

新媒体短视频营销

一、短视频是一场注意力经济争夺战

1，受欢迎短视频的三个底层逻辑

(1) 马斯洛需求层次理论

(2) 编程思维

(3) 稀缺价值

2，爆款短视频遵守的四有原则

(1) 有价值，有意义，有趣味，有共鸣

二，打造个人 IP---卖人设就是卖自己

1，Swot 法找到自我定位

三，建立一个抖音账号

2，创作内容的“避坑指南”

3，抖音号的主页装修

4，养号的基本规则

5，短视频创作选题 555 思考路径

6，吸睛标题，对号入座

四，拍摄技巧运用

1，拍摄中的5大景别，八大运镜拍摄手法

2，分镜头的运用

3，脚本的撰写

4，剪映的使用

5，变现模式：短视频+直播+社群运营

新媒体文案写作

一、好文案的标准

1，达标目标-----达到逾期目标

(1) 销售文案的特点

A，明确的商品买点

B，立刻购买的理由

C，明确的购买引导

(2) 品牌文案的特点

A，展示品牌形象特点

B，展示品牌精神面貌

C, 带点品牌宣传

2, 用户有感

(1) 相关: 引起关注

(2) 具体: 有画面感

(3) 情绪: 传播情绪

二, 海报的标题怎么写?

1, 与你相关

(1) 卖点+收益点

2, 解决痛点

(1) 痛点+解决方案

(2) 数字+解决效果

三, 公众号的写作思路

1, 说什么, 对谁说, 怎么说

2, 卖点的选择

(1) 用户关注

(2) 竞争对手做不到

四, 公众号的标题怎么写

1，制造对比：让你的标题充满戏剧性

(1) 常态+非常态；之后+之前；同类人群

2，满足好奇：激发人们的点击冲动

(1) 全新概念

五，结尾的选择

1，损失厌恶，

2，下意识动作