

项目四 优质短视频选题与内容策划

任务三 实战案例（一）

电子教案

课 题	实战案例（一）				
授 课 班 级		授 课 时 间		课 时	1 课时
教 学 目 标	知识目标	了解各个品类的商品选题侧重点			
	能力目标	掌握商品选题思路以及内容方向			
	德育目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有可持续发展的学习与适应能力 2. 具有良好的心理素质 3. 具备良好的职业素养和强烈的商业信誉观 4. 具有良好的团队协作意识和沟通、协调能力 5. 具有良好的社会责任意识 			
教 材 分 析	重 点	通过本项目内容的学习，了解自身定位的重要性以及方法			
	难 点	掌握根据产品种类的不同差异化打造人设的思路			
	关 键	掌握短视频策划过程中针对不同品类的商品的不同对策			
教 学 方 法	教法分析	讲授法、案例分析法			
	学法分析	小组学习法			
教 具	多媒体				
教 学 过 程	教学分析	教 学 内 容			教师调控 学生活动
板 书 设 计	板书设计 紧扣本课 教学重 点，突出 课程设计的内涵与 主旨，帮	项目四 优质短视频选题与内容策划 任务三 生鲜农产品的选题与内容策划 一、生鲜农产品的选题与内容策划 二、日常生活用品的选题与内容策划 三、服装服饰产品的选题与内容策划 四、化妆品的选题与内容策划			板书设计 课前思考

	助学生掌握知识、理解知识。		
教 学 过 程	教学分析	教学内容	教师调控 学生活动
导 入 新 课	教师引入本课导语，学生在讨论中思考相关的学习内容	通过知识讲解引入新课，引导学生进入课堂。	教师启发，学生认真思考问题，积极回答
新 授	使学生的注意力跟着老师共同进入课堂 增加学生的专业知识	<p>一、生鲜农产品的选题与内容策划</p> <p>近两年来，短视频的发展突飞猛进，生产成本低、传播速度快等特点，使得其覆盖范围极速扩张，影响力越来越大。随着 5G 时代到来，未来的电商模式由图片展示变成视频在线观看，这是必然的趋势。对于农村电商来说，发展“短视频+生鲜农产品”模式也是促进农产品线上线下销售的有力手段。</p>	课件展示 图示说明



图 4-36

1、内容方向

(1) 看清自己的角色定位

很多人也想要通过短视频获取流量，那就明确这个目的。但不少人可能刚开始玩抖音，不懂得如何运作，抱着试试的态度去了，也去观看别人的作品，在无意识之下可能就转化为“观众”，找不准自己的定位。这也是很多人玩不来短视频的根本原因。

而有些人在玩短视频之初，就非常清楚自己不是观众，而是为观众们生产视频的创作者。既然身为创作者，那么最该做的事情就是：发挥主观能动性，去认知这个平台。通过各方面途径去了解这个平台的规则、玩法以及推荐机制。

生鲜果蔬电商类产品，首先得抓住自己的目标方向，是以品宣为主，还是针对 B 端用户还是 C 端用户，自身要有明确的定位。

		<p>(2) 做好内容定位</p> <p>想要通过抖音这样自媒体平台、创作平台收获流量，必须明白，核心绝对是：内容。</p> <p>(3) 内容一定要让用户有获得感</p> <p>无论是搞笑内容、音乐、美食或者生活技巧亦或是农产品，我们必须能让看到我们的视频的人，有所收获。一位抖音大咖说：“一定要让用户感受到关注我之后的一个价值。他关注我之后，能够获得什么，这个才是把帐号做起来的关键点。</p> <p>2、十一种特色玩法</p> <p>玩法一：短视频就是一种工具，赋能的载体就是特色农产品。</p> <p>没太多技术含量，只要抓住产品本身的特点，加上拍摄地点环境和个人讲解就可以了，农产品拍摄最好在生长原地拍摄最好。</p> <p>玩法二：农产品从种植到生产，再到后期加工的流程，这些都可以短视频内容 IP 化。</p> <p>比如核桃，用短视频记录核桃的生长过程，还有核桃深加工为核桃油、枣夹核桃、琥珀核桃等等，都可以作为短视频内容 IP 化的素材。内容垂直，所有的视频内容和直播内容都尽量围绕主题，内容不可复杂多样，增加粉丝垂直度。</p> <p>玩法三：打造农产品代言人。</p> <p>用一个有特点的人作为家乡农产品代言人，可以是明星、网红，也可以是扶贫带头人、产业带头人，或是地方领导，等等。提升个人形象，经常互动，培养粉丝黏性，</p>	
--	--	---	--

也是一个很好的途径。利用短视频和直播，加上农村的生活故事，农副土特产品的故事，以本身的故事带大家对农产品的喜爱和期待。

玩法四：注重农产品的形象。

农产品不仅仅可以吃，还可以玩。做成农产品乐园，把农产品动漫化，给予农产品人物的感情色彩，这样便于人们去接受，去热爱，去喜欢这些农产品，这些这也是短视频的素材。同样，在售后服务、产品开发等方面，拥有更多的专业人员，能够为消费者树立更好的品牌形象，可以线上营销线下销售。

玩法五：把农产品和其他的行业领域结合在一起，和相关的节庆活动绑到一起。

短视频+直播+农产品+节庆活动是一种更好的推广方式。最近两年举办的农民丰收节活动就是政府背书，就是助力农产品线上线下销售，服务三农的新举措。

玩法六：种植户和中间销售方结合起来，农产品销售的主要对象在城市。

有人觉得种植户视频直播应该在城市生鲜连锁店里面获取，客户可以在生鲜店里通过视频了解生产过程还可以提问，这样也就解决了对农产品安全信任问题！毕竟农产品消费的主战场在城市社区。

玩法七：如今短视频内容 IP 化受到越来越多的关注。

人们不仅仅是要从短视频中获得美的视觉享受，还可以从短视频的内容中可以获得一定的知识技能，满足自己对知识的渴求。因此，农产品销售可以与美食、生活等技能型短视频结合起来。

		<p>玩法八：一条出色的短视频不仅要内容优秀，剪辑的节奏，镜头的组合，色彩光鲜的搭配…都需要精雕细琢。</p> <p>短视频是源于生活高于生活的艺术，呈现出来的东西至少是有观赏性的，单纯的记录，枯燥的画面，干涩的台词，这些是不足以打动用户的，有故事的情节才能深入人心。</p> <p>玩法九：拍短视频和直播需要投入大量的人力物力，需要具备比较高的素质才能做好，需要前期积累大量粉丝才能带动农产品卖货。</p> <p>没有粉丝就没有曝光量和粘度，你直播和拍出来的短视频没人看，你想要卖农产品也没人知道，农产品就卖不出去。如果自己能力有限，可以找有实力的平台或者网红合作。</p> <p>玩法十：网上销售平台选择很重要，平台有多种多样，有电商平台、社交平台、自媒体平台，短视频平台。</p> <p>看数据，还要根据自己的资金，人员能力，知识水平，推广费用等等，一起考虑，不要大而全，选择一两个，集中精力尽量做好即可。</p> <p>玩法十一：和扶贫项目对接。</p> <p>现在电商扶贫也是精准扶贫的一个重要项目，很多地方甚至有自己独特的运营方式，如果您的农产品也恰好在贫困县范围，也可以选择和一些扶贫项目对接，扩大销售渠道。短视频现在各大平台非常的火爆，可以通过这些平台在里面开小店铺。</p> <p>3、内容策划</p> <p>(1) 用有趣的内容吸引受众</p>	
--	--	--	--

要想在短视频上卖东西，首先需要将受众吸引过来，因此，最好不要从一开始就带着明显的商业目的。《向往的生活》系列综艺节目的流行很好地证明了许多人对于农村生活是有向往的，那么，视频博主便可以通过展示真实的农村生活来吸引观众。前面也提到，在视频时代，“真实”是视频时代受人喜爱的重要特质，博主随手拍摄一些农村有趣的风土人情，能够让观众观看农村生活的同时获得快乐，就能够吸引更多的受众。

如今抖音中获得最多阅读和点赞往往都是一些搞笑的视频，说明抖音的主要用户玩抖音的诉求就是娱乐。因此，这就需要视频博主发挥自己的创造力，思考如何让内容变得有趣，这样才能扩大传播，积攒粉丝。

(2) 打造特别的人设

抖音上的博主有千千万万个，如何让人一下子就记住你，这是一件有技术含量的事情，而打造人设是增加识别度的最佳途径。从张雨绮这样的娱乐明星到马云、雷军、董明珠这样的商业名人，无不在利用人设去增强自己的识别度，从而达到他们的商业目的。

农产品销售者可以综合考虑自身性格、所销售的农产品特性，以及拥有的拍摄条件来决定打造一个什么样的人设。比如抖音上有一个博主是卖人参的，他为自己打造的人设就是一个用人参花样炫富的“土豪”，比如用人参洗澡、“吃口人参压压惊”等一些故意让人羡慕嫉妒恨的画面，从而让很多人记住了他。

打造人设最重要的是要形成一个或几个标签，比如这位卖人参的博主的标签就是两个：人参和炫富。而之前在B站上迅速走红的“华农兄弟”就是因为寻找花样吃竹鼠的

理由而被人记住的，他的标签就是竹鼠和吃货。并且他们的话题还让网友有二次创作的空间，比如华农兄弟发布的视频中有竹鼠淋了雨、竹鼠打架了、竹鼠中暑了等一些吃竹鼠的理由，网友通过截图，配上竹鼠内心独白：我没淋雨、我没打架、我没中暑等等，带来新的传播话题。视频走红后，华农兄弟还发文称：吃竹鼠的理由不够用了，大家一起来贡献点子。这些话题可以让网友自发地参与进来，增加互动，扩大传播范围。

(3) 保持一定的更新频率

将粉丝吸引过来之后，如何经营粉丝也是一个问题，用专有名词来说就是用户留存。博主与粉丝的关系其实应该是一种定期约会的状态，必须保持一定的曝光率，才能够留住粉丝。否则在信息爆炸的时代，粉丝是很容易“移情别恋”的。增加曝光率同时也要合理选择视频发布的时间，一般来说，晚上下班之后是使用抖音人数最多的时候，特别是晚上8点以后。而10点以后更适合卖食品，深夜饿着肚子看视频的用户购买率会大大提升。

做好以上三件事之后，就可以开始卖货了。首先，在技术层面上，需要在抖音的个人设置上开通“商品分享功能”，申请通过之后，就可以将自己想要卖的农产品在商品橱窗中展示出来，每次发布视频时都可以在视频下方添加相关商品的链接，用户点击链接直接跳转到商品的购买页，进行交易。

随着技术使用门槛的降低，越来越多的普通农民也可以使用新媒体来展示自己，这些新的平台也为农产品直接对接广大消费者提供了渠道，打通了农产品到城市的道路，缩短了从生产地到市场的距离，在降低销售成本的同时真正实现让农民获利，这是短视频平台为农村带来的重

		要机遇。	
小 结	教师对本堂课的重点难点内容进行总结。		
作 业	1. 熟读教材内容，巩固课堂知识 2. 适合用短视频展示的生鲜农产品生产步骤有_____（种植/生产/运输/后期加工）。 （种植、生产、后期加工）		
教 学 后 记			