

短视频与直播营销

操盘老师：刘华鹏（1~2 天）

【课程收益】

- (1) 掌握短视频定位、内容创意、设计制作和拍摄的相关技巧；
- (2) 掌握短视频平台规则、发布、养号、站内外传播引流技巧；
- (3) 现场分小组沙盘模拟、实操演练，进行短视频创作 PK 大赛。
- (4) 掌握线上直播带货的前期策划，传播引流相关方法和技巧；
- (5) 掌握线上直播带货开场、内容讲解、产品软植、互动交流技巧；
- (6) 掌握不同产品线上直播带货的方法、直播成交的方法和技巧。

【课程形式】

- (1) 分组学习（每组 6~8 人），分组积分，优胜小组最好有小礼物；
- (2) 理论讲解（1/4 是理论），深入浅出，刘老师富有激情和互动性；
- (3) 案例分析，每一讲都会有一个比较完整且深入的本行业案例分析；
- (4) 提问互动，就案例进行启发式提问互动，挖掘背后可用的方法论；
- (5) 工具应用，课程中尽可能给学员能够直接应用的工具和数学模型；
- (6) 角色演练，刘老师给定具体场景和要求，现场进行角色扮演演练；
- (7) 复盘总结，课程结束时利用 1 小时进行学习成果总结，输出 SOP；

【课程大纲】（可根据具体需求进一步针对性微调大纲和案例）

第一部分：课程讲解互动

一、短视频营销实训	
课程模块	课程内容
第 1 讲 搞准定位，定位决定短视频价值	(1) 商业定位，规划好短视频流量变现的方式 (2) 内容定位，利用九宫格场景模型圈定内容 (3) 风格定位，基于行业和企业性质确定风格 (4) 表达定位，真人口述/场景应用/情景故事 (5) 人设定位，充分放大表达者合规的差异点
第 2 讲 创意无限，刺激受	(1) 情感共鸣法 (S)，引起用户共鸣的 6 种创意方法 (2) 激发好奇法 (C)，刺激用户好奇的 6 种创意元素

众心理满足点	<p>(3) 心理落差法 (D) , 制造用户心理落差的 4 种手段</p> <p>(4) 认知冲突法 (C) , 引发内容冲突的 4 大创意维度</p> <p>(5) 欲望刺激法 (D) , 刺激用户欲望的 4 种创意手法</p>
第 3 讲 剧本为魂, 创作魔性的内容文案	<p>(1) 真人演示, 构建视觉观赏性, 条理顺序清晰得当</p> <p>(2) 使用体验, 感受的前后对照, 体现出一定的反差</p> <p>(3) 情景故事, 三幕剧前后反转, 增强内容的代入感</p> <p>(4) 视频配音, 基于内容配文字, 尽可能幽默有文采</p> <p>(5) 图片快闪, 蒙太奇表达方式, 让内容更显层次感</p>
第 4 讲 拍摄制作, 短视频亦能有大片感	<p>(1) 镜头聚焦, 局部放大, 不拍远景, 只拍近景</p> <p>(2) 细节特效, 小题大做, 不求完美, 只求个性</p> <p>(3) 音乐震撼, 巧借名人, 内容热点, 节奏紧凑</p> <p>(4) 开头特写, 直接高潮, 剧情反转, 结尾特效</p> <p>(5) 剪映短视频编辑工具应用及现场作品剪辑演示</p>
第 5 讲 推广传播, 打造百万吸金流量池	<p>(1) 账号设计, 抖音账号设计与优化、构建矩阵</p> <p>(2) 清晰规则, 短视频热门推荐算法、规避禁忌</p> <p>(3) 连环技法, 发布后的四大神操作、铺垫流量</p> <p>(4) 先养后爆, 短视频养号操作流程、注意事项</p> <p>(5) 数据分析, 短视频经营流量监控、复盘优化</p>
第 6 讲 分组 PK, 现场短视频创作大赛	<p>小组演练 (0.5 小时)</p> <p>(1) 分小组选定视频主题和角度、表达形式</p> <p>(2) 分小组创作短视频剧本、选定出镜人物</p> <p>(3) 整体的策划文案脚本上交备案、过审</p> <p>(4) 拍摄剪辑、内容审核把关、对外推送</p>
	<p>结果 PK (0.5 小时)</p> <p>(1) 整体的创意、画面感、感官体验, 满分 50 分</p> <p>(2) 点赞人次, 满分 10 分</p> <p>(3) 评论人次, 满分 10 分</p> <p>(4) 转发人次, 满分 10 分</p> <p>(5) 整体涨粉量, 满分 20 分</p> <p>(6) 小组积分排名、点评、分享、总结、颁奖</p>

二、直播营销实训

课程模块	课程内容
第 1 讲 开播之前, 需要	<p>(1) 每次直播, 都要提前策划主题与内容, 打磨价值</p> <p>(2) 裂变传播, 提前预告传播并做足噱头, 保障流量</p>

<p>做好哪些准备</p>	<p>(3) 铁杆站台，私下沟通奠定好直播信心，连麦互动</p> <p>(4) 脚本创意，营销带货直播五幕剧脚本，万能公式</p> <p>(5) 直播时段，每周固定在同一个时间段，固化认知</p>
<p>第 2 讲 直播开讲，细节 直接影响成败</p>	<p>(1) 分三次群内倒计时开播提醒，开场时有奖热身互动</p> <p>(2) 最佳状态上线，控制好自己的嗓音，话语节奏得当</p> <p>(3) 才艺与幽默，让你的人气指数爆棚，功夫在于积累</p> <p>(4) 保持互动，大致每 8 分钟一次互动，提前列好清单</p> <p>(5) 控制情绪，不与用户争对错，始终微笑面对围观者</p>
<p>第 3 讲 产品塑造，突出 价值和差异化</p>	<p>(1) 功能卖点 (F)，塑造产品的核心功能和卖点</p> <p>(2) 比较优势 (A)，和同类产品相比的主要优势</p> <p>(3) 利益好处 (B)，当下购买能获得的额外福利</p> <p>(4) 客户见证 (E)，邀请铁粉 KOC 做连麦互动</p> <p>(5) 价值先行 (P)，客户认同价值之前回避价格</p>
<p>第 4 讲 时机成熟，就要 立马出手成交</p>	<p>(1) 犹豫不决者，危机促成法-别耽误工作的正常进展</p> <p>(2) 打动其内心，情感促成法-情怀虽虚但有时很管用</p> <p>(3) 邀请先试用，体验促成法-在试用过程中更易买单</p> <p>(4) 限时限量版，利益促成法-技术附加值和利益促动</p> <p>(5) 用事实说话，客户见证法-王婆卖瓜不如客户来夸</p>
<p>第 5 讲 综合统筹，直播 营销五大关键</p>	<p>(1) 链接，基础流量太关键，要么日积月累要么爆款内容</p> <p>(2) 内容，纯卖货力不从心，有趣的内容易点亮用户的心</p> <p>(3) 互动，营销娱购结合，让用户在快乐的体验中成交</p> <p>(4) 福利，用户无利不早起，直播间福利直接决定成交率</p> <p>(5) 价值，有价值才会永恒，不断塑造与升级你的价值性</p>
<p>第 6 讲 分组 PK，现场直 播带货大赛</p>	<p>分组演练 (0.5 小时)</p> <p>(1) 产品选型，选定需要营销的产品/卖点挖掘</p> <p>(2) 小组主播/副播选定，直播开场破冰技巧演练</p> <p>(3) 直播过程互动技巧设计、产品植入营销方式</p> <p>(4) 直播过程产品成交/促成与下播方式设计</p> <p>结果 PK (0.5 小时)</p> <p>(1) 分小组 PK，每小组提前预定一个独立的空间</p> <p>(2) 在线观看人数，满分 20 分</p> <p>(3) 时间与流程把控，刚好完播，满分 20 分</p> <p>(4) 直播过程中互动与氛围调节，满分 20 分</p> <p>(5) 直播结束时意向成交客户与成交客户，40 分</p> <p>(6) 小组积分排名、点评、颁奖、分享</p>

