

引人入胜——创作走心的短视频

课程背景：

随着“兴趣电商”抖音，快手等短视频平台的，全网霸屏，全国，乃至全世界的流量涌入短视频平台！抖音日活 7 个亿！越来越多的企业意识到，短视频已成为不可或缺的新的增强品牌影响力及营销的渠道，企业开始通过短视频传播的途径，增强自己品牌的影响力；开始孵化企业自己内部的员工成为以企业内容为主的知识达人，品牌 IP。此课程帮助企业精英，员工 IP 群体，梳理，整合，归纳，创作出核心内容体系，形成围绕此体系的自媒体知识产品-短视频，让企业矩阵式的抓住抖音等短视频平台的流量，放大企业品牌影响力！

而手机也成为了短视频的必备工具，如何用手机摄像头，拍摄出高清的短视频，如何用剪辑工具剪辑，也是本课程解决的问题。

课程收益：

- 能够了解兴趣电商的概念与发展
- 能够了解“内容”驱动生意的底层逻辑
- 能够掌握短视频“内容”创作的方法，懂得应用“知识树”创作短视频
- 了解并掌握短视频拍摄的四大要素，用手机拍摄的技术，现场练习
- 了解并掌握短视频的核心剪辑技巧
- 小组现场实践，输出短视频

课程时间：2-3 天，6 小时/天

课程对象：企业（专兼职）短视频自媒体博主，对短视频有创作能力的员工，企业核心业务人员、企业管理层

课程方式：讲授+现场演示+现场实践

第一讲：认识兴趣电商

一、什么是兴趣电商（短视频类平台）

案例：理解“兴趣电商”

1. 个性化
2. 社交化
3. 内容营销
4. 私域流量
5. 用户生态
6. 种草
7. 数据智能化

二、兴趣电商的发展与机会点

1. 大数据分析兴趣电商的发展趋势
2. 兴趣电商生意经营的主要阵地
3. 兴趣电商的多维价值

第二讲：内容驱动生意的底层逻辑

一、货找人-人找货双向路径分析

1. 通过人/货双向消费路径图
2. 兴趣电商推动消费购买决策的底层逻辑

二、内容、用户、商品三位一体的链接方式

小组讨论：内容如何和商品建立链接的,内容是如何和用户建立链接的

——通过分析商品与用户的链接逻辑图

案例分析：短视频案例《沉浸式回家》

三、什么是“场域”

——内容场+货架场的场域联动模式带动生意落地

案例分析：商家及创作者如何使用货架场：橱窗、搜索、店铺、商城

第三讲：短视频内容创作方法

一、短视频知识树模型

1. 选树种
2. 定主干

3. 造节点

4. 结果实

现场实践：造出以企业内容为创作方向的“知识树模型”

二、短视频主题甄选

1. 选择引人的主题-选果实

2. 定主题-取果肉

3. 起名字-夺流量

1) 痛点式标题

2) 获得式标题

3) 对比式标题

4) 驾驭式标题

5) 指挥式标题

6) 场景式标题

7) 综合性标题

三、优质引流短视频内容的结构设计

1. 两大类视频

1) 剧情类

2) 口播类

2. 高流量短视频设计

1) 开头设计

——引发兴趣、突出两点、带动节奏、视觉冲击、感情共鸣

2) 中段设计

——节奏感、价值输出、核心记忆点、画面与音效

3) 结尾的设计

——结尾语、总结要点、剪辑特效、品牌推广、互动

五、短视频脚本的设计

1. 无脚本不成片

1) 什么是脚本，写脚本的目的是什么

——规划视频内容、画面表达策划、素材准备、精准定位

2) 不写脚本会遇到的障碍

——无目标、费时间、剪辑成本提高、视频节奏混乱、内容混乱

2. 学会写脚本

1) 镜头、景别、时长、节点

2) 画面描述

3) 台词/配音/字幕

4) 吸引力设计

5) 参考画-火柴人

6) 音效/道具/特效

现场实践：选出主题，写出一个短视频脚本

第四讲：短视频内容的拍摄与剪辑

一、拍摄四大要素

要素一：拍摄工具（介绍与选择）

要素二：拍摄技巧（构图与取景）

要素三：拍摄光线（光线运用）

要素四：画面配音（声音的选择）

现场实践：学员互拍

二、剪辑软件的介绍及基础使用

1. 认识剪映界面

2. 剪映基础工具-图、文、剪、辑

3. 剪映进阶工具-特效

4. 剪映高阶工具-节奏

现场实践与辅导

1. 辅导每小组输出一个短视频作品

2. 现场点评，总结学习核心内容

3. 根据流量获得小组比拼成绩