



网络短视频营销

Online Short Video Marketing

主讲人 田丰

项目八

网络视频“吸粉”

PART1 “人设魅力” 实现吸粉



“吸粉”，和前面课程提到的“引流”有着根本的区别。“引流”顾名思义，就是吸引流量，把观众吸引到自己的账号里来，而“吸粉”则是在“引流”的基础上，把通过某种手段吸引来的观众转化为“粉丝”的操作。“引流”是基础，“吸粉”是目的，想要有效增加粉丝数量，二者缺一不可。



01 创建一个好人设

重要提示：人设的核心是建立信任感

海设的核心是构建其感化的完美，如也没有的美物形象，特定用语，看到只有把美而抽象化的部分，才能更好地支撑起那些具象化的部分。入设的打造是一个漫长的过程。它既有抽象化的体现，也有具象化的表现，生疏好像，一座冰设的海面，是欺骗，是使抽象化的体现，鲜如我们的独观，我们的想要打造鲜活的个人魅力，人物性格原则。



01

与观众“情趣共振”

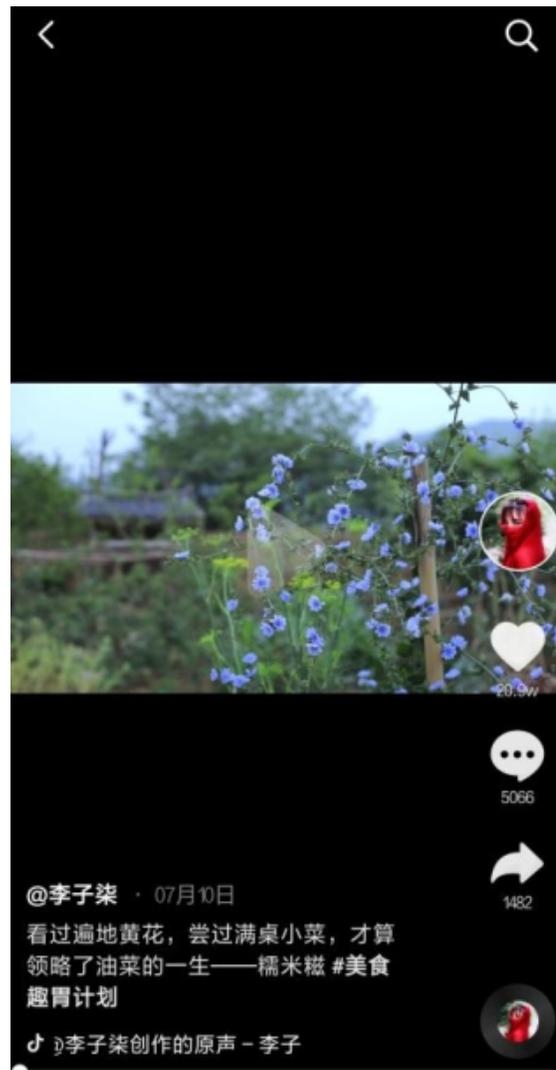
优质的节目通常都要满足观众的某种精神需求，可以是共鸣感，也可以是某种幻想，精神层面的交流是获取粉丝忠诚度的关键。

一方面是说出粉丝的心声，更加精准犀利的表达观点。



这一类视频中大部分搞笑类节目的爆款，都是凭借着重击观众的痛点笑点脱颖而出，例如抖音红人阿溪——精神小伙式的方言说唱，如图所示。

另一方面是寄托观众的一些向往。如《李子柒美食》《野食小哥》等乡村生活的节目，就在一定程度上安放舒缓了都市白领的日常焦虑。



02

好恶分明，多形式立体展示

三观性格经历背景是必选项，**从细节入手，搭建起有血有肉逻辑自洽的人物**。想要建立好的人设需要对待事物表达自己的态度，喜怒哀乐情绪丰富，有笑点有泪点有底线，将自己的观点融合在视频内容里。

如《Papi酱》虽擅长精分搞笑，但在视频中多次表达平台的立场，嘲弄了不合时宜讲黄色笑话的男性、讽刺了社会对女性的严苛要求等。

除去节目中的表演，也可以在多种渠道上展示日常生活，加大曝光程度，用的立体感。

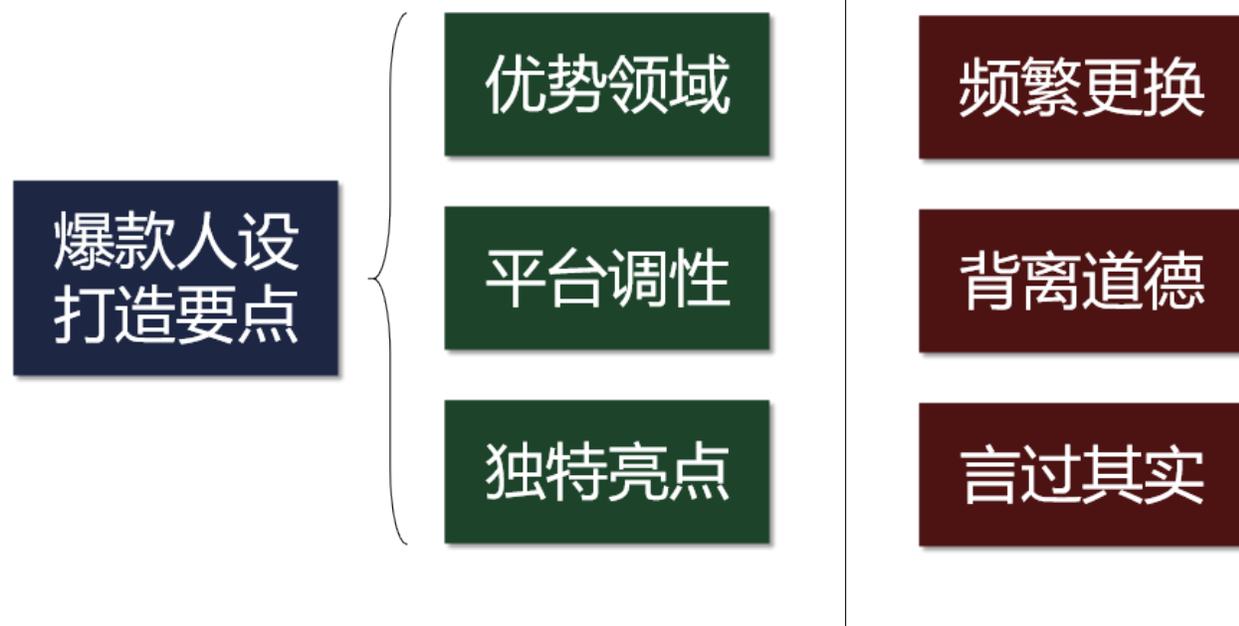


02 “人设” 吸粉的技巧

重要提示：从正面反面两个角度认识人设吸粉的要点

“人设”吸粉的技巧

简言之，通过“人设”吸粉的要点有六个，其中三个为正面要点，需要尽力落实到实际营销工作中，其余三个为负面反面要点，需要在实际营销工作中避免踩坑。



(1) 正面要点

优势领域

即在人设塑造的全过程中都要**在自己擅长的领域中进行**。在设计短视频人设之前，一定要对人物的优势做一个充分的分析总结。擅长什么领域、适合什么类型，基于此进行展开规划，更容易做出成绩。



ADVANTAGE

平台调性

即在多个平台同时运营的个人或组织，需要严格区分各个平台的基本调性、价值观，并且做出不同的对策，采取差异化的运营方针。以抖音来说。抖音短视频的宣传口号是：**记录美好生活**。用户在这里的需求是正能量、积极向上、符合大众价值观的。那么，在打造短视频人设时就需要遵循这一基本原则。



独特亮点

即人设一定要有自己的独特性和亮点。不仅是为了向观众输出独特、新颖的内容，更是要避开短视频平台的“消重机制”，避免发布的内容与内容库中的既有内容相似度过高导致限流。



(2) 反面要点

频繁更换

即频繁更换短视频的人设。频繁更换人设的短视频账号将面临巨大的粉丝流失风险。一个相对稳定清晰的人设对于短视频账号的推广程度、垂直度、账号权重等多个维度的指标都至关重要。观众并不会时刻关注自己的账号内容变化，而是为自己的账号贴上一个标签。

“人设”吸粉的技巧

一旦观众发现账号转型了，且新内容质量没有远超出既往内容，就有相当大的概率直接取消关注。如在快手、抖音、B站等平台上进行手工趣味制作的@手工耿，一旦转型为电影鉴赏、服装评测类的账号，则活跃关注者进行取关的概率相当高。



背离道德

即对自己的言行缺乏约束，将自己背离道德的一面展现在公众视野中。在日常生活中，或是运营影响力较弱的账号，输出少量背离道德的内容并不会有显著的不良影响。但如果账号的影响力足够大，自己的一言一行都会暴露在公众视野中，任何背离道德的行为都会推动账号被封杀。



言过其实

即给人物设定指定过高的目标以及塑造过高的形象。一旦撑不起不符合现实的人设，便会出现“人设崩塌”之类的负面评价，俗称“打脸”。过多的负面评价显然不利于账号的持续运营，需要花费额外的时间精力金钱进行公关，直接影响了账号收益。打造短视频人设应该结合自己的准确实力，略微进行美化即可。



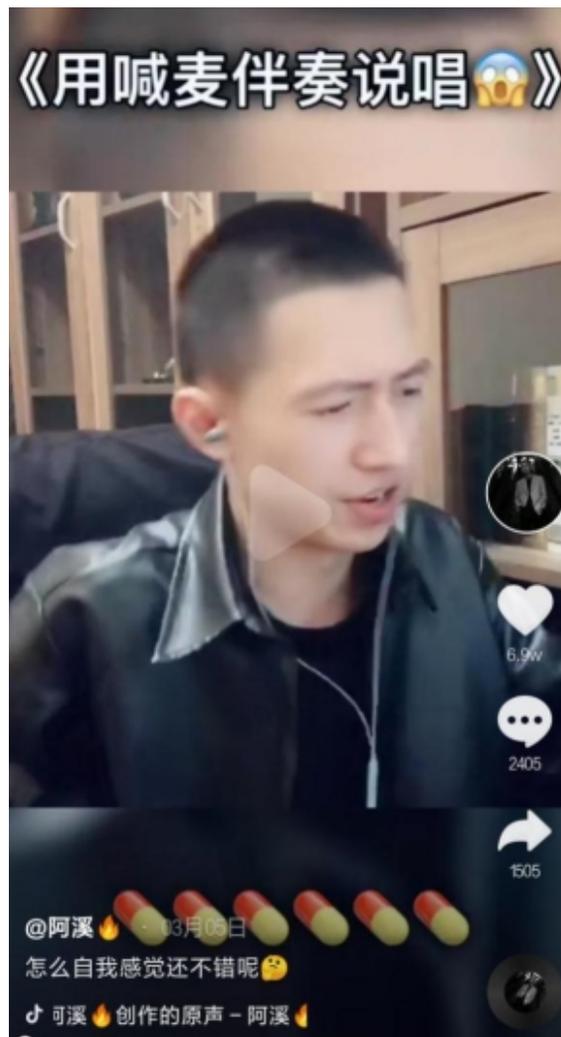
【案例展示】

阿溪：精神小伙式的方言说唱

以“精神小伙”身份胜利出位的@阿溪现在粉丝总量为1000万。值得注意的是，@阿溪在抖音上的增粉态势并非一帆风顺的。此前，他会在抖音中发布一些搞笑段子或唱歌片断，但一直表现得不瘟不火，但是在他确立了富有江湖气味的精神小伙式说唱作风以后，其粉丝量涌现奔腾式增进趋向。



就如视频底部的许多批评所说的那样，看他的视频，听他的方言说唱时会发生一种巧妙的“上头”、“洗脑”感，很轻易让人沉醉其中，也恰是在确立了这类奇特、一致的视频作风后，@阿溪 迎来了他的粉丝增进点。



剖析其前后的内容差异，阿溪粉丝完成增进的缘由主要有几个：

①风格的统一。在前期时阿溪的视频发布较“杂”，不论是内容，还是表现情势，都未构成让人一眼可以分辨出的特征；而后期阿溪的视频在内容和作风上都做出了统一，可以更快地在用户脑中构成影象点。

②人设的确立。我们来细致看看他现在的视频，就会在脑中树立一个这样的形象：一个具有江湖气味的四川小伙，以精神小伙的打扮配合着走位说着充溢了江湖风味的四川rap，再配上三分屏、魔性背景音乐，几种元素交织在一起，阿溪“精神小伙”式的独特人设和视频作风就被打造了出来。

“人设”吸粉的技巧

③视频在后期剪辑、音乐、画面上都带来了一种充溢魔性的沉醉感，牢牢抓住用户注意力，在这类作风之下，红人自身的特性也得以越发凸显。无论是精力小伙气魄，还是融进了人生百态的江湖气方言说唱，都成为支持用户关注的鲜亮特质。





感谢观看，欢迎分享

Thank you for watching & WELCOME TO SHARE WITH ME