

新时代·营销新理念

抖音运营实战笔记

杨昭 编著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

没有方向：如何找准人设？如何搭建账号？什么是用户画像？

不懂运营：账号被平台限流怎么办？涨粉很缓慢如何解决？什么是平台算法？

不懂创作：什么内容受欢迎？不会拍摄剪辑视频？如何提升完播率？

不会赢利：产品怎么引流？如何开店卖货？直播带货怎么做？

本书通过 10 大专题内容、140 多招实用干货，助你轻松玩转抖音！

书中具体包括入驻抖音、推荐算法、引流吸粉、内容制作、视频拍摄、后期剪辑、抖音开店、抖音开播、卖货技巧、视频赢利等内容，重点将抖音的“精准定位+通晓算法+引流运营+内容制作+直播带货+视频赢利”等知识在实例中讲明白，使初学者能轻松掌握。

本书内容全面，案例丰富，应用贴近一线，实操性强，不仅适合广大想要引流、宣传、直播、开店、带货的抖音运营者和主播学习，还适合网店卖家、产品市场营销人员、企业营销管理人员阅读，同时也适合作为高等院校和培训学校新媒体或电商相关专业的教学参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目（CIP）数据

抖音运营实战笔记 / 杨昭编著. —北京：清华大学出版社，2024.3

（新时代·营销新理念）

ISBN 978-7-302-65467-4

I. ①抖… II. ①杨… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字（2024）第 044671 号

责任编辑：刘 洋

封面设计：徐 超

版式设计：张 姿

责任校对：宋玉莲

责任印制：宋 林

出版发行：清华大学出版社

网 址：<https://www.tup.com.cn>，<https://www.wqxuetang.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-83470000 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：北京联兴盛业印刷股份有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：15.5 字 数：246 千字

版 次：2024 年 5 月第 1 版 印 次：2024 年 5 月第 1 次印刷

定 价：79.00 元

产品编号：102623-01

PREFACE

前言

随着抖音平台的飞速发展，越来越多的用户迈入短视频的世界，短视频成了很多人生活的一部分。并且物流、网络也越来越方便，越来越多的用户在抖音等短视频平台上发现了新的商机。

在互联网时代，有流量就有商机。很多的企业、品牌也在不断学习使用短视频这种有效的引流和营销工具。但是，应该如何操作呢？相信很多人都会有一些疑问，像“准备创建新的抖音账号，应该如何做好账号定位？”“如何拍摄出用户喜爱的爆款短视频？”“开通抖音店铺之后，应该如何运营？”“如何使用抖音进行带货卖货？”等。

为了解答这些问题，本书从账号设置、内容制作、开店直播和卖货赢利这四大方面，介绍抖音短视频的电商运营，帮助运营者学习和掌握短视频从策划到赢利的全流程。

从短视频的整个流程来看，主要包括前期的内容策划与定位、中期的内容制作以及后期的运营与赢利。而本书的初衷，就在于帮助运营者打造一个成功的短视频账号。

本书的核心是抖音短视频的制作和运营，根本目的是带货赢利。本书内容安排由浅入深，以理论结合案例，内容通俗易懂。

很多运营者在运营抖音短视频账号的过程中，难以找到合适的参考资料，这是因为现在市面上的短视频运营类图书虽多，但其中很多只停留在理论的层面，或者内容不全面，即便看后也不知道该如何进行具体的操作。

针对这种现状，笔者结合个人对抖音最新的经验认识、抖音平台的发展、抖音用户的属性等内容推出了本书。本书内容更加丰富、内容涵盖更加广泛，

而且还新增了具体的实操步骤，大家一看就能懂，更加容易上手。通过对本书的学习，运营者可以在较短的时间内，快速掌握大部分抖音短视频电商运营的干货，让带货获得更好的效果。

特别提示：在编写本书时，笔者是基于当时各软件所截的实际操作图片，但书从编辑到出版需要一段时间，在这段时间里，软件界面与功能会有调整与变化，比如有的内容删除了，有的内容增加了，这是软件开发商做的常态更新或维护，请在阅读时，根据书中的思路，举一反三学习即可，不必拘泥于细微的变化。

本书由杨昭编著，参与编写的人员还有宾紫嫣，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

编者

2023年5月



CONTENTS

目 录

第1章 入驻抖音：完成账号的设置

1.1 抖音账号的定位	002
1.1.1 专长定位，提高目标用户黏性	002
1.1.2 需求定位，拓宽目标用户广度	004
1.1.3 内容定位，打造私域流量池	005
1.1.4 品牌定位，提高品牌影响力	007
1.2 抖音账号信息的设置	008
1.2.1 登录账号，运营抖音的开始	009
1.2.2 设置名字，打造个人特色	010
1.2.3 更换头像，体现账号特色	012
1.2.4 填写简介，引导用户关注	014
1.2.5 更换头图，用户更加信任	014
1.2.6 补充信息，提高资料完整度	016
1.3 抖音账号权重的提高	018
1.3.1 提高权重，提高账号曝光	018
1.3.2 避免降权，保证账号的运营	020
1.4 抖音账号运营的技巧	021
1.4.1 运营基础，遵守抖音平台的规则	021
1.4.2 把握时机，选择内容发布的时间	022

1.4.3 管控内容, 不要随意删除短视频	022
1.4.4 避免踩雷, 规避账号运营的误区	023

第2章 推荐算法: 掌握流量的密码

2.1 洞悉算法提升流量	026
2.1.1 解读算法, 更好地运营账号	026
2.1.2 掌握原理, 了解话题及标签算法	028
2.1.3 利用算法, 提升账号的流量	034
2.2 利用数据捕捉热点	040
2.2.1 热门素材, 掌握视频的灵魂	040
2.2.2 热点事件, 捕捉高热度事件	042
2.2.3 热门话题, 吸引用户的视线	044
2.2.4 热门达人, 学习他人的长处	045
2.2.5 热销商品, 明确选品的思路	046

第3章 引流吸粉: 精准的引流技巧

3.1 抖音引流的具体方法	048
3.1.1 广告引流, 视频内容获得海量曝光	048
3.1.2 合拍引流, 跟随热点拍摄视频	050
3.1.3 评论引流, 引导用户的情绪	053
3.1.4 互推引流, 双方获得流量收益	054
3.1.5 矩阵引流, 增强营销的效果	054
3.1.6 分享转发, 分享至其他的平台	055
3.1.7 收藏引流, 用户自发分享给好友	056
3.1.8 抖音码引流, 分享给其他平台的好友	058

3.1.9	SEO 引流, 内容获得快速传播	061
3.2	使用抖音相关功能引流	063
3.2.1	同城定位, 吸引同城的用户	063
3.2.2	朋友功能, 借助朋友进行引流	064
3.2.3	商场功能, 简单高效的消费路径	065
3.2.4	搜索功能, 提升视频和账号的曝光量	068
3.2.5	直播功能, 有效触达目标用户	070

第4章 内容制作: 吸引用户的关键

4.1	根据用户需求制作内容	074
4.1.1	快乐需求, 用户最基本的需求	074
4.1.2	心理需求, 引发用户的好奇心	075
4.1.3	模仿需求, 满足用户的学习行为	077
4.1.4	问题需求, 帮助用户解决问题	078
4.1.5	精神需求, 给用户提供安慰	079
4.1.6	社交需求, 促进用户的互动和交流	080
4.1.7	归属需求, 唤起用户内心的共鸣	081
4.1.8	审美需求, 给用户视觉上的享受	082
4.2	根据内容定位收集与写作	083
4.2.1	素材来源, 助力内容	083
4.2.2	内容收集, 3 个渠道	084
4.2.3	内容写作, 两大误区	086
4.3	根据内容策划优质脚本	086
4.3.1	商品策划, 提升商品的销量	087
4.3.2	热点策划, 提高视频的流量	087



4.3.3 话题策划, 选定目标用户	088
4.3.4 细化脚本, 展示重点内容	088

4.4 按照平台规定创作内容 090

4.4.1 主动查看, 熟悉平台的相关规则	091
4.4.2 创作规范, 了解内容创作的要求	093



5.1 构图让短视频更具美感 096

5.1.1 构图画幅, 影响取景的关键因素	096
5.1.2 前景构图, 突出视频点睛之笔	098
5.1.3 中心构图, 容易吸引用户眼球	099
5.1.4 斜线构图, 具备视线导向性	100
5.1.5 框式构图, 合理突出视频主体	101
5.1.6 引导线构图, 画面更具有冲击力	101
5.1.7 对称式构图, 画面更加平衡和谐	102
5.1.8 三分线构图, 让画面更加美丽	103

5.2 光线让视频效果更迷人 104

5.2.1 不同光线, 特点与效果都不同	104
5.2.2 拍摄时机, 影响视频画面效果	106
5.2.3 利用剪影, 拍出唯美视频效果	107
5.2.4 人像布光, 强调视频内容的故事性	109
5.2.5 建筑布光, 突出建筑物的空间感	110

5.3 运镜为视频加入氛围和情感 112

5.3.1 推拉运镜, 强调整体与局部的关系	112
5.3.2 摇移运镜, 展示主体所处的环境特征	113

5.3.3 跟随运镜, 强调视频的内容主题	114
5.3.4 升降运镜, 体现主体宏伟壮观的气势	116
5.3.5 环绕运镜, 增加视频画面的张力	116

第6章 后期剪辑: 打造爆款短视频

6.1 制作爆款的基础操作	120
6.1.1 导入素材, 添加视频和卡点音乐	120
6.1.2 设置变速, 添加不同效果并调整时长	122
6.1.3 添加转场, 让视频画面过渡更加自然	125
6.2 增加视频的大片风采	126
6.2.1 素材调色, 统一处理和精准处理	127
6.2.2 添加特效, 使画面变得动感又酷炫	130
6.2.3 制作片头, 精彩文字介绍视频主题	131
6.2.4 设计片尾, 实现求关注及引流效果	134

第7章 抖音开店: 做好创业第一步

7.1 开通店铺做好运营管理工作	140
7.1.1 抖音小店, 多种入驻方法	140
7.1.2 规划推广, 有效提升流量转化	141
7.1.3 店铺订单, 管理订单的相关技巧	143
7.1.4 多个抖店, 快速完成账号切换	145
7.1.5 新手任务, 完成获得流量奖励	146
7.1.6 店铺会员, 内容更好地触达客户	147
7.2 商品运营实现带货出单	148

7.2.1 选品渠道, 扩展多个渠道	148
7.2.2 选品技巧, 影响用户的购买意愿	150
7.2.3 上架管理, 提高用户购买概率	152
7.2.4 商品橱窗, 拓宽赢利的渠道	154
7.3 通过售后服务增加回头率	155
7.3.1 客服服务, 增加用户的购物欲望	155
7.3.2 售后处理, 提高用户的满意率	157

第8章 抖音开播: 玩转带货直播间

8.1 掌握抖音的直播功能	160
8.1.1 直播入口, 多种进入方式	160
8.1.2 直播开通, 主要的两种方式	162
8.1.3 开启直播, 具体的操作步骤	163
8.1.4 常见问题, 解决方法及说明	165
8.1.5 直播空间, 建立专业稳定的环境	167
8.1.6 积极互动, 拉近与用户的距离	168
8.1.7 直播商品, 添加与删除操作	169
8.2 警惕抖音直播的误区	171
8.2.1 盲目从众, 确定直播的目的	171
8.2.2 三观不正, 注意价值观的传递	172
8.2.3 内容雷同, 谨防内容同质化	173
8.2.4 非法侵扰, 注意他人隐私权	173
8.3 提高直播的赢利能力	174
8.3.1 卖货原则, 让利为用户考虑	174
8.3.2 卖货技巧, 提高用户的购买欲望	175

8.3.3 必要准备, 勾起用户的兴趣	175
8.3.4 提升排行, 获得更多用户关注	176
8.4 培养优秀的带货主播	178
8.4.1 自身定位, 做好准备工作	178
8.4.2 主播分层, 找到合适的直播方案	180
8.4.3 构建思维, 了解完整的视频流程	183
第9章 卖货技巧: 快速提升转化率	
9.1 刺激用户下单的优惠促销	186
9.1.1 商品优惠券, 打败竞品打造爆款	186
9.1.2 店铺粉丝券, 快速获得大量粉丝	187
9.1.3 达人粉丝券, 提升粉丝黏性	188
9.1.4 店铺新人券, 促进新用户转化	190
9.1.5 全店通用券, 引导用户下单	191
9.2 促进用户转化的营销工具	192
9.2.1 限时限量购, 快速提高店铺人气	192
9.2.2 满减活动, 影响用户的购物决策	196
9.2.3 定时开售, 了解商品的热度	198
9.2.4 巨量千川, 一体化营销解决方案	199
9.3 提升直播间的转化效果	201
9.3.1 带货主播, 专业且了解商品	201
9.3.2 直击痛点, 带给用户有价值的内容	205
9.3.3 抢购商品, 主播营造直播间氛围	206
9.3.4 销售技巧, 更好地直播带货	208
9.3.5 裂变营销, 快速炒热卖货氛围	210

第10章 视频赢利：实现创业的梦想

10.1 拍摄不同类型商品的技巧	214
10.1.1 外观商品，优先展示整体外观	214
10.1.2 功能商品，重点展示功能特点	215
10.1.3 综合商品，兼顾外观与功能	216
10.1.4 穿搭商品，创作内容的3大特点	216
10.1.5 美妆商品，视频创作的3大技法	218
10.2 发布带货视频的技巧	220
10.2.1 商品分享，获得一系列权益	220
10.2.2 发布视频，提升老用户复购率	221
10.2.3 电商榜单，提升优质创作者影响力	222
10.2.4 带货数据，提升短视频内容质量	223
10.2.5 分析功能，提升短视频的赢利能力	225
10.3 带货视频的运营技巧	225
10.3.1 带货视频，快速提升视频流量	226
10.3.2 优秀视频，带来更好的销售业绩	227
10.3.3 视频标题，获得更高的搜索排名	228
10.3.4 高效种草，提升带货商品的转化率	229
10.3.5 教程视频，提升用户的购物体验	230
10.3.6 丰富场景，深挖用户的潜在需求	232
10.4 借助营销引爆商品销量	232
10.4.1 活动营销，培养核心用户	233
10.4.2 饥饿营销，快速销售商品	233
10.4.3 事件营销，利于打造爆品	234
10.4.4 口碑营销，顺利带动销量	234

第1章

入驻抖音： 完成账号的设置

学前提示

对于抖音运营者来说，知道自身账号的运营方向是尤为重要的，这不仅能够为抖音号的运营提供方向，还能让运营活动变得有的放矢。

本章就来为大家讲解如何打造符合自身人设的抖音账号、抖音账号权重的提高以及抖音账号运营的技巧。

要点展示

- 抖音账号的定位
- 抖音账号信息的设置
- 抖音账号权重的提高
- 抖音账号运营的技巧

1.1 抖音账号的定位

抖音账号定位是为抖音账号的运营确定一个方向，为内容发布指明方向。那么，如何进行抖音账号的定位呢？运营者们可以从以下4个方面进行思考，本节就来分别进行解读。

1.1.1 专长定位，提高目标用户黏性

对于自身拥有专长的运营者来说，根据自身专长去决定账号的定位是一种最为直接和有效的定位方法。运营者只需对自己或团队成员进行分析，然后选择某一个或几个专长，进行账号定位即可。

在抖音上，很多运营者都会选择根据自身专长来定位账号，因为这样能够更加深入地了解目标用户的需求和痛点，从而提供更有价值的内容和服务。以下是一些专长定位的例子。

(1) 美食家：如果你是一位美食爱好者或专业厨师，你可以在抖音上分享你的美食制作过程、美食探店经历或美食背后的故事。通过展示你的烹饪技巧、美食文化、食材选择等方面的专长，吸引那些同样对美食感兴趣的用户。

(2) 健身教练：如果你是一位健身教练或是有健身经验的爱好者，你可以在抖音上分享健身心得、训练技巧、健康饮食建议等，如图 1-1 所示。通过展示你的专业知识和个人魅力，吸引那些想要改善身体健康、增强身体素质的用户。



图 1-1 在抖音上分享健身心得

(3) 摄影师：如果你是一位专业摄影师或是有摄影爱好的人，你可以在抖音上分享摄影技巧、拍摄心得、后期制作过程等，如图 1-2 所示。通过展示你的摄影作品和创作过程，吸引那些同样对摄影感兴趣的用户。



图 1-2 在抖音上分享摄影技巧

(4) 教育专家：如果你是一位教育专家或是有特定领域的知识储备，你可以在抖音上分享专业知识、教育理念、学习方法等，如图 1-3 所示。通过展示你的专业素养和教育经验，吸引那些想要获取学习指导和教育资源的用户。



图 1-3 在抖音上分享专业知识

(5) 音乐人：如果你是一位音乐人或是有音乐爱好的人，你可以在抖音上

分享音乐作品、音乐创作过程、演出经历等。通过展示你的音乐才华和表演魅力，吸引那些同样对音乐感兴趣的用户。

总之，根据自身专长去定位抖音账号，能够让运营者更加深入地了解目标用户的需求和痛点，从而提供更有价值的内容和服务。同时，这种定位方法也能够提高目标用户的黏性，让用户更加喜欢和信任你的账号。

1.1.2 需求定位，拓宽目标用户广度

通常来说，符合用户需求的内容会更容易受到欢迎。因此，结合用户的需求进行定位也是一种不错的方法。

大多数女性都有护肤的习惯，并且想学习更加专业的护肤技巧以及寻找更加适合自己肤质的产品。因此，这些女性通常会对护肤类内容比较关注。在这种情况下，运营者如果对护肤内容比较擅长，那么将账号定位为护肤类账号就比较合适了。

例如，某抖音博主非常擅长护肤，于是便将自己的账号定位为护肤类账号，并持续地为抖音用户分享护肤类内容，也会时不时地分享一些变美小技巧以及美妆知识。图 1-4 所示为某抖音博主发布的抖音短视频。



图 1-4 某抖音博主发布的抖音短视频

除了护肤之外，符合抖音用户普遍需求的内容还有很多，美食制作便属于其中之一。许多抖音用户，特别是喜欢做菜的用户，通常都会从抖音中寻找一些家常菜或者新鲜菜肴的制作方法。

因此，如果运营者自身就是厨师，或者会做的菜肴比较多，又特别喜欢制作美食，那么将账号定位为美食制作分享类账号就是一个很好的方向。

图 1-5 所示为某美食制作分享类账号发布的抖音短视频示例。在该账号中，运营者通过视频将一道道菜肴从选材到制作的过程进行全面呈现。因为该账号将制作过程进行了比较详细的展示，而且每个视频的画面都极为精美，再加上许多菜肴都是抖音用户想要尝试制作的家常菜，所以该账号发布的短视频很容易就获得了大量播放、点赞和收藏。



图 1-5 某美食制作分享类账号发布的抖音短视频

1.1.3 内容定位，打造私域流量池

抖音运营者可以从挖掘抖音中相对稀缺的内容出发，进行账号定位。

例如，某抖音账号定位为整蛊网瘾弟弟的一个账号。像这种专门做整蛊网瘾少年内容的抖音账号本身就是比较少的，因此其内容就具有了一定的稀缺性。再加上随着移动网络的发展，越来越多的青少年开始有了网瘾。所以，

许多用户看到这一类视频之后，就会觉得特别贴合现实。

除了平台上本来就稀缺的内容之外，运营者还可以通过展示自身的能力，让自己的账号内容，甚至是账号，具有一定的稀缺性。

比如，美食制作类的账号可以烹饪一些较为大件的食材，像全牛、全羊等。这些食材的成本相对来说会比较高，所以抖音中很少会有类似的美食制作视频。这样一来，该账号的视频自然就有了稀缺性，再加上许多用户在日常生活中很少能见识到烹饪大件食材的完整过程，所以该类账号想要获得高流量也是相对容易的。图 1-6 所示为某美食博主发布的抖音短视频。



图 1-6 某美食博主发布的抖音短视频

再比如，萌宠分享类的账号大多是分享萌宠的日常生活，但这种类型的视频只要家里面有萌宠就可以进行制作，并不具有内容上的稀缺性。那么，运营者应该如何将其内容变得具有稀缺性呢？具体来说，当视频中的萌宠做出动作时，运营者可以同步配上一些字幕。这样一来，萌宠的行为就通过字幕中的内容表达出来了。结合字幕和萌宠在视频中的表现，让人觉得萌宠们特别调皮、可爱，如图 1-7 所示。

需要注意的是，字幕一定要符合当时的情境，而且语气要尽量调皮一些，这样才会更符合萌宠的形象。

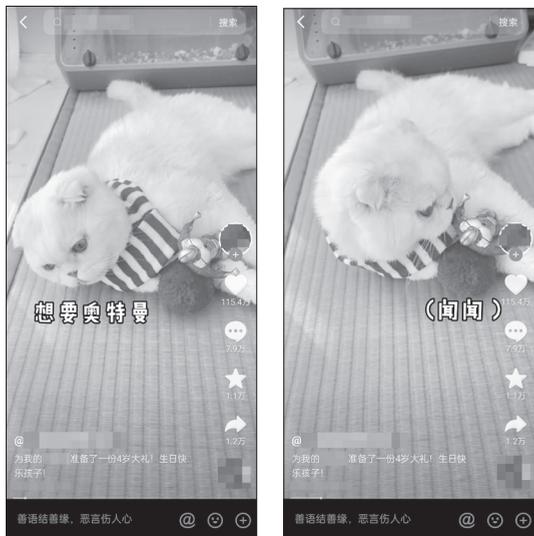


图 1-7 某萌宠分享类博主发布的抖音短视频

1.1.4 品牌定位，提高品牌影响力

下面是有关抖音企业号的定位方法。许多企业和品牌在长期的发展过程中已经形成了自身的特色，如果根据这些特色进行定位，会比较容易获得用户的认同。

根据品牌特色做定位又可以细分为两种方法，一是用能够代表企业的物象做账号定位，二是以企业或品牌的业务范围做账号定位。

三只松鼠就是一个用能够代表企业的物象做账号内容的抖音号。三只松鼠这一品牌的卡通形象和 logo (logotype，徽标或者商标的意思) 就是三只外形不同的松鼠。在这个抖音号中，运营者会经常分享一些以三只外形不同的松鼠作为主角的视频，如图 1-8 所示。因此，三只松鼠的视频便具有了自身的品牌特色，这种通过卡通形象进行表达的内容更容易被用户记住，更加能够提高品牌的影响力。

猫眼电影是一个以企业或品牌的业务范围做账号内容的代表。用户一看“猫眼电影”这个名字就知道，这是一个从事与电影相关业务的品牌。因此，该账号定位为电影信息分享的账号，图 1-9 所示为该账号发布的相关抖音短视频。



图 1-8 “三只松鼠”发布的抖音短视频



图 1-9 “猫眼电影”发布的相关抖音短视频

1.2 抖音账号信息的设置

抖音账号信息的设置技巧与定位技巧有着同样的逻辑，即以吸引用户为基础，对账号进行相关的设置。用户在刷抖音的时候，通常是利用碎片化的时间快速浏览，当他浏览到一个什么样的界面的时候会停下来呢？界面上有哪些元素会吸引他呢？

用户因为某个短视频而停下刷视频的动作，究其原因可能是被其“表面的东西”所吸引，并不是视频具体的内容。那么，表面的东西是什么？这包括账号给人的整体感觉，它是由账号对外展示的东西，如名字、头像等带来的。如果想要得到用户的关注，那就需要通过简介、头图以及账号信息的整体搭配来实现。

本节将介绍抖音账号信息的设置方法，让运营者们通过账号信息的设置，实现引流和涨粉的目的。

1.2.1 登录账号，运营抖音的开始

抖音账号的注册无须进行复杂的操作，运营者只需用手机号或微信等方式直接登录即可。具体来说，可以通过如下操作登录抖音平台。

步骤 01 进入抖音 App 之后，点击“我”按钮，如图 1-10 所示。

步骤 02 操作完成后，进入账号登录界面。**①** 选中“已阅读并同意用户协议和隐私政策”复选框；**②** 点击“一键登录”按钮，如图 1-11 所示，可以登录之前登录过的账号。如果需要更换账号，则可以点击“其他手机号码登录”按钮。

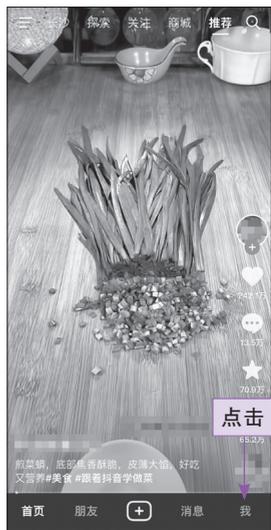


图 1-10 点击“我”按钮



图 1-11 点击“一键登录”按钮

步骤 03 运营者点击“其他手机号码登录”按钮后，会进入手机号码登录界面。在此，运营者可以使用手机号码登录抖音号。除此之外，运营者还可以选择使用其他方式登录，点击“...”按钮，如图 1-12 所示。

步骤 04 执行操作后，弹出其他账号登录列表框，如图 1-13 所示。

步骤 05 选择“微博登录”选项，便可进入“微博登录”界面。运营者只需点击界面中的“确认”按钮，如图 1-14 所示，便可用该微博号登录抖音。



图 1-12 点击相应按钮



图 1-13 弹出列表框



图 1-14 点击“确认”按钮

1.2.2 设置名字，打造个人特色

抖音的昵称（即抖音账号名称）需要有特点，而且最好和账号定位相关。抖音修改昵称非常方便，具体操作步骤如下。

步骤 01 登录抖音 App，进入“我”界面，点击界面中的“编辑资料”按钮，如图 1-15 所示。

步骤 02 进入编辑资料界面，选择“名字”选项，如图 1-16 所示。

专家提醒

在设置抖音名字时有两个基本的技巧，具体如下。

- 名字不能太长，太长的话用户不容易记忆，通常 3～5 个字即可。
- 抖音名字最好体现人设，即看见名字就能联系到人设。人设是指人物设定，主要包括姓名、年龄、身高等人物的基本设定，以及企业、职位和成就等信息的设定。



图 1-15 点击“编辑资料”按钮



图 1-16 选择“名字”选项

步骤 03 进入“修改名字”界面，**1** 在“我的名字”文本框中输入新的昵称；**2** 点击“保存”按钮，如图 1-17 所示。

步骤 04 操作完成后，返回“我”界面，可以看到此时账号名字便完成了修改，如图 1-18 所示。



图 1-17 点击“保存”按钮



图 1-18 完成昵称的修改

1.2.3 更换头像，体现账号特色

抖音账号的头像要有特点，必须展现运营者最具特色的一面，或者展现企业的良好形象。抖音账号的头像设置主要有两种方式，具体如下。

1. “我”界面修改

在抖音“我”界面中，运营者可以通过如下步骤修改头像。

步骤 01 进入抖音 App 的“我”界面，点击头像，如图 1-19 所示。

步骤 02 进入头像展示界面，选择下方的“更换头像”选项，如图 1-20 所示。



图 1-19 点击头像

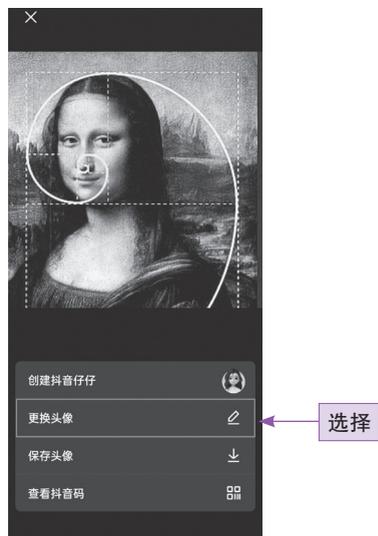


图 1-20 选择“更换头像”选项

步骤 03 操作完成后，进入“所有照片”界面，选择需要作为头像的图片，如图 1-21 所示。

步骤 04 执行操作后，进入“裁剪”界面，对图片进行裁剪之后，点击右上角的“完成”按钮，如图 1-22 所示，即可完成头像的修改。

2. 编辑资料界面修改

在编辑资料界面，运营者只需点击头像，便可在弹出的列表框中选择合适的方式修改头像，如图 1-23 所示。

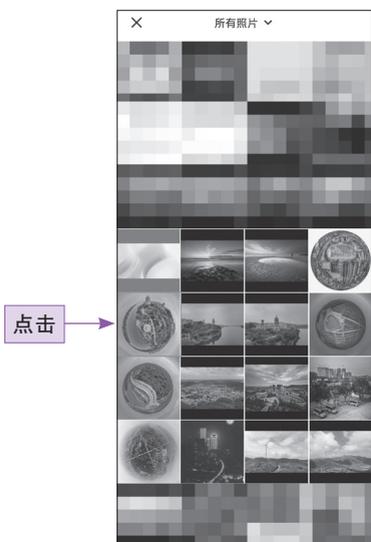


图 1-21 选择需要作为头像的图片



图 1-22 点击“完成”按钮



图 1-23 在编辑资料界面修改头像

比如，选择“从相册选择”选项之后，只需按照在“我”的界面修改的步骤 03 至步骤 04 进行操作，便可完成头像的修改。

专家提醒

在设置抖音头像时有 3 个基本的技巧，具体如下。

- 头像一定要清晰。
- 个人人设账号一般使用主播肖像作为头像。
- 团体人设账号可以使用代表人物的形象作为头像，或者使用公司名称、logo 等标志。

1.2.4 填写简介，引导用户关注

抖音的账号简介通常是简单明了，一句话解决，主要原则是“描述账号 + 引导关注”，基本设置技巧如下。

- 前半句描述账号特点或功能，后半句引导关注，明确出现关键词“关注”。
- 账号简介可以用多行文字，但一定要在多行文字的视觉中心出现“关注”两个字。
- 用户可以在简介中巧妙地推荐自身的其他平台账号，但不建议直接引导加微信。

1.2.5 更换头图，用户更加信任

账号头图就是抖音主页界面最上方的图片。部分抖音运营者认为头图不设无所谓，其实不然。图 1-24 所示为一个没有设置头图的抖音号主页，看到这张图片之后会给用户什么感觉呢？可能会让用户觉得这个主页好像缺了什么东西。而且，运营者连头图也不设置，像是没有用心在运营账号。

其实，即便是随意换一张图片，给用户的感觉也会比直接用抖音号的默认图片要好得多。不仅如此，头图本身也是一个很好的宣传场所。例如，运营者可以设置带有引导关注类文字的头图，提高账号的吸粉能力，如图 1-25 所示。



图 1-24 一个没有设置头图的抖音号主页

另外，运营者还可以在头图中展示自身的业务范围，让抖音用户一看就知道这个账号是做什么的。这样当用户有相关需求时，便会将该账号作为自己的选择之一。图 1-26 所示为利用头图吸引客户的示例。



图 1-25 通过头图引导关注



图 1-26 利用头图吸引客户的示例

那么，如何更换抖音头图呢？下面就来介绍下具体的操作步骤。

步骤 01 进入抖音 App 中的“我”界面，点击该界面上方头图所在的位置，如图 1-27 所示。

步骤 02 进入头图展示界面，点击“更换背景”按钮，如图 1-28 所示。



图 1-27 点击头图所在的位置



图 1-28 点击“更换背景”按钮

步骤 03 上述操作完成后，进入“所有照片”界面，选择需要作为头图的照片，如图 1-29 所示。

步骤 04 操作完成后，进入“裁剪”界面，对图片进行裁剪之后，点击下方的“确定”按钮，如图 1-30 所示。

步骤 05 操作完成后，返回“我”界面，头图完成了更换，如图 1-31 所示。

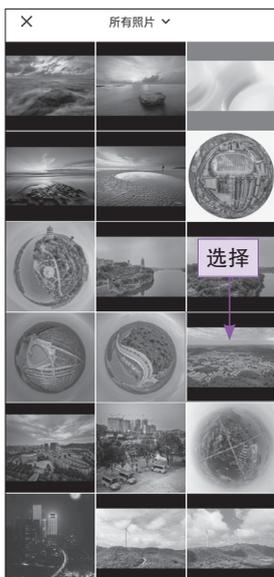


图 1-29 选择需要作为头图的照片

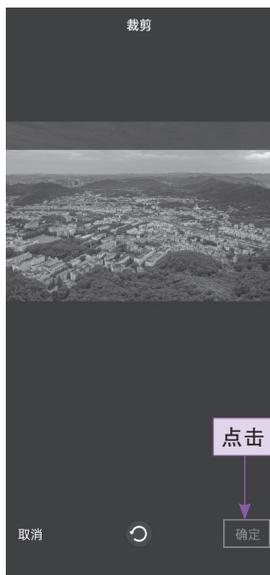


图 1-30 点击“确定”按钮



图 1-31 头图修改成功

在头图的修改过程中，如果想要获得更好的展示效果，需要适当地对图片做一些修改。比如，运营者在操作时没有太注重图片的裁剪，就很可能影响最后呈现出来的效果，可能会存在一些文字被遮挡，还有一些文字没有显示出来的问题，给用户的观感就不够好。

1.2.6 补充信息，提高资料完整度

除了名字、头像、简介和头图之外，运营者还可以对学校、性别、生日和地区等账号信息进行设置，这些信息只需进入“编辑资料”界面便可以直接进行修改。

在这4类账号信息中，学校和地区相对来说更重要一些。学校的设置，特别是与账号定位一致的学校信息设置，能让用户觉得账号运营者更具专业性，从而提高账号内容对抖音用户的吸引力。地区的设置，则能更好地吸引同城抖音用户的关注，从而提高运营者旗下实体店的流量，实现将流量从线上引至线下。

以设置学校为例，运营者进入编辑资料界面后，选择“学校”选项，如图1-32所示。操作完成后，便可进入“添加学校”界面，如图1-33所示。运营者可以在此界面对“学校”“院系”“入学时间”“学历”“展示范围”进行详细的设置。



图 1-32 选择“学校”选项



图 1-33 “添加学校”界面

信息设置完成后，点击界面下方的“保存”按钮。操作完成后，弹出学校信息修改提醒对话框，如图1-34所示。

运营者如果点击对话框中的“提交”按钮，将自动返回“编辑资料”界面。如果此时学校选项中出现了相关信息，就说明学校信息设置成功了，如图1-35所示。



图 1-34 弹出学校信息修改提醒对话框



图 1-35 学校信息修改成功

1.3 抖音账号权重的提高

抖音权重指的是某一因素相对于视频曝光度的重要程度，权重的高低影响着视频的播放量、曝光度和视频是否能上热搜。

提高账号权重，就能够获得系统更多的流量推荐，让更多的抖音用户刷到该账号发布的短视频。那么，运营者应该如何提高账号的权重和避免账号被降权呢？本节就来进行详细的讲解。

1.3.1 提高权重，提高账号曝光

抖音账号运营的过程中，需要通过“养号”来提高账号的权重，从而让账号获得更多的流量。那么，如何来提高账号的权重呢？运营者可以做好以下5个建议。

1. 用流量登录几次

用流量登录几次这个动作是必须做的。如果你的手机连了 Wi-Fi (Wireless Fidelity, 无线网络通信技术, 又称为“移动热点”), 你可以在养号阶段适当断掉 Wi-Fi 连接, 用手机流量刷一下抖音短视频, 这样能为自己



的账号加权。

2. 刷首页推荐同领域内容

刷首页推荐，找到同领域的内容也是一种有效的加权动作。有的运营者说看不见同领域的内容怎么办？比如，运营者定位的是一个非常偏门的领域，这个领域不一定能有得到首页推荐的内容，那么运营者可以主动去搜索这个领域的关键词。

比如，做家纺内容的运营者，可以去搜索家纺、被罩、窗帘、被单和枕头等关键词。通过搜索关键词，找到相关的内容，然后点击、进去观看就可以了。

3. 翻一翻抖音热榜

翻一翻抖音热榜也可以达到为账号加权的目的是。例如，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。翻看这些内容，我们可以了解广大抖音用户感兴趣的内容主要有哪些，然后将这些内容和自身定位相结合，打造更能吸引用户的抖音短视频，从而提高账号的权重。

4. 让系统记住你的位置和领域

刷同城推荐，让系统记住你的位置和领域也可以为你的账号加权。在养号阶段，运营者刷同城推荐内容是很有必要的。系统会通过你刷同城推荐获得你的真实位置，从而判断你的账号是否由虚拟机器人在进行操作。

同城的内容也要看一看，哪怕同城上没有同领域的内容，运营者也要刷一刷、看一看。这个是为了让系统能够识别你真实的位置，避免误判你是虚拟机器人在进行操作。对于机器人操作，系统是严格打击的，这样做就能有效地避免系统误判。

进入抖音 App 之后，只需点击“同城”按钮，便可以进入“同城”界面。“同城”界面中可以看到同城直播，向上滑动界面，还可以看到更多同城的抖音短视频。另外，系统会根据运营者所在的位置，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”进行选择，让系

统记住你的位置。

5. 维持账号正常的使用频率

维持抖音账号正常的使用频率，能够让系统明白运营者的账号是正常运营的。而对于正常运营的活跃账号，抖音官方自然是会进行鼓励的。当然，使用抖音也应该有节制，如果每天的使用时间过长，比如，一天刷抖音超过了12小时，那么系统也可能会将账号判定为非正常运营。

1.3.2 避免降权，保证账号的运营

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，运营者在运营过程中，特别是养号期间，一定要尽可能避免这些行为。下面就来和大家说一下可能会让抖音号降权的5种行为。

1. 频繁更改账号信息

养号阶段最好不要频繁地更改账号的相关信息，这样做账号可能会被系统判断为非正常运营。

当然，一些特殊情况修改账号信息还是有必要的。例如，注册账号时，为了通过审核，必须对账号的相关信息进行修改；又如，系统消息告知运营者，账号信息中存在违规信息，为了账号能够正常运营，有必要根据相关要求进行相应的修改。

2. 同一 Wi-Fi 登录多个账号

如果运营者用同一 Wi-Fi 登录多个账号，那么系统很可能就会认为运营者在同时运营几个抖音账号，甚至会认为运营者是在用虚拟机器人运营账号，这很可能会被判定为运营异常而受到降权处罚。

3. 养号期间随意发视频

养号期间，抖音会重新审视账号权重，运营者此时最好不要随意发布视频。因为，如果运营者发的视频各项数据都不高，抖音就会认为该账号所发布的视频质量比较差，从而对账号进行降权处理。



4. 频繁重复同一行为

有的运营者想要提高账号的活跃度，又不想花太多时间，于是选择频繁地重复某一行为。比如，有的运营者对他人的视频进行评论时，都是写“真有意思”。需要注意的是，当运营者重复用这句话评论几十次之后，系统有可能会认为该账号是用机器人在进行操作，从而对账号进行降权处理。

5. 频繁登录、退出账号

大多数用户打开抖音之后，即便因为某些事情暂时不用了，也不会退出之后马上又登录。因此，如果运营者频繁地登录又退出账号，系统自然而然就会判定该账号是虚拟机器人在进行操作，从而对账号进行降权处理。

专家提醒

如果运营者前期发布的视频流量很好，视频进入了较大的流量池，但后期发布的视频产生了违规行为，那么运营者的账号权重就会被系统降低，从而导致账号被限流甚至封号。因此，运营者一定要对发布的视频内容慎重审视，保持账号的健康运营。

1.4 抖音账号运营的技巧

在抖音平台中，运营者应该如何运营账号，才能获得流量与用户的关注？这就要求运营者把握住抖音账号运营的要点，抢占先机，为自己的账号博得流量。本节将具体讲述抖音账号运营的相关技巧。

1.4.1 运营基础，遵守抖音平台的规则

对于运营者来说，做原创才是最长久、最靠谱的一件事情。在互联网上，想借助抖音平台成功实现赢利，一定要做到两点：遵守平台规则和迎合用户的喜好。下面重点介绍抖音平台的规则。

(1) 建议不直接转发他人的视频。如果直接转发他人的视频且不注明出处，抖音平台会进行封号或者不给转发的作品作出推荐，因此不建议运营者这样做。

(2) 视频必须清晰度高, 无其他平台水印。

(3) 清楚视频推荐算法机制, 了解流量赛马机制以及抖音平台的算法机制。

1.4.2 把握时机, 选择内容发布的时间

运营者在发布抖音短视频时, 发布频率最好是一周 2 ~ 3 条, 然后进行精细化运营, 保持账号的活跃度, 让每一条视频都尽可能上热门。为了让你的作品被更多人看到, 发布的时间一定要选择在线用户数多的时候进行发布。

据统计, 用户使用抖音 App 最多的时间段是饭前和睡前, 有 62% 的用户会在这段时间内看抖音; 10.9% 的用户会在碎片化时间看抖音, 如上卫生间时或者上班路上。特别是睡前、周末和节假日这些时间段, 抖音的用户活跃度非常高。因此, 建议运营者选择在以下 3 个时间段发布短视频, 如图 1-36 所示。

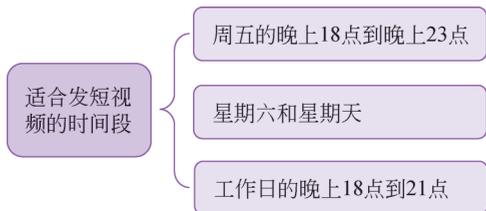


图 1-36 适合发短视频的时间段

当然, 发布视频的时间还需要运营者结合目标用户群体的具体情况, 根据职业不同、工作性质不同、领域不同等因素, 发布的时间节点也应有所差别, 因此运营者要结合内容属性和目标人群, 去选择一个合适的时间点发布内容。

1.4.3 管控内容, 不要随意删除短视频

很多短视频都是在发布了一周甚至一个月之后, 才突然开始火爆起来的, 所以这一点证明: 抖音上每个运营者的地位都是平等的, 唯一不平等的就是内容的质量。抖音账号是否能够快速获得一百万粉丝、是否能够快速吸引目标

用户的关注，最核心的点还是内容质量的高低。

这里强调一个核心词，叫作“时间性”。因为，很多运营者在运营抖音账号时有个不好的习惯，那就是当发现某个视频的整体数据很差时，就会把这个视频删除。但根据经验，运营者们最好不要删除之前发布的视频，尤其是账号还处在稳定成长的时期，删除作品对账号有很大的影响，具体表现在以下两点。

- 可能会减少作品上热门的机会，降低内容被再次推荐的可能性。
- 过往的权重会受到影响，因为账号本来已经运营维护得很好了，内容已经能够得到稳定的推荐，此时把之前的视频删除，可能会影响到账号当下已经拥有的整体数据。

这就是“时间性”的表现，那些暂时无人关注津的作品，可能过一段时间又能够得到流量扶持或再次曝光，因此运营者最好不要随意删除作品。

1.4.4 避免踩雷，规避账号运营的误区

在短视频领域，渠道运营是非常重要的工作。运营抖音账号过程中，有两部分内容运营者是一定要知道的，第一部分是平台的规则，第二部分是运营的误区。

抖音号的运营工作比较复杂，运营者不仅仅要懂内容，还要懂得如何做互动，但是内容团队往往没有充足的预算去配备完善的运营团队，所以运营者需要了解和进行很多方面的工作内容。在这样的情况下，运营者很容易陷入工作误区，抓不住工作重点。下面介绍一下最常见的4个抖音运营误区。

1. 不与用户进行互动

第一个误区是不与用户进行互动。这点很好理解，一般给作品评论的都是平台里相对活跃的用户，及时进行互动有助于吸引用户的关注，而且抖音官方也希望运营者可以带动平台的用户活跃起来。

当然，运营者不用每一条评论都去回复，可以筛选一些有想法、有意思或者有价值的评论来回复和互动。其实，很多运营者不是不知道互动的重要性，更多是因为精力有限，没有时间去做这项工作。在这里，建议运营者们

抽出一部分时间去回复用户的评论以及私信，这都是有助于积累人气、提高粉丝量的。

2. 运营渠道非常单一

第二个误区是账号运营的渠道非常单一，只做抖音账号运营。在这里，建议运营者进行多渠道运营，因为多渠道运营会帮助你获得更多的机会。而且很多渠道可能会在不经意间产生爆款，也能创造一些小惊喜，实现多平台联动。例如，运营者可以用抖音号入驻抖音盒子平台以及今日头条平台，用同一个账号同时在多个平台运营。

3. 过度地追热门

追热点的行为其实是值得推荐的，但是运营者要把握好度，内容上不能超出自己的领域。如果热点与运营者的领域和创作风格不统一，千万不能硬追热点，这样会导致账号内容的垂直度降低，粉丝黏性下降，是一种得不偿失的行为。

这点可以在抖音上得到验证。往往一个抖音视频火爆之后，创作者很难长期留住该视频带来的粉丝。因为很多运营者更多的是去抄袭而不是原创，这样很难持续产出风格统一的作品，所以就算偶然间产出了一两个爆款，也无法长期地留住粉丝。

4. 从来不做数据分析

误区四就是老生常谈的数据分析了，这是一个需要运营者长期进行的工作。数据可以暴露一些纯粹的问题，有经验的或者成熟的运营者都很关注账号的数据，并通过数据分析发现问题。

例如，账号内容的整体数据都下滑了，那么肯定是哪里出了问题。不管是主观原因还是客观原因，运营者都要第一时间排查。如果只是某一天的数据突然下滑，那么就要看是不是平台的政策有了调整。

数据分析还可以指导账号的运营策略，如分析受众的活跃时间点、粉丝群体的构成、竞争对手的活跃时间点等。

除了以上4个误区之外，其实还有很多要特别注意的方面，但这就需要大家在各自的运营工作中去发现问题和寻找解决方法了。