

# 短视频代新媒体工作室企业短视频代运营探析

腊林涛 史珂 杨溶溶

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

**【摘要】**互联网时代,短视频APP已经成为当代人们获取信息的主要途径之一,短视频的爆火也让诸多线下小众品牌展现在更多人视野中,作为新媒体工作室类型的运营公司,开展短视频品牌代运营业务的必要性显而易见,思考以短视频为载体的品牌运营模式,探索利用短视频推进品牌线上营销的发展途径。

**【关键词】**短视频APP;代运营;转化效果

**【基金项目】**2019年陕西省大学生创新创业项目“创享工作室”,项目编号:S201911400017X。

传统媒体与新媒体深度融合,媒体之间的融合从增量改革转向存量改革。各地广电媒体加快体制改革,建设融媒体中心,将传统媒体与新媒体深度融合,市场上的各个新媒体传媒工作室也都进行改变,服务形式更加多样,进一步激活提升传统媒体生产力与创作力。

从2016年开始,投资少、成本低、易掌握的短视频重新进入大众视线,自此拉开了短视频时代的序幕。小微企业与大企业,无论是自身具有资金多少,资产规模大小。皆因为短视频的低成本,操作简单等特征,利用短视频的营销,为各自企业的发展加速。

据艾瑞数据统计,2021年2月短视频使用次数为801亿次,月度总使用次数仅此于微信、QQ通讯app,新浪微博与淘宝,说明短视频已经融入大众日常生活之中。我国8.54亿网民中,短视频APP用户高达6.48亿,短视频人均单日使用时长超过100分钟,用户消耗时间的地方,就是新的商机。

各个企业都会选择短视频作为自己推广的另外一种渠道,由此,新媒体工作室在现在发展格局中,需要将短视频业务作为研究和发展的部分,为企业提供短视频业务需求。

## 1 短视频运营对企业的作用

### 1.1 短视频运营

#### 1.1.1 短视频概述

短视频指一种在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频,主要依托移动智能终端进行拍摄和剪辑,可以在各类社交媒体平台上实时分享与观看的一种新型视频形式。2017年前后,短视频真正爆火,这无疑是新媒体给传统媒体的重击。从内容产出方面,短视频的出现,使得视频生产不再是类似于传统媒体的PGC。相反,每一位用户都可以是优秀内容产出者。其次,从传播而言,短视频除单独的短视频运营渠道外,也可以依托与微信公众号、梨视频,以及微信朋友圈等多个平台进行传播。

#### 1.1.2 短视频营销运营现状

截至2020年2月,短视频行业月活用户破10亿。从2017年4月到2020年4月,中国短视频App日均使用时长已从不到1亿小时,增长到了6亿小时,两年的增长率高达600%。

现阶段,5G的即将到来、移动智能手机的普及、网络的覆盖于扩张,短视频的日新月异发展提供了良好的宏观背景。用户在大多数的社交媒体都可以看到短视频内容或直接分享短视频。

除此之外,用户需要有平台记录、分享自己的生活。数字化的21世纪,生活节奏快,碎片化严重,大众基于图文、声音的传

播方式,更渴望用生动、可视化的短视频进行信息实时分享与获取。不受时间、空间限制,自主创作自己喜欢的风格与视频内容。对于小微企业而言,更可以使用各种有趣、快捷的方式,展示企业文化、产品或记录企业员工日常工作等。

2020年疫情期间,短视频用户日活跃度更是达到历史新高,日常内容产出较多,各类视频浏览量较高。许多短视频新人与新产品在此期间于短视频平台得到很好的推广,加速其成长速度与扩散范围。

现阶段短视频出现内容同质化现象。大多数用户无创新内容,导致大批量模仿视频涌现,使得在某一阶段时间内,相同内容会不断出现在不同账号里。满屏相似内容,娱乐、宠物、段子视频频繁出现。与此同时,优质内容逐步缺失,大多数用户为追求猎奇、吸引眼球,许多劣质视频应运而生。

#### 1.1.3 短视频的特征

(1)制作高效。基础的短视频不再需要像以往广告营销视频制作花费多么时间。只需结合自己需要的内容,寻找演员与拍摄场地,一部手机或者相机、一个手机稳定器就可以拍摄想要的内容,后期运用爱剪辑、剪映等剪辑软件就可以添加不同转场、音效与滤镜等,剪辑出自己想要的风格。花费时间也相对较少,拍摄5分钟以内的短视频往往在一个小时内就可以完成拍摄任务,并在后期一个小时的时间用来剪辑。一支短视频就制作成功。或文字、图片、音效结合的版式。剪辑完成后便可以即时发布。

(2)短视频传播效率高。一支短视频,包括文字、图片、声音等内容,同一个版式可以重复利用,之后使用修改图文、音频即可。且时长短,基本控制在5分钟之内,便于用户观看与分享,传播速度较快。并且同一个视频内容可以同时投放在多个短视频平台。

(3)社交互动性强。短视频作为最新的社交方式,直观的表达用户的诉求,也使得接受的群体可以更加透彻、清楚的了解该用户。大多数短视频平台手中都可以对用户的作品进行评论,在评论区,用户可以了解到更多受众的想法,以及他们想看到的画面或内容,在创作中,不断进步,不断了解受众需求,增加用户粘性的同时,提升作品质量。

(4)对碎片时间的充分利用。生活节奏快、时间碎片化严重是当下上班族与学生面临的重大问题,这一问题让大家一直投入在一个事物的难度加大,短视频在这个方面就发挥了很大的作用。几秒至五分钟的短视频正好填补了这些碎片时间空缺。大家可以利用碎片时间了解日常生活小技能、一个专业小知识、了解时事

热点、家居装修、智能家居等。

## 2 新媒体工作室代企业运营短视频的优势与建议

### 2.1 优势

2.1.1 为企业开展全媒体代短视频运营业务, 增强品牌线上线下建设

中小企业要快速地拓展业务, 需要结合传统线下优质品牌媒体家住新媒体工作室, 进行短视频代运营, 从而完善和优化传统媒体在新媒体行业领域的布局。为线下中小企业提供全方位线上品牌建设业务可以深化体制改革双方合作, 深层次绑定稀缺的品牌维护。新媒体短视频代运营行业逐步发展成熟, 新媒体短视频代运营中小企业业务, 需要向外扩张孵化具备潜力的优质品牌。

#### 2.1.2 增加企业产品曝光、利于平台推广

目前正处于信息量大、传播速度快、信息消耗碎片化的新媒体时代, 如果想通过单一的新媒体平台实现自身产品的传播非常困难。所以新媒体短视频代运营团队会利用自己搭建的新媒体矩阵。同平台跨平台的推广, 达到提升产品曝光度的效果, 同时利用不同平台受众不同的特点, 新媒体短视频代运营还可以做到推广不同内容使得产品营销互补。新媒体短视频代运营团队可以使各个平台的推广营销相互连接相互构成全网营销模式。大大提升了企业产品曝光度。

#### 2.1.3 整合品牌资源, 打造一站式运营

新媒体平台流量红利时代结束, 获客成本逐步提高, 新兴流量渠道例如微信、小程序、短视频、直播、时尚社区等兴起, 新媒体短视频代运营厂商需要为品牌提供多方位营销服务, 梳理线上线下全域资源, 进行一站式整合营销的能力显得尤为重要。新媒体短视频代运营中小企业全渠道融合力体现在: 新媒体生态内的整合营销能力、线上线下协同的全域营销能力、营销驱动下的产品创新能力。

#### 2.2 建议: 用户良好体验是运营的关键

在当下媒体营销过程中用户体验为重中之重, 了解用户的需

求与喜好, 能较大的降低短视频营销失败的风险。前期的企业文化宣传, 能很好地吸引用户, 但用户是否能持续被我们吸引, 关键还是看我们能为其带来什么。比如: 各类小知识、产品使用技能、故事性的产品引导。快节奏时代, 用户时间很宝贵, 尽量在短视频前十秒钟吸引用户。硬性广告的投放可能会引起用户反感, 建议与故事结合, 将产品的使用技能以生动的方式呈现, 对新产品做预热活动, 引起受众好奇心; 在特殊节日加入相应的活动, 让用户有参与感, 有买到就是赚到的直观感受。

## 3 总结

在疫情结束后与5G即将来临前的这段时间, 短视频运营对企业的益处值得探索与实践, 运营过程中, 需根据实际情况对运营策略及时做出调整, 除坚持原创优质内容有规划的产出外, 也需加强与用户的粘性, 为用户解决问题, 并及时了解用户需求、接受用户的正面建议, 并参考成功营销案例。

商家企业最关心的问题就是转化效果, 新媒体短视频代运营团队为企业提供一站式服务。从数据分析到运营推广中间各个环节都有专业的人员进行操作把控, 企业不必再在新媒体上投入更多精力, 新媒体公司为企业商品量身打造案例, 根据商品本身现有都品牌定位, 品牌形象进行包装优化, 使其更利于线上推广。新媒体短视频代运营团队不仅线上能做到全线推广, 也可以用线上线下结合的方式, 制定统一的营销推广方案, 将利益实现最大化。

### 参考文献:

- [1] 丁宇. 浅谈小微企业新媒体营销策略[J]. 中外企业家, 2013(18): 135-136.
- [2] 王竹君. 短视频时代的营销红利[J]. 国际公关, 2017(04): 60-67.
- [3] 贺飞英. 短视频发展趋势与商业模式探析[J]. 文化创新比较研究, 2018, 2(19): 60-61.