

《短视频品效运营系统工作坊》

培训背景：

据中国互联网信息中心数据显示，截至 2022 年 6 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 9.95 亿，较 2021 年 12 月增长 2017 万，占网民整体的 94.6%；其中，短视频用户规模达 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%。

移动互联网时代下，短视频与电商进一步深度融合，内容电商市场竞争持续白热化。短视频平台持续拓展电商业务，“内容+电商”的种草变现模式已深度影响用户消费习惯。用户对短视频的依赖程度正在加深，短视频成为新的流量地，这也是企业抓住短视频流量红利，获取用户的很好路径，增加品牌曝光度的最好时期，企业如何精准快速入局，建立壁垒，与用户达成品效黏性。

培训目标：

取势：了解短视频的生态构成、发展规律与底层逻辑

明道：把握企业入局短视频领域的路径规划与核心壁垒

得法：掌握短视频运营的各项关键策略与核心原则

优术：熟练运用短视频运营的各项落地实施工具和方法

培训形式：

结合当前短视频和新媒体的生态、规律、逻辑，通过理论讲授与案例解析相结合的方式；

采用方法+工具+实操的形式，以理论思维导入，以策略方法讲授，以工具实

操落地，实现方法可掌握，工具可运用的目标。

采取线下集中培训+实地实操演练+线上社群辅导的方式。

培训对象：

新媒体运营人员、短视频运营人员、品牌宣传人员、市场营销人员

培训时间：

5—7天（6H/天）

培训大纲：

导入部分——生态认知

第一模块：短视频的生态认知

- 1、移动互联网时代的超级工具演变
- 2、短视频生态图谱解码
- 3、抖音、快手、视频等平台解码
- 4、短视频品效运营的核心思维

第一部分——构建壁垒

第二模块：入局短视频的顶层设计能力

- 1、短视频入局的误区盲点
- 2、短视频的十四个种类的赛道
- 3、短视频直播的商业变现路径
- 4、入局短视频的顶层构建

实操：构建企业入局短视频直播的顶层模型

产出：赛道定位、顶层模型、变现路径

第三模块：构建不可替代的内容 IP 壁垒

- 1、IP、人设、知识产品、品牌的解读
- 2、IP 账号的包装与丰富策略
- 3、IP 建立的实施路径
- 4、打造 IP 的元素模型与策略

实操：构建适合自己企业的 IP 模型

产出：IP 模型

第四模块：搭建高效能的运营团队

- 1、搭建短视频直播运营团队的误区盲点
- 2、短视频直播运营团队的能力模型解码
- 3、短视频直播运营团队的工作流程设计
- 4、短视频直播运营团队的管理机制设计

实操：团队架构、工作流程、管理机制

产出：团队组织模型、工作流程清单、团队管理方案

第二部分——内容创作

第五模块：短视频内容创作思维

- 1、短视频内容策划的核心思维
- 2、短视频内容策略的路径设计
- 3、短视频内容策划的亮点提炼
- 4、爆款短视频内容的底层逻辑

实操：提炼一至两个短视频的亮点

产出：品牌/产品/服务的核心卖点、痛点、爽点

第六模块：快速构建自己的短视频选题库

- 1、短视频内容选题的误区盲点
- 2、短视频内容选题的五个要素和五个路径
- 3、爆款短视频选题的公式模型
- 4、长线产出，构建短视频选题库体系

实操：构建自己的短视频选题库

产出：三套选题库

第七模块：拆片拍片的脚本设计

- 1、优秀短视频内容脚本的拆解
- 2、短视频内容脚本的设计路径
- 3、短视频内容脚本的设计策略
- 4、短视频内容脚本的呈现逻辑

实操：创作一至两个短视频的内容脚本

产出：品宣型/带货型/知识型/剧情型四套脚本

第八模块：短视频内容拍摄的全系解码

- 1、短视频内容创作的不同类型解码
- 2、短视频内容拍摄原则与策略
- 3、短视频拍摄的前期五种准备
- 4、短视频拍摄的九种构图方法
- 5、短视频拍摄的五种景别运用
- 6、短视频拍摄的九种运镜方法
- 7、短视频拍摄的五种灯光运用

- 8、短视频拍摄的五种无技巧转场
- 9、短视频内容剪辑的四种核心思维
- 10、短视频内容的审评标准

实操：各种拍摄方法

产出：一个多组合视频短片、一套视频评审标准

第九模块：视频剪辑工具处理技巧

- 1、剪映的文字工具使用技巧
- 2、剪映的特效工具使用技巧
- 3、剪映的调色工具使用技巧
- 4、剪映的画中画工具使用技巧

实操：剪映工具的各项核心功能操作

产出：两套短视频内容

第三部分——内容运营

第十模块：精细化每一个关键环节

- 1、热点借力，快速吸粉的技巧
- 2、爆款短视频创作的五种公式模型
- 3、短视频领域标签建设
- 4、提高短视频内容质量的四个维度
- 5、短视频内容发布时间的设计
- 6、短视频 BGM 的四种运用技巧
- 7、短视频封面设计制作技巧
- 8、如何设计诱人的短视频标题描述



实操：爆款公式、标签、BGM、封面、标题

产出：一套爆款公式、一套标题库

第十一模块：短视频的精细化运营

- 1、短视频内容创意创新思维
- 2、短视频内容创意的四种用户心理
- 3、短视频内容创意的实施路径方法

- 4、短视频内容创意策划的三板斧套路
- 5、短视频内容创意策划的六种公式模版
- 6、短视频内容创意的灵感提升方法
- 7、短视频复盘法则 数据 对标 做迭代

实操：流程设计、创意策划

产出：内容创意库

@本课程内容模块可以进行拆分，定制培训

©本课程内容由李明杰独立开发，拥有版权

李明杰

资深新媒体领域导师

互联网化转型升级操盘手

IP 策划运营操盘手

中国老年学和老年医学学会

文化和旅游分会 运营部主任

北京职工教育协会文化产业促进会 副主任

中国企业短视频大赛 评委导师

研究领域一：

传统企业互联网化转型与升级，互联网时代传统企业商业模式与顶层设计重构，互联网化转型升级的战略布局与实施落地。

研究领域二：

移动互联网时代下，全域新媒体运营与营销的品效模式，短视频+直播的新营销新商业模式，私域流量与私域经营重构新用户资本模式，企业如何进行全域新媒体战略规划和运营实施，达成品效合一的目标。

研究领域三：

超级 IP 系统的打造，企业家、创业者、经理人如何提高个人品牌和个体价值，如何将个人 IP 与企业 IP、产品/服务 IP 相互链接形成商业 IP。

研究领域四：

文旅产业创新营销与农村电子商务，文旅产业、项目与文化、文娱产业如何相融合，文旅产业、项目如何进行创新营销，提升运营、服务、客群；农村电商运营，县域电商，电商扶贫。

主讲课程：

训练营：《全域新媒体运营训练营》、《短视频品效合一训练营》

《短视频+直播达人训练营》、《私域经营训练营》

《超级 IP 系统打造训练营》、《内训师线上培训提升训练营》

工作坊：《全域新媒体营销系统工作坊》

《短视频品效运营系统工作坊》 《直播电商与主播达人工作坊》

陪跑营：《抖音电商孵化陪跑营》 《全域新媒体孵化陪跑营》

定制课：更多新媒体领域内容可根据需求定制课程，欢迎咨询！