

第1章

账号打造：为抖音电商运营做准备

学前提示

作为一个拥有着巨大流量的平台，抖音俨然已经成为各自媒体、品牌和企业必备的运营平台。那么，抖音平台运营需要做好哪些工作呢？

这一章笔者将从账号定位、账号信息设置和抖音运营注意事项等方面，全面解读抖音电商运营的准备工作的。





1.1 确定账号定位

在进行抖音电商运营的过程中，必须做好账号定位。账号定位，简单地理解就是确定账号的运营方向。抖音号定位具体可细分为行业定位、内容定位、产品定位、用户定位和人设定位 5 个部分。可以说，只要账号定位准确，运营者就能很好地把握住账号的发展方向，获得更多消费者的认可。

1.1.1 行业定位

行业定位就是确定账号分享的内容所属的行业和领域。通常来说，运营者在行业定位时，只需选择自己擅长的领域，并在账号名字上体现自身的行业定位即可。例如，擅长摄影的运营者可以选择将摄影领域作为行业定位；擅长美食制作的运营者，可以选择将美食领域作为行业定位，如图 1-1 所示。



图 1-1 根据擅长领域做行业定位的案例

当然，有时候某个行业包含的内容比较广泛，并且抖音上做该行业内容的抖音号已经比较多了，此时，运营者便可以通过对行业进行细分，侧重从某个细分领域打造账号内容。

比如，化妆行业包含的内容比较多，这时候我们就可以通过领域细分从某方面进行重点突破。这方面比较具有代表性的，当属某位有着“口红一哥”之称的美妆类运营者了。该运营者通过重点分享与口红相关的内容，来吸引对口红感兴趣的人群。

又如，摄影包含的内容比较多，随着越来越多的人开始直接用手机拍摄视频，对手机摄影技巧感兴趣的人也越来越多，因此，某抖音号便针对这一点专门深挖手机摄影技巧，并将账号定位为手机摄影技巧的分享账号，如图 1-2 所示。



图 1-2 定位为手机摄影技巧分享的账号

1.1.2 内容定位

抖音号的内容定位就是确定账号的内容方向，据此有针对性地生产内容并进行电商运营。通常来说，运营者在做内容定位时，只需结合账号定位确定需要发布的内容即可。例如，抖音号“手机摄影构图大全”的账号定位是做一个手机摄影构图类的账号，所以该账号发布的内容以分享手机摄影构图技巧为主，如图 1-3 所示。

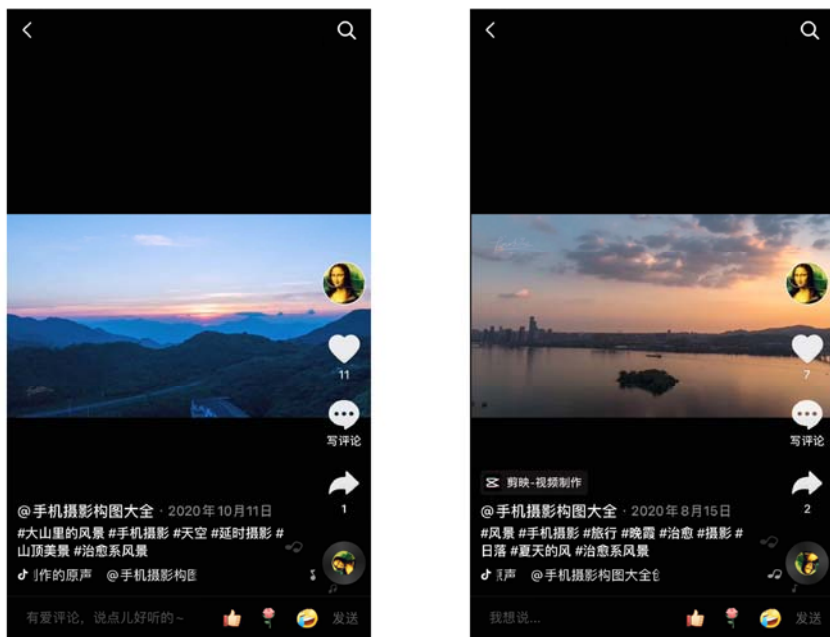


图 1-3 抖音号“手机摄影构图大全”发布的内容

运营者确定了账号的内容方向之后，便可以根据该方向进行内容的生产了。



当然，在抖音号运营的过程中，内容的生产也是有技巧的。具体来说，运营者在生产内容时，可以运用以下技巧，持续打造优质的带货内容，增强电商带货的效果，如图 1-4 所示。

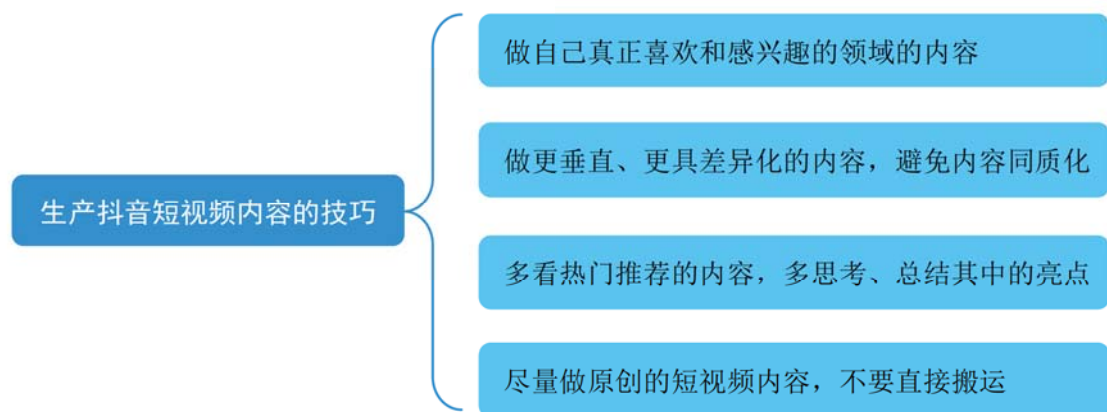


图 1-4 生产抖音短视频内容的技巧

1.1.3 产品定位

大部分运营者做抖音号运营的目的，就是希望能够借此变现，获得一定的收益。而产品销售又是一种比较重要的一种变现方式，因此选择合适的变现产品，进行产品的定位就显得尤为重要了。

那么，运营者要如何进行产品定位呢？在笔者看来，根据运营者自身的情况，可以将抖音号的产品定位分为两种：一种是根据自身拥有的产品进行定位，另一种是根据自身业务范围进行定位。

根据自身拥有的产品进行定位很好理解，就是看自己有哪些产品是可以销售的，然后将这些产品作为销售对象进行营销。

例如，某位运营者拥有多种水果的货源，于是其将账号定位为水果销售类账号。他不仅将账号命名为“××水果基地”，而且通过视频进行水果的展示，并为用户提供了水果的购买链接，如图 1-5 所示。

根据自身业务范围进行定位，就是发布与账号业务相关的短视频，然后根据短视频内容插入对应的产品链接。这种定位方式比较适合自身没有产品的运营者，这类运营者只需根据短视频内容添加他人的产品链接，便可以借助该产品的链接获得佣金收入。

例如，某位美食类运营者本身是没有产品货源的，他通过在短视频中添加他人店铺中的产品链接来获取佣金收入。如图 1-6 所示，为该账号发布的一条短视频，可以看到其便是在制作豆腐的短视频中，对豆浆机进行了展示，并为用户提供了购买链接。

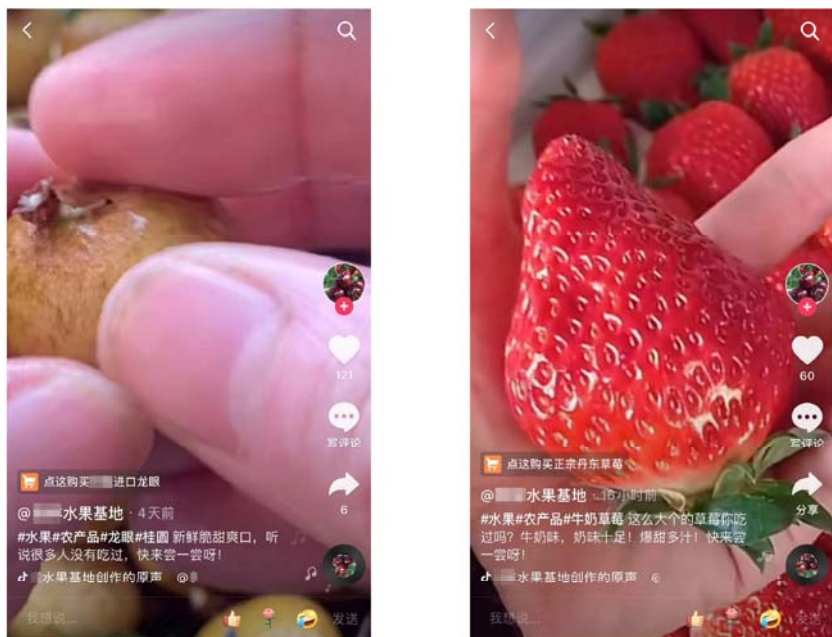


图 1-5 根据自身拥有的产品进行的产品定位



图 1-6 根据自身业务范围进行的产品定位

1.1.4 用户定位

在抖音号的运营过程中，运营者如果能够明确用户群体，做好用户定位，并针对主要的用户群体进行营销，那么账号生产的内容将更有针对性，同时内容的带货能力也将变得更强。



在做用户定位时，运营者可以从性别、年龄和地域分布等方面分析目标用户，了解用户的画像，并在此基础上更好地做出有针对性的运营策略和精准营销，让电商带货更加有的放矢。

（1）性别：可以分析账号的粉丝是男性多，还是女性多。如果你带货的产品的主要消费群体为女性，但是账号中的粉丝却是男性偏多，那你就需要有意识地多打造一些吸引女性用户的内容。

（2）年龄：可以分析账号中粉丝的各年龄段占比情况，了解粉丝主要集中在哪个年龄段，然后重点生产受这个年龄段粉丝欢迎的内容，增强粉丝的黏性。

（3）地域分布：可以明确粉丝主要集中于哪些地区，然后结合这些地区的特点和文化，生产粉丝更喜欢的内容。

在了解用户画像的情况时，我们可以适当地借助一些分析软件。例如，我们可以通过如下步骤，在飞瓜数据微信小程序中了解抖音号的用户画像。

步骤 01 登录微信 App，进入“发现”界面，点击界面中的“小程序”按钮，如图 1-7 所示。

步骤 02 操作完成后，即可进入“小程序”界面，如图 1-8 所示。



图 1-7 点击“小程序”按钮



图 1-8 “小程序”界面

步骤 03 在“小程序”界面的搜索栏中，输入“飞瓜数据”；在搜索结果界面中，点击“飞瓜数据 - 小程序”下方“飞瓜数据”所在的位置，如图 1-9 所示。

步骤 04 操作完成后，即可进入“飞瓜数据”界面，如图 1-10 所示。

步骤 05 在“飞瓜数据”界面的搜索栏中，输入需要查看用户画像的账号名称，进行账号搜索；从搜索结果中，选择对应的抖音号，如图 1-11 所示。



图 1-9 点击“飞瓜数据”所在的位置

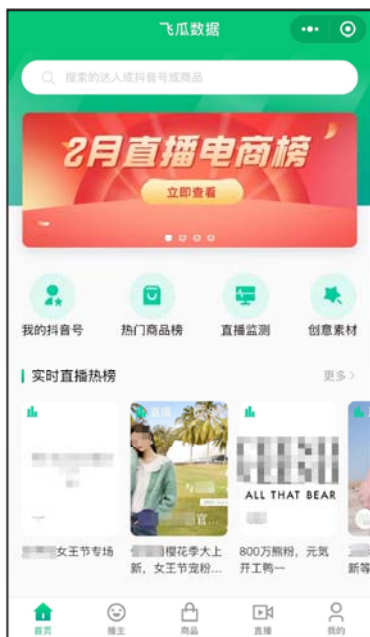


图 1-10 “飞瓜数据”界面

步骤 06 操作完成后，即可进入“播主详情”界面，查看该账号的相关情况，如图 1-12 所示。



图 1-11 选择对应的抖音号



图 1-12 “播主详情”界面

步骤 07 向上滑动页面，即可在“播主详情”界面的“粉丝画像”板块中看到“性别年龄分布”情况。除了性别年龄分布之外，还可点击查看“地域分布”“星座分布”的相关情况。如图 1-13 所示，为某账号“粉丝画像”板块中的“性别



年龄分布”和“地域分布”界面。



图 1-13 “粉丝画像”板块中的“性别年龄分布”和“地域分布”界面

1.1.5 人设定位

人设，是人物设定的简称。所谓人物设定，就是运营者通过短视频和直播内容，塑造出镜人物的典型形象和个性特征。通常来说，成功的人设能在用户心中留下深刻的印象，让用户能够通过某个或者某几个标签，快速地想到该抖音号及账号中的出镜人物。

例如，说到“反串”“一人分饰两角”这两个标签，大多数抖音用户可能首先想到的就是某个抖音号。这主要是因为该账号运营者在自己发布的短视频中，会同时扮演一位红色披肩长发的“女性”和该女性的男朋友。也就是说，这位运营者直接一人分饰两角。再加上其发布的抖音短视频内容很贴近生活，而且其人物的表达又比较幽默，因此该账号发布的内容，通常会快速地吸引大量用户的关注。

人物设定的关键就在于为主要出镜人物贴上标签。那么，如何才能快速地为人物贴上标签呢？其中一种比较有效的方式就是通过短视频内容来凸显人物某方面的特征，从而强化人物的标签。

例如，某运营者为了凸显其主要出镜人物的手工达人标签，经常会发布一些传授手工制作技巧的短视频，如图 1-14 所示。因为该账号发布的短视频中，运营者制作的手工作品看上去比较精致，再加上短视频的发布频率比较高，展示的手工作品比较多，让人觉得这位运营者懂得的手制作技巧很多，所以该账号运



营者的手工达人标签便得到了强化。



图 1-14 通过发布短视频凸显人物标签

1.2 设置账号信息

确定了账号定位之后，运营者便可以创建账号，并通过账号信息的设置，展示自身的定位，从而吸引目标用户的关注了。

那么，运营者要如何创建抖音号？如何通过账号信息的设置，更好地进行电商运营呢？这一节笔者就来回答这两个问题。

1.2.1 创建账号

在抖音中，我们无须进行复杂的账号注册操作，只需用手机号或微信等账号直接登录即可创建账号。具体来说，可以通过如下步骤，创建并登录抖音号。

步骤 01 进入抖音短视频 App 之后，点击“首页”界面中的“我”按钮，如图 1-15 所示。

步骤 02 操作完成后，进入账号登录界面。我们可以点击“本机号码一键登录”按钮，用手机号登录抖音。除了用手机号登录之外，还可以点击...图标，通过其他方式登录抖音号，如图 1-16 所示。

步骤 03 点击...图标，便会弹出其他登录抖音号方式选项。例如，我们如果要用微信号登录，可以点击...图标，如图 1-17 所示。操作完成后，便可进入微信登录确认界面，如图 1-18 所示。我们只需点击界面中的“同意”按钮，便可用微信号登录抖音。



图 1-15 点击“我”按钮



图 1-16 点击...图标



图 1-17 点击微信图标



图 1-18 点击“同意”按钮

1.2.2 账号名字

运营者可以自主地设置和修改账号的名字。具体来说，修改账号名字的操作步骤如下。

步骤 01 登录抖音短视频 App，进入“我”界面，点击界面中的“编辑资料”



按钮，如图 1-19 所示。

步骤 02 进入“编辑个人资料”界面，选择“名字”选项，如图 1-20 所示。



图 1-19 点击“编辑资料”按钮



图 1-20 选择“名字”选项

步骤 03 进入“修改名字”界面，在“我的名字”下方的输入栏中，输入新的抖音号名字；点击“保存”按钮，如图 1-21 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已完成修改，如图 1-22 所示。



图 1-21 点击“保存”按钮



图 1-22 完成账号名字的修改



在设置抖音号名字时有两个基本的技巧，具体如下。

- (1) 名字不能太长，应尽量控制在 10 字以内，太长的话用户可能记不住。
- (2) 名字要体现出账号的行业定位，让用户明白你主要是做哪方面的内容。

1.2.3 账号头像

在抖音短视频 App 中，运营者可以通过如下两种方式设置账号头像。

1. 在“我”界面中设置

在抖音短视频 App 的“我”界面中，运营者可以通过如下步骤设置头像。

步骤 01 进入抖音短视频 App 的“我”界面，点击界面中的抖音号头像，如图 1-23 所示。

步骤 02 进入头像展示界面，点击下方的“更换头像”按钮，如图 1-24 所示。



图 1-23 点击抖音号头像

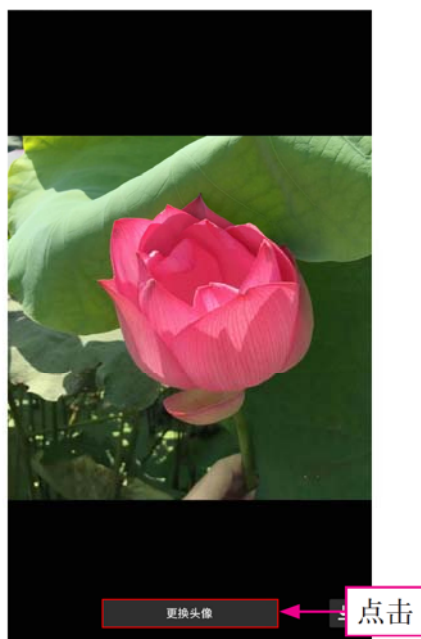


图 1-24 点击“更换头像”按钮

步骤 03 操作完成后，弹出头像修改方式提示框，如图 1-25 所示。运营者可以通过“拍一张”或“相册选择”的方式设置账号头像。这里笔者以“相册选择”方式设置账号头像为例进行说明。

步骤 04 选择“相册选择”选项之后，从相册中选择要作为账号头像的照片，如图 1-26 所示。

步骤 05 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 1-27 所示。

步骤 06 操作完成后，返回“我”界面，便可以看到头像修改完成了，如



图 1-28 所示。



图 1-25 选择“相册选择”选项



图 1-26 选择要作为账号头像的照片

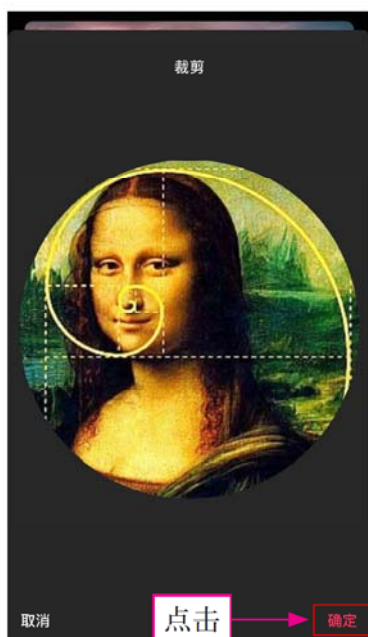


图 1-27 点击“确定”按钮



图 1-28 完成头像修改

2. 在“编辑个人资料”界面中设置

在“编辑个人资料”界面中，运营者只需点击头像，便可在弹出的提示框中选择设置头像的方式，如图 1-29 所示。



图 1-29 在“编辑个人资料”界面中设置头像

如选择“相册选择”选项之后，只需按照在“我”界面中设置账号头像的步骤 04 至步骤 06 操作，便可完成头像的设置。

设置抖音号头像有两个基本的技巧，具体如下。

（1）头像一定要清晰。

（2）个人账号的头像一般使用运营者的肖像；企业账号的头像可以使用代表人物的肖像或者使用公司名称、品牌 Logo 等。

1.2.4 账号简介

在抖音号简介中，运营者可以对带货领域、品种和品牌等进行说明；可以留下微信号等联系方式，以更好地与潜在顾客进行沟通；甚至可以直接写明账号直播的时间，以吸引更多用户观看直播。具体来说，运营者可以通过如下步骤设置抖音号的简介内容。

步骤 01 进入“编辑个人资料”界面，选择界面中的“简介”选项，如图 1-30 所示。

步骤 02 操作完成后，进入“修改简介”界面。在界面中，输入简介内容；点击“保存”按钮，如图 1-31 所示。

步骤 03 操作完成后，返回“我”界面，便可以看到设置成功的简介内容，如图 1-32 所示。

抖音号的简介内容通常要做到简单明了，让用户看到之后就能把握住重点信息，其基本设置技巧如下。



图 1-30 选择“简介”选项



图 1-31 点击“保存”按钮



图 1-32 简介内容设置成功

(1) 为了更好地吸引用户关注账号，运营者可以在简介的前半部分描述账号的特点或功能，后半部分引导用户关注账号。

(2) 在简介中引导用户添加你的微信号时，尽量避免直接使用“微信”这个字眼，可以使用“VX”“V”“微X”等来代替“微信”，如图 1-33 所示。



图 1-33 用“V”代替“微信”

1.2.5 账号头图

抖音号头图就是指抖音号主页界面上方的图片。部分抖音运营者认为头图设置不设置无所谓，其实不然。

如图 1-34 所示，为一个只有抖音默认头图的抖音号主页。看到这张图片之



后你有什么感觉呢？笔者的感觉是，这个主页好像缺少什么东西，而且运营者连头图都不设置，像是没怎么用心运营。



图 1-34 只有抖音默认头图的抖音号主页

其实，即便是随意换一张图片，感觉也比直接用抖音的默认头图要好得多。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，以提高账号的吸粉能力，如图 1-35 所示。



图 1-35 在头图中引导用户关注账号

又如，运营者还可以在头图中展示自身的业务范围，让用户一看就知道你带的是哪方面的货或提供哪方面的服务，如图 1-36 所示。这样，当用户有相关需求时，便会将你作为重要的选择项。

那么，如何设置抖音号的头图呢？下面笔者就来介绍具体的操作步骤。

步骤 01 进入抖音短视频 App 的“我”界面，点击界面上方头图所在的位置，



如图 1-37 所示。



图 1-36 在头图中展示账号提供的服务

步骤 02 操作完成后，进入头图展示界面，点击界面下方的“更换”按钮，如图 1-38 所示。



图 1-37 点击头图所在的位置

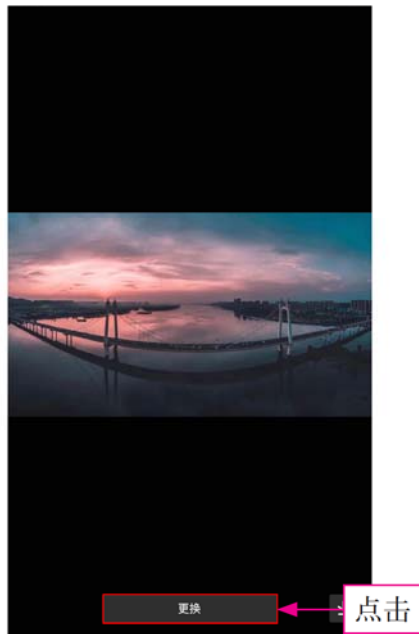


图 1-38 点击“更换”按钮

步骤 03 操作完成后，弹出头图设置方式提示框，如图 1-39 所示。大家可以通过“拍摄”“相册选择”或“从默认图库选择”等方式进行账号头图的设置。这里笔者以用“相册选择”方式设置账号头图为例进行说明。

步骤 04 选择“相册选择”选项之后，从相册中选择要作为账号头图的照片，如图 1-40 所示。



图 1-39 弹出头图设置方式提示框



图 1-40 选择要作为账号头图的照片

步骤 05 操作完成后，进入“裁剪”界面，如图 1-41 所示。在该界面中可以裁剪和预览头图展示效果。裁剪完成后，点击下方的“确定”按钮。

步骤 06 操作完成后，返回“我”界面，如果头图完成了更换，就说明头图设置成功了，如图 1-42 所示。

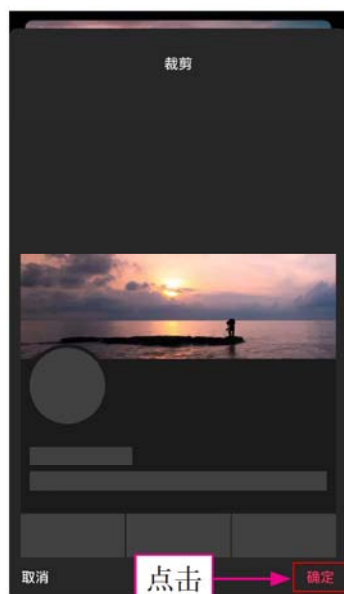


图 1-41 “裁剪”界面



图 1-42 账号头图设置成功

1.2.6 其他信息

除了名字、头像、简介和头图之外，运营者还可以对性别、所在地、学校和家乡等信息进行设置。这几类信息的设置方法基本相似，下面笔者以设置学校为



例，介绍操作步骤。

步骤 01 进入“编辑个人资料”界面，点击“学校”右侧的“点击设置”按钮，如图 1-43 所示。

步骤 02 操作完成后，进入“添加学校”界面，如图 1-44 所示。在该界面中，运营者可以对学校、院系、入学时间、学历和展示范围进行设置。



图 1-43 点击“点击设置”按钮



图 1-44 “添加学校”界面

步骤 03 信息设置完成后，点击界面上方的“保存”按钮，如图 1-45 所示。操作完成后，返回“编辑个人资料”界面。如果此时“学校”右侧显示了相关信息，就说明学校信息设置成功了，如图 1-46 所示。



图 1-45 点击“保存”按钮



图 1-46 学校信息设置成功



1.3 账号运营的要点

面对火爆的抖音，普通用户如何才能正确地做好运营，甚至让它为我们带来一笔不菲的收入呢？这就需要运营者重点掌握抖音号运营的要点了。

1.3.1 遵守平台的规则

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，想借助平台成功地变现，一定要做到两点：遵守平台规则和迎合用户的喜好。下面重点介绍抖音的一些平台规则。

（1）不建议做低级搬运。例如，对于带有其他平台特点和图案的作品，抖音平台对这些低级搬运的作品会直接封号或者不给予流量推荐，因此不建议大家做。

（2）视频必须清晰无广告。

（3）要清楚视频推荐算法机制。首先，给你推荐一批人，比如先给 100 人看你的视频，这 100 人就是一个流量池。假如这 100 人观看视频之后，反馈比较好，有 80 人完全看完了，有 30 人给你点赞了，有 10 人发布了评论，系统则会默认你的视频是一个非常受欢迎的视频，因此会再次给视频推荐到下一个流量池。

比如第二次推荐给 1000 人，然后再重复该过程，这也是我们经常看到一个热门视频连续好几天都能刷到首页的原因。当然，如果第一批流量池的 100 人反馈不好，这个视频自然就得不到后续的好的推荐了。

（4）账号权重。笔者之前分析了很多账号，发现那些抖音普通玩家上热门有一个共同的特点，那就是给别人点赞的作品很多，最少的都上百了。这是一种模仿正常用户的玩法，如果一上来就直接发视频，系统可能会判断你的账号是一个营销广告号或者小号，会审核屏蔽等。具体的提高权重的方法如下。

- 使用头条号登录。用 QQ 登录今日头条 App，然后在抖音的登录界面选择今日头条登录即可。因为抖音是今日头条旗下的产品，通过头条号登录，会潜在地增加账号权重。
- 采取正常用户行为。多给热门作品点赞、评论和转发，选择粉丝越多的账号效果越好。如果想运营好一个抖音号，至少前 5 ~ 7 天先不要发作品，就在空闲的时候去刷一下别人的视频，然后多关注和点赞，哪怕后期再取消关注，你也要多做这些工作，让系统觉得你是一个正常的账号。

1.3.2 选择发布的时间

在发布抖音短视频时，笔者建议大家的发布频率是一周至少 2 ~ 3 条，然



后进行精细化运营，保持视频的活跃度，让每一条视频都尽可能地上热门。至于发布的时间，为了让你的作品能被更多的人看到，火得更快，一定要选择在抖音粉丝在线人数多的时候进行发布。

据统计，饭前和睡前是抖音用户最多的使用场景，有 62% 的用户会在这段时间看抖音；10.9% 的用户会在碎片化时间看抖音，如上卫生间或者上班路上。尤其是睡前和周末、节假日这些时间段，抖音的用户活跃度非常高。因此，笔者建议大家将短视频的发布时间控制在以下 3 个时间段，如图 1-47 所示。

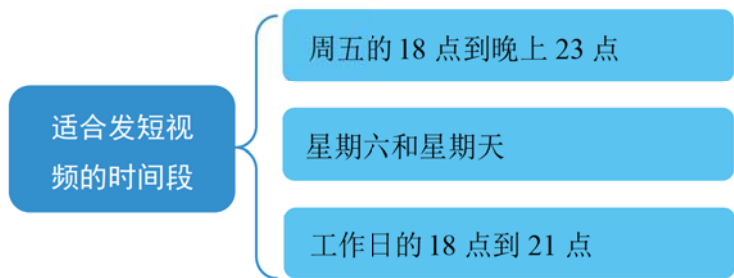


图 1-47 适合发短视频的时间段

同样的作品在不同的时间段发布，效果肯定是不一样的，因为流量高峰期人多，那么你的作品就有可能被更多的人看到。如果用户一次性录制了好几个视频，千万不要同时发布，每个视频发布时中间至少要间隔一小时。

另外，发布时间还需要结合目标用户群体的时间，因为职业不同、工作性质不同、领域不同以及内容不同等因素，发布的时间节点也会有所差别，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。

1.3.3 注重团队的力量

一个人要想做好短视频也是可以的，很多优秀运营者的短视频创作都是一个人完成的。有的自己拍一些唱歌跳舞的短视频，就能积累上百万的粉丝。甚至有的通过自己一个人坐着，对着镜头说话来拍摄一些短视频就能够火爆。不过，这种情况毕竟是少数，而且随着账号的发展，账号运营的难度越来越高，一个人很难忙得过来。

所以，大家可以考虑组建一个多人的专业抖音运营团队，每天只生产一条内容优质的短视频。在这样一种高质量、高强度以及高专业的情况下，生产出来的内容会更加受欢迎。

因为现在大家都用碎片化的时间来观看内容，如果是十几分钟甚至几十分钟的视频，有很多人不一定愿意看完，但如果是 15 秒或者 1 分钟的短视频，就会有很多人愿意看完。但是，如果短视频只有 15 秒，却没有给用户呈现出你想要表达的效果，那么用户可能看到第 7 秒或第 10 秒的时候就退出了，这对于团队



创作的信心打击还是很大的。

当然，在创建抖音团队时，高效率是大家共同追求的目标，我们可以通过以下方法打造一个高效的抖音团队。

1. 树立团队目标

抖音团队要制定一个运营目标，而且这个目前还必须明确和统一，然后大家通过共同努力配合来实现这个目标。

2. 选择团队成员

人是团队中不可缺少的元素，各种事情都需要人来完成。因此，要选择合适的团队成员，以便组建一支高效的抖音团队。

3. 做好团队定位

将抖音团队放在什么位置、选择谁作为团队领导者，以及各个团队成员的任务安排等，都必须做好明确的定位。

4. 进行权限分配

分配好团队成员的管理权限，如信息决定权、营销计划决定权等。

5. 制订工作计划

计划就是完成目标的具体工作程序，团队必须制订一套可行的方案，所有的团队成员都需要严格按照计划进行操作，一步步地实现目标。

抖音团队的主要成员包括导演、编剧、演员、摄影师和剪辑师等。其中，演员是很重要的角色，尤其是在真人出镜的短视频内容中，演员一定要有很好的表演能力或者较高的颜值，这些是吸引用户持续关注的必要条件。

1.3.4 不要随意删除视频

很多短视频都是在发布了一周甚至一个月以后，才突然开始火爆起来的，这一点给了笔者一个很大的感悟，那就是抖音上其实人人都是平等的，唯一不平等的就是内容的质量。抖音账号是否能够快速地吸引目标用户的眼球，最核心的点还是内容。

所以，笔者很强调一个核心词，叫“时间性”。因为很多人在运营抖音时有一个不好的习惯，那就是当他发现某个视频的整体数据很差时，就会把这个视频删除。笔者建议大家千万不要随便删除你之前发布的视频，尤其是你的账号还处在稳定成长的时候，删除作品对账号有很大的影响，具体有以下两点。



(1) 可能会减少你上热门的机会，减少内容被再次推荐的可能性。

(2) 过往的权重会受到影响。因为你的账号本来已经运营维护得很好了，内容已经能够很稳定地得到推荐，此时把之前的视频删除，可能会影响你当下已经拥有的整体数据。

这就是“时间性”的表现，那些默默无闻的作品，可能过一段时间又能够得到一个流量扶持或曝光的机会，因此我们唯一不能做的就是删除作品。

1.3.5 分析数据做好复盘

要想成为优秀的抖音运营者，除了做好日常的运营工作之外，还要进行必要的数据复盘。复盘不是简单地总结，而是对过去所做的全部工作进行一个深度的思维演练。抖音运营复盘的作用主要体现在4个方面，具体如下。

- (1) 了解抖音账号运营的整体规划和进度。
- (2) 看到自身的不足和对手的优势等。
- (3) 能够站在全局的高度和立场，看待整体局势。
- (4) 找出并剔除失败因素，重现并放大成功因素。

总的来说，抖音的复盘就是回顾运营情况，并在此过程中分析和改进运营中出现的各种问题，从而优化方案。抖音的运营与项目管理非常相似，成功的运营离不开好的方案指导。只有采用科学的复盘方案，才能保证抖音的运营更加专业化。

对于运营者来说，复盘是一项必须学会的技能，是个人成长的重要能力，我们要善于通过复盘来将经验转化成能力，具体的操作步骤如下。

1. 回顾目标

目标就好像是一座大厦的地基，如果地基没有建好，那么大厦就会存在很大的隐患，而不科学的目标可能会导致抖音运营的失败。因此，我们在做抖音运营之前，就需要拟定一个清晰的目标，并不断地回顾和改进。

2. 评估结果

复盘的第二个任务就是对比结果，看看是否与当初制定的目标有差异，主要包括刚好完成目标、超额完成目标、未完成目标和添加新目标4种情况，分析相关的结果和问题，并加以改进。

3. 分析原因

分析原因是复盘的核心环节，包括成功的因素是什么和失败的根本原因是什么。例如，发布的短视频为什么没有人关注，或者哪些短视频成功地吸引到大量



的粉丝关注等，将这些成功或失败的原因都分析出来。

4. 总结经验

复盘的主要作用就是将运营中的所有经验转化成个人能力，因此最后一步就是总结出有价值的经验，包括得失的体会，以及是否有规律性的东西值得思考，还包括下一步的行动计划。

1.3.6 规避运营的误区

在短视频领域，渠道运营是非常重要的工作。在做短视频渠道运营的过程中，有两块内容我们一定要知道，第一部分是渠道的规则，第二部分是运营的误区。

短视频运营的工作比较复杂，不仅要懂内容，还要懂得渠道能做互动，但是往往由于没有充足的预算配备完善的运营团队，所以导致运营者会涉及很多方面的工作内容，一不小心就会陷入工作误区，抓不住工作重点。下面给大家介绍最常见的 5 个抖音运营误区。

1. 精力只放在后台的使用

第一个误区就是过度地把精力放在后台的使用上。很多短视频运营者都是从公众号运营转过来的，在做公众号运营的时候，我们发布之前会先发预览，发布成功之后也会第一时间去浏览，在这些场景中我们都是用户的身份。

但是在做短视频运营的时候，我们往往只注重后台操作，发行之后也不会到每个渠道去查看，这样的做法是非常不对的。因为每个渠道的产品逻辑都不同，如果不注重前台的使用，就无法真正了解这个渠道的用户行为。

2. 不与用户进行互动

第二个误区是不与用户做互动，这点很好理解，一般发表评论的都是渠道中相对活跃的用户，及时有效的互动有助于吸引用户的关注，而且渠道方也希望创作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，但更多的是因为精力有限，没有时间去实践，还有的就是因为懒。

3. 运营渠道非常单一

第三个误区是运营的渠道非常单一。建议大家进行多渠道运营，因为多渠道运营会帮助你发现更多的机会，而且很多渠道可能会在不经意间产生爆款，也能增加一些小惊喜。



4. 过度地追热点

追热点其实是值得推荐的，但是要把握好度，内容上不能超出自己的领域，如果热点与自己的领域和创作风格不统一，千万不能硬追热点。

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带来的粉丝。因为很多创作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，也无法黏住粉丝。

5. 从来不做数据分析

误区五就是我们老生常谈的数据分析了，这是一个需要长期进行的事情。数据可以暴露一些纯粹的问题，比如账号在所有渠道的整体播放量下滑，那么肯定是哪里出了问题。不管是主观原因还是客观原因，我们都要第一时间排查，如果只是某个渠道突然下滑，那么就要看是不是这个渠道的政策有了调整。

除了监控之外，数据分析还可以指导我们的运营策略，比如分析受众的活跃时间点、竞争对手的活跃时间点等。

以上是抖音运营中比较常见的5个误区，其实还有很多，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。