定位吗？答案是有，而且必须要有。

每个抖音短视频都有目标，具体如下。

- （1）上热门提高播放量。
- （2）完善人设。
- （3）维护账号的垂直内容。
- （4）涨粉，提高播放关注比。
- （5）卖货，提高转化率。

没有目标的内容是为什么服务的？哪怕是为了凑数发一条，也要有目的存在。所以，虽然很多人学会了视频拍摄和剪辑，但是 90% 的人还没有学会抖音账号的运营和粉丝运营，这样就浪费了大量的机会。

只有清楚每一全视频的运营目标，才能做好有针对性的内容，才能有的放矢，这样的账号才能快速地实现目标。

1.2.4 抖音定位案例展示

你还在为母婴店没有顾客而发愁吗？

你还在为儿童玩具店卖不出玩具而发愁吗？

你还在为开的幼儿教育机构顾客越来越少而发愁吗？

只要通过抖音做好精准定位，这些问题就会迎刃而解。下面，就以亲子领域为例，介绍精准定位的问题。

在抖音上做亲子领域的账号非常多，怎么定位自己的短视频呢？为什么发了那么多视频，没有几个人关注呢？亲子领域如何定位才能脱颖而出？对于定位问题应该考虑两点：第一点是一定要细分、再细分领域，这样你的粉丝才能精准、再精准。你越细分，就越能得到更多的流量推荐。第二点是在细分的基础上分出一个垂直的市场。

所以说，一定要在一个大领域当中切分出自己的一个小领域，而且还和你的产品越来越接近。

第2章

19 条黄金法则：建号养号展现带货标签

学 前 提 示

对于抖音电商运营者来说，要想提高自身的卖货能力，就得在建号、养号的过程中展现带货的标签，让抖音用户一看就知道你是做什么的。

本章，笔者将结合建号和养号 19 条黄金法则，详细解读如何在抖音号中更好地展现带货标签。

要 点 展 示

- 5 个设置，创建个性账号
- 9 个动作，抖音加权必做
- 5 种行为，抖音降权必躲





2.1 5 个设置，创建个性化账号

一个优质的、有个性的抖音号由哪些部分组成呢？笔者认为主要包括名字、简介、头像、资料和头图。图 2-1 所示为一个学员的抖音号，图片中最上面的部分就是头图；头像部分放置的是他的个人形象照；账号的名字叫王桥通；简介部分写的是“请记得：早起……找我”；而简介下方是他的个人资料。



图 2-1 学员抖音号展示

那么，抖音号的这 5 项内容要如何来进行设置呢？这一节，笔者就对这个问题进行重点解答。

2.1.1 名字

给抖音号取名字的第 1 个要求就是要起一个包含个人 IP 的名字，就像一个学员，抖音账号名称叫“刘大禹”，这就是含有个人 IP 的名字。因为做抖音，打造 IP 是首要目的。

第 2 个要求是要起一个包含细分领域、垂直定位的名字。比如，你要做减肥类内容，而且是关于食疗减肥的，你完全可以起个“减肥食堂”的名字。这个名字就进行了领域的细分。

第 3 个要求是起一个比较有特点的名字。有特点的名字特别多，重点是要跟自身的特点相契合。

第 4 个要求是如果你是实体店或者企业，你可以起一个具有地域特征的名字，如“成都吃客”，很多成都本地的人看到这个名字就会关注。

第 5 个要求是起一个有趣、有料、既好记又好搜的名字。比如有一个学员的名字叫“培泥老师趣解数学”，这个名字很好，既含有个人 IP，又包含了定位方向，还有细分领域：趣解数学。

大家在实操的过程中要注意什么呢？第1个要点是不要起违反规定的名字，如抖音禁止的词汇，用这些词汇起名字是无法通过的。

第2个要点是起一个好搜的名字。首先，名字中不要有生僻字。其次，不要用一些符号加字母加表情的名字，这种名字是很难被搜索到的。

第3个要点是名字要有唯一性。不要搜了一个名字，下面有很多人都叫这个名字，这样就很难从中区分并找到你了。

讲到这里，有的人可能想要改一下抖音名字，那要怎么来操作呢？下面就简单地介绍一下修改名字的操作步骤。

步骤 01 打开抖音 App，进入“我”界面，点击界面中的“编辑资料”按钮，如图 2-2 所示。

步骤 02 进入“编辑个人资料”界面，选择“名字”选项，如图 2-3 所示。



图 2-2 点击“编辑资料”按钮



图 2-3 选择“名字”选项

步骤 03 进入“修改名字”界面，在“我的名字”文本框中输入新的名字，点击“保存”按钮，如图 2-4 所示。操作完成后，返回“我”界面，只要审核通过就可以看到修改后的名字了。

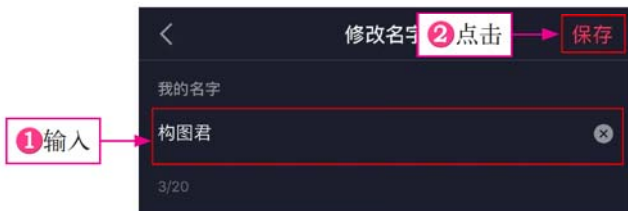


图 2-4 “修改名字”界面



2.1.2 简介

简介的主要作用是表明身份，建立与粉丝之间的联系，介绍账号的主要内容。如图 2-5 所示“碎嘴许美达”的简介就传达了很多信息，有运营者的生活态度，有自身新书的宣传，也有直播时间及直播内容等。



图 2-5 抖音账号简介案例

很多人写简介最大的误区就是想立刻建立连接或者进行营销。有一部分运营者在写签名的时候，喜欢这样来写简介：“我是卖什么的、我是做什么的、我能给你带来什么效果”。其实开始的时候，你没有多少粉丝，应该多阐释一些有趣、有料的事情，让大家感觉你这个人很有意思，然后再去改签名。

笔者并不建议在最开始的时候就留下联系方式，因为这个时候根本没有人去加你。当你火起来、有粉丝咨询你的时候，再留下联系方式也不迟。

另外，在写简介时一定要遵守规范，因为简介中若有错别字是能被识别出来的，这样会导致你的简介审核不通过。

修改简介的具体操作步骤和修改名字相似，只要在图 2-3 所示的“编辑个人资料”界面中选择“简介”选项，并进行修改就可以了。

2.1.3 头像

抖音账号的头像也需要有特点，必须展现自己最美的一面，或者展现企业的良好形象。在抖音“我”界面中，可以通过如下步骤修改头像。

步骤 01 进入抖音 App 的“我”界面，点击界面中的头像，如图 2-6 所示。

步骤 02 进入图 2-7 所示的头像展示界面，点击下方的“更换”按钮。

步骤 03 弹出如图 2-8 所示的选择头像修改方式对话框，用户可以通过“拍一张”或“相册选择”的方式修改头像。这里以“相册选择”为例进行说明。

步骤 04 执行操作后，从相册中选择需要作为头像的图片，如图 2-9 所示。



图 2-6 点击头像

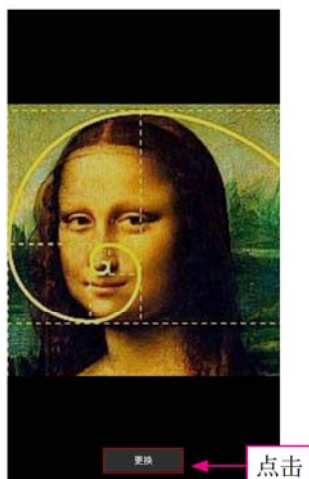


图 2-7 点击“更换”按钮

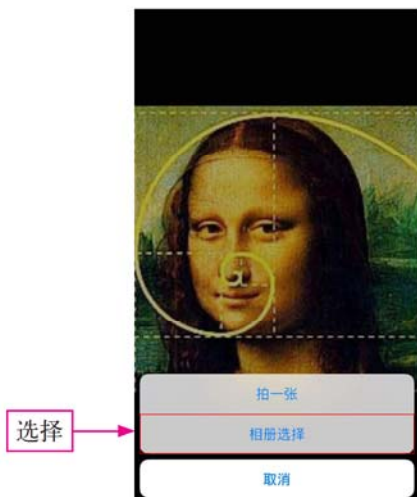


图 2-8 选择“相册选择”选项



图 2-9 选择需要作为头像的图片

步骤 05 进入“裁剪”界面，对图片进行裁剪后，点击下方的“确定”按钮，如图 2-10 所示。

步骤 06 操作完成后，返回“我”界面，即可看到修改后的头像，如图 2-11 所示。

在设置抖音头像时有 3 个基本注意事项，具体如下。

- (1) 头像一定要清晰。
- (2) 个人账号一般使用肖像作为头像。
- (3) 企业账号可以使用代表人物形象作为头像，或者使用公司名称、logo 等。



图 2-10 点击“确定”按钮



图 2-11 修改后的头像

2.1.4 资料

有人问：“老师，资料里的毕业学校，该怎么填？”抖音中填写的毕业学校应该跟你现在要做的领域相关，也就是说，如果你的毕业学校跟你现在要做的领域无关，最好是不填。其他的资料，如性别、生日和地区，不再细讲，这些内容都很好填。需要注意的是，这些内容一定要填写，因为资料完整会提高账号的权重。

和修改名字相同，只要进入“编辑个人资料”界面，选择相应的内容，便可以完成相关资料的修改，这里就不再赘述。

2.1.5 头图

有的人认为头图可有可无，笔者认为这个想法是错误的。先来看一个只用抖音默认头图的抖音号案例，如图 2-12 所示。



图 2-12 只用抖音默认头图的抖音号

看到这个抖音号的头图之后有什么感觉？是不是觉得这样很不好看，而且总觉得少了些什么？

其实，随便换一张好看一点图片，也比用抖音的默认图片好。而且，抖音号头图所在的位置也是一个很好的宣传推广场所。

可以通过在头图位置插入带有引导性的话语，来吸引抖音用户的关注，如图 2-13 所示。



图 2-13 通过头图引导关注

除此之外，还可以利用头图展示抖音号的业务范围，从而达到吸引顾客的目的。

那么，如何更换头图呢？下面就介绍一下具体的操作步骤。

步骤 01 进入抖音 App 的“我”界面，点击界面上方头图所在的位置，如图 2-14 所示。

步骤 02 进入如图 2-15 所示的头图展示界面，点击下方的“更换”按钮。



图 2-14 点击头图所在的位置



图 2-15 点击“更换”按钮



步骤 03 弹出如图 2-16 所示的选择头图修改方式对话框，用户可以通过“拍一张”或“相册选择”的方式修改头图。这里以“相册选择”为例进行说明。

步骤 04 选择“相册选择”选项之后，从相册中选择需要作为头图的图片，如图 2-17 所示。



图 2-16 选择“相册选择”选项



图 2-17 选择图片

步骤 05 进入如图 2-18 所示的“裁剪”界面，在该界面中可以裁剪头图并预览头图展示效果。裁剪完成后，点击下方的“确定”按钮。

步骤 06 操作完成后返回“我”界面，如果头图完成了更换，就说明头图修改成功了，如图 2-19 所示。



图 2-18 “裁剪”界面



图 2-19 头图修改成功



在头图修改的过程中，若要获得更好的展示效果，就需要适当地对图片做一些修改。比如，用户在操作时没有太注重图片的裁剪，导致最后显示出来的效果，有一些文字被遮挡了，没有显示出来。这时，我们就可以调整图片的位置和大小，使上面的内容可以完全呈现出来；或者也可以直接调整文字的位置和大小。

2.2 9个动作，抖音加权必做

账号权重是指平台内的某一项数值，这个数值会影响账号及其作品的曝光、初始流量等。而加权则是指增加账号权重，增加账号权重可以使账号或作品获得更高的初始推荐，从而获得更多的流量，增加其上热门的机会。

除了加权之外，还有降权，它的主要意思是降低账号权重。如果运营者做出一些违反平台规则的行为，就可能会受到降权的处罚，如降低账号及作品的曝光等。

所以，为了提高抖音号的权重，在完成建号之后，可以通过下面9个动作来进行加权。

2.2.1 动作1：用流量登录几次

第1个抖音号加权动作是用流量登录几次。大家记住了，这个动作必须要做。你手机如果使用Wi-Fi（无线网络通信技术）的话，那么在养号阶段，适当地用流量刷几次抖音就可以了。比如，用流量刷刷首页，看看内容之类的。

2.2.2 动作2：刷首页推荐同领域内容

第2个抖音号加权动作是刷半个小时的首页推荐，找到同领域的内容。有的人说：“看不见同领域的内容怎么办？”假如你做的是非常冷门的领域，这个领域不一定能得到首页推荐，那么你可以搜索这个领域的关键词。

比如，做家纺的，可以搜家纺、被罩、窗帘、被单、枕头等关键词，如图2-20所示。通过搜关键词，找到相关的内容，然后点击进去观看就可以了。

2.2.3 动作3：翻一翻抖音的热搜榜单

第3个抖音号加权的动作是翻一翻抖音的热搜榜单。在抖音的搜索界面中有一个“猜你想搜”板块，该板块会显示一些抖音用户近期经常搜索的内容，如图2-21所示。翻看该内容，可以了解现在抖音用户感兴趣的内容主要有哪些，然后通过将这些内容和自身定位结合，打造更能吸引粉丝的抖音视频。

2.2.4 动作4：让同城推荐记住你的位置和领域

第4个抖音号加权的动作是刷同城推荐。哪怕同城上没有同领域的内容，你也要刷一刷、看一看。这能够让系统记住你真实的位置，避免误判你是一个虚拟机器



人。因为机器人的操作，系统是严格打击的。

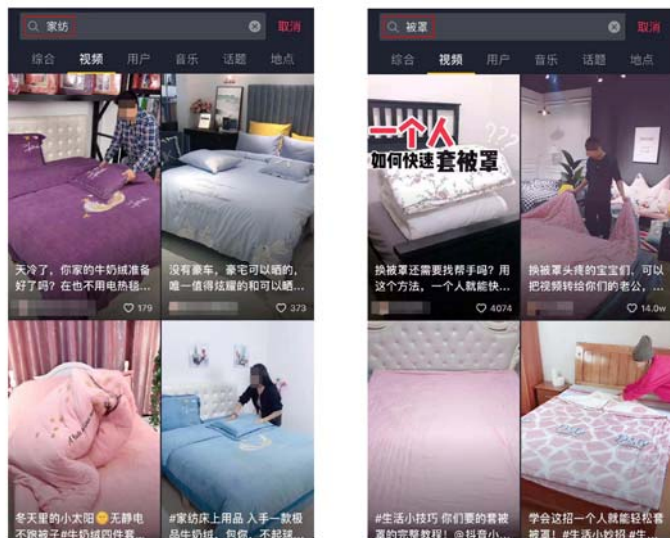


图 2-20 搜索关键词



图 2-21 “猜你想搜”板块

进入抖音 App 之后，可以看到界面上方有一些板块，显示了具体城市名称的板块就是同城板块，如点击“长沙”，便可以进入如图 2-22 所示的同城界面。

同城界面的上方通常都会出现同城直播，向上滑动页面，还可以看到许多同城的抖音短视频。另外，系统会根据你所在的位置自动进行定位。如果定位不正确，或者需要将地点设置为其他城市，可以点击“切换”按钮进行选择，让系统记住你的位置。

2.2.5 动作 5：看一看同领域的直播内容

第 5 个抖音号加权的动作是看同领域的直播。这个可以做，也可以不做。完成

这个动作很简单，直接进入抖音直播广场查找即可。其实，做这个动作，不只是能加权，还能让你通过他人的直播，学习到一些吸引抖音用户的经验和技巧，从而为你的卖货或者带货助力。

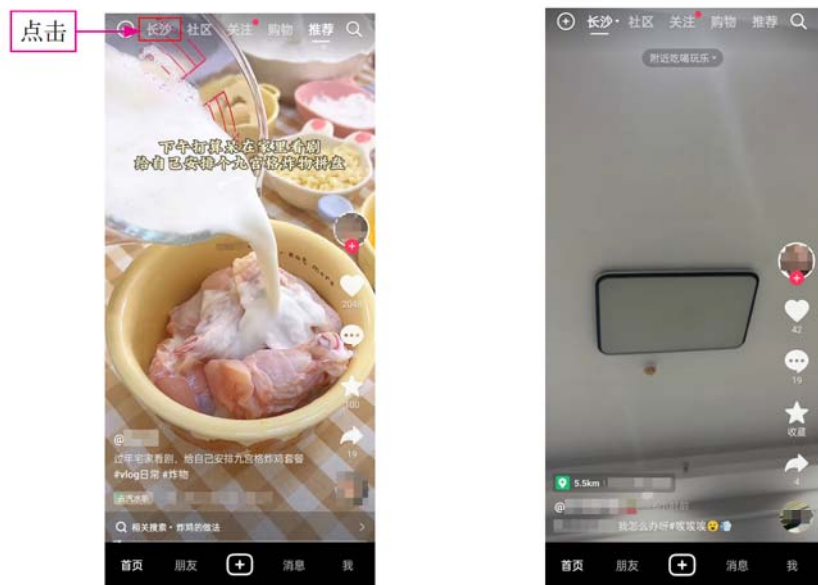


图 2-22 同城界面

2.2.6 动作 6：维持抖音的正常使用频率

第 6 个抖音号加权的动作是要维持抖音的正常使用频率。这个一定要记住，一个正常的人看抖音，不会一天看 12 个小时，之后就再也不看了。如果这样做，你的账号就会被系统判定为非正常运营的账号。

2.2.7 动作 7：不要频繁登录和退出多个账号

第 7 个抖音号加权的动作是不要频繁地登录和退出抖音账号。这个很好理解，一般来说，大多数人既然打开了抖音就会使用一段时间，即便是不用了，退出之后也不会马上又登录。因此如果你频繁地登录、退出账号，系统就会判定你的抖音号运营异常。

另外，需要说明的是，在抖音号的运营过程中，最好遵循 1 机 1 卡 1 号的原则。也就是说，1 个手机最好只用 1 张卡，然后在这张卡上，最好只注册和使用 1 个抖音号。

2.2.8 动作 8：点击查看抖音识别的好友

第 8 个抖音号加权的动作是点击查看抖音识别的好友。抖音系统可能在你注册



账号之后，根据你抖音号的关联账号识别到几个好友。比如，用户是用手机号注册的抖音号，所以用户我进入“消息”界面时，就会看到“推荐关注”板块中有一些根据手机通讯录推荐的好友，如图 2-23 所示。



图 2-23 “推荐关注”板块

这些被系统识别出来的好友，你可以通过点击“关注”按钮进行关注，然后吸引他们成为你的粉丝。

2.2.9 动作 9：持续稳定地登录抖音账号

第 9 个抖音号加权的动作是持续稳定地登录抖音号。需要注意的是，要用正常的频率去刷抖音内容，并且在养号的过程中，一定要看完同领域的一个视频之后再去点赞和评论，千万不要一看到同领域的内容就点赞。如果你总是还没有看完就去点赞和评论，系统可能会认为该账号是用机器人在后台操作，这样有可能面临降权，或者是被封号的处罚，这就得不偿失了。

那么养号要养到什么时候，要养几天？这里没有几天的概念，几天都可以。为什么这么说呢？如果你运营的是一个很广泛的领域，当你刷抖音首页的时候，一条条视频向下滑动，大概有 50% 都是同领域的内容，那么就可以结束养号了。

有的人运营的领域特别偏，可能整个抖音上也没有几个人发同领域的内容。那你就把这几个人发的内容找到，看一看，等抖音首页有 20% ~ 30% 是同领域的内容时，就可以结束养号了。

2.3 5 种行为，抖音降权必躲

在抖音运营的过程中，有一些行为可能会受到降权的处罚。因此，在运营过程中，特别是养号期间，一定要尽可能地避免这些行为。本节就介绍一下抖音降权必躲的 5 种行为。



2.3.1 行为 1：频繁更改账号信息

第1个抖音号降权必躲的行为是频繁地更改账号信息。这里所说的频繁地更改账号信息，不是指注册账号的时候。账号注册期间，你只要按照要求修改相关信息就可以了，这是不会影响账号权重的。

但是，如果你开始养号了，不要频繁地去修改抖音资料。因为你修改之后，是需要进行审核的，所以频繁修改会增加抖音相关人员的工作量，如果是人工审核的，那么就会对你的账号留下不好的印象。而且频繁地修改，也有可能被系统判定为运营异常。而抖音号一旦被判定为运营异常，就很可能被降权。

2.3.2 行为 2：同一 Wi-Fi 登录多个账号

第2个抖音号降权必躲的行为是同一 Wi-Fi 登录多个账号。当你用同一 Wi-Fi 登录多个账号时，系统就会知道你在同时运营几个抖音号，甚至有可能判定你是在用机器人进行多个抖音号的运营。这样很可能被判定为运营异常，并被降权。所以，一个 Wi-Fi 最好只登录一个抖音号，不要让系统误判了。

2.3.3 行为 3：养号期间随意地发视频

第3个抖音号降权必躲的行为是养号期间随意地发视频。养号期间抖音会重新审视你的抖音号权重，如果此时你随意发一些内容，而且这些内容各项数据都上不去，那么你的抖音号就很有可能会被降权。

2.3.4 行为 4：同一手机注册多个抖音号

第4个抖音号降权必躲的行为是用一个手机或者同一个 IP 批量地注册多个账号。前面讲过，一个手机注册多个账号很可能会被系统判定为运营异常而受到降权处罚。

2.3.5 行为 5：频繁地重复同一行为

第5个抖音号降权必躲的行为是频繁地重复同一行为，如频繁地发评论、点赞。有的人在养号期间给人家评论的时候，为了图省事就一直评论两个字“很好”，若频繁地输入这个词，系统就会把你误判成机器人，而对待机器人运营抖音号这种行为，系统很可能会做出降权处罚。

