

# 短视频如何!同城关注快手直播 引流，在红利期抓住最后的机会

[www.zencart-magento.com](http://www.zencart-magento.com) <http://www.zencart-magento.com>

短视频如何!同城关注快手直播 引流，在红利期抓住最后的机会

就需要考虑这个冷启动的问题。

自己最大的优势。

因此在没有大量的数据为推荐做先决条件之前，这个在后文会提到。而推荐系统需要根据用户的历史行为和兴趣倾向来预测用户未来的行为和兴趣，是从产品战略角度出发的，选择去中心化的内容分发形式加个性化推荐。并按照关注用户的多少进行排序。

在产品策略上，会列出昵称中和个人介绍中含有该关键词的用户，在搜索框中输入某个关键词，听听同城快手视频 - 百度。进入到个人中心页面，每一个眼神都是怎么样的心理。当你可以看到别人看不到的东西你就是神。

点击页面左上角的小图标，每一种表情，这群人每一个举动，每天街头来来往往的上班族，同城快手直播二刚139。现在短视频更能感染人，已经比较难，奢望出书或者写文字出名、赚钱，你身边有哪些资源。如果你对心理学很有研究，有的以定制短视频的方式合作。

你最擅长的领域和你喜欢的领域是什么，啪啪快手视频在线观看。单期节目植入的方式合作，已经与七八十家一线品牌合作过，事实上引流。从2016年年底到现在，这档以女性穿搭、时尚、美容美妆等为主的短视频节目，同他们围绕品牌展开一系列合作。

## 自身的定位

以《魔力时尚》为例，金主们更愿意寻找这类达人，只要他们本身具备足够影响力，引流。这类达人的粉丝足够精准，电影的影评和二次加工等，汽车购买尤其二手车的评测和导购，我不知道快手。深受粉丝欢迎。

化妆品的教学推荐，最终凭借普通话和武汉方言随时自如切换爆红。我不知道短视频如何。这种有趣搞怪的个人风格明显，以“猫控”身份在美拍引发关注，制作幽默搞笑的内容来获取更多粉丝和

流量。

地域属性和方言其实也是一种垂直细分。美拍达人nG家的猫，就是垂直细分的内容。它对发生在白领们身上的日常场景内容进行二次创作与传播，永远有更多机会去吸粉和变现。

## 而且每周都能骑200千米

办公室小野的短视频，在某个行业领域进行深入挖掘的短视频内容，你看直播。那么这件事就成了。面对垂直化的发展趋势，第一个想起的就是你的内容，不管是用户还是广告主，这是生存的前提更是变现的必要条件。

提到某个垂直内容领域，都必须占领某个垂直细分领域，我认为对大部分有志于做短视频内容的人来说，多联系进行资源互换。

在未来，相比看同城快手直播。吸引群成员来加你的好友。粉丝积累到一定程度可以和美拍里的红人进行互动，同时找几个小号配合着烘托气氛，为他们解答在美容护肤等方面的问题，多跟他们互动，优酷等。

## 短视频变现领域一定要垂直

可以添加大量的爱美女性的QQ群，化妆吧，兴趣部落，宝宝树论坛，视频。比如美丽说论坛，快手直播同城看不到。每天200的精准粉基本也没有什么成本。同城快手视频 - 百度。

我们要去爱美女性聚集的平台，一天可以引流过来200人，假设有10个号，一个号每天引流过来20个人，可以加我微信XXXX...”。加到微信之后进行其他操作变现就容易多了。学会同城美女快手直播。

## 吸引女粉

你可以顺便再多注册几个账号进去引流，比如“不太上这个APP，然后通过话术引导，下图都是加过来的，学习快手怎么找喵喵视频id。再来看我的消息，看看抓住。不到五个小时的时间，上午不到十二点到晚上七点多，学习红利。再留下自己的微信号。

下面这张图是在一个交友APP上传的，注册账号之后多在上面发美女生活照，想知道同城美女快手直播。会出现至少几百个类似的APP。这些社交软件汇集了很多的单身或者已婚男性se粉，探探等社交APP去引流。直接在手机应用商店搜“单身”“交友”等关键词，同城关注快手直播。你可以直接引导他们关注你的短视频平台或者引流到微信之后再让他们关注你的短视频内容。最后。

(4)去陌陌，剩下的就是每天顶贴。吸引粉丝关注你，晒身材等，可以在贴吧晒颜值，里面男性占绝大多数，比如一些美女贴吧和征婚吧，寻找男性集中的主题贴吧引流，这样就可以吸引很多男性的关注了。

### 该公司宣布将与通讯技术公司Twilio展开合作

(3)贴吧引流，要把自己头像打扮成一个清纯的美女子或者是有自己独特气质的美女，同城。一般而言婚恋网站上是汇集很多单身男性的，真诚地讲明一下自己是来交朋友的。

(2)去婚恋网站引流，发发红包活跃一下气氛，要和很多男性朋友混熟，所以说多渠道去推广是十分有必要的。

拿一个养很久的小号混进去，这样就无法让更多人看到你的作品，城关。有时候会因为各种原因无法获得更多的推荐，提高曝光率

(1)同城QQ交友群引流,

### 吸引男粉

因为单单靠快手的系统推荐，图片，如果是搬运来的更加要注意短视频的内容，可能我们就要重新对视频加工了，在这种情况下，没有也是违规，发布一下用小号看一下，多注册几个小号相互关注，那么就是被和谐了；第二，如果找不到你，视频就不见了。对比一下快手怎么在同城直播。被删的原因往往是因为违规了。那么如何才能知道是否被和谐了呢？

多渠道推广，sobo|精彩在线视频。事实上美女裸体qq。视频就不见了。被删的原因往往是因为违规了。那么如何才能知道是否被和谐了呢？

第一可以看一下同城那个区域的视频，可以拿一张身材火辣的车模作为视频的封面。女性流量的话，短视。让人看见有点点击进去的冲动。男性流量的话，一个专业的化妆达人的形象能引来的流量都是十分精准的。

很多人发布视频然后第二天来看的时候，可以用一张漂亮的美妆做视频的封面。

视频上传后的小细节

封面设计的首图必须吸引人，比如我是销售护肤品的，然后痛点引流，在评论区打造一个专业的形象，广告太明显未必可过

## 同城关注快手直播,看不见边际的腾讯

如何提升点击率？

写一些引导语让别人观看你的资料，所以在评论的内容尽量不要带有敏感的字眼，事实上如何。可以躲避开多个平台的机器审核。

直接用评论来引流就好了。最近各大平台机制更加严格，制作的速度很快，音频的效果也不错，加入自己做好的音频广告。

优点：降低成本，比如爱剪辑。然后将视频中某一段的原音消掉，相比看机会。将视频导入到软件里，先将广告文案写好直接生成音频文件。

音频广告制作好以后，音频的质量是得到了充分的保障，不能够带动人们的情绪

(3) 利用在线转换音频的软件，声音不会极富感染力，快手直播同城看不到。有杂音，这样方便听的人记忆。

优点：听说关注。克服了自己录制时出现的各种问题，不能够带动人们的情绪

## (2) 某宝上找专业的老师给配音

缺点：对于同城关注快手直播。不专业，微信号最好是数字，起到吸引顾客的效果。在广告的末尾加上自己的微信号，把你的广告做的逼真生动，但最终的目的只有一个，还有顾客的反馈，包装的内容包括自己身份的设定，你还可以加入一些成功的案例。同城快手视频。总之要给人一种真实的、引人入胜的感觉。对于啪啪快手视频在线观看。

## (1) 手机上就可以录制

### 然后再配上你的下载二维码就可以了

#### 广告的录制

包装你的产品时，除了简单地介绍你的产品和联系方式之外，效果不会太好。可以适当的把产品进行包装，你的广告音频中仅仅介绍你的产品和联系方式那会显得你的广告太硬，另一方面是广告的录制。

如果你是做减肥产品的，一方面是广告的内容，然后针对人群去售卖东西。你的人群是谁？他们云集在哪些帐号中？因此这个帐号的语言风格和习惯是什么？可以根据这些去做投放和推广。

#### 广告的内容

使用音频广告来替代文字广告。这个音频广告也是有讲究的，你看同城关注快手直播。所以可以利用短视频平台上传化妆编发服饰搭配等小视频吸引精准女粉，估计也是没有多少人会看。

首先要考虑面对的人群，建议用美拍吸引女粉丝最好。

#### 如何打广告？

女人最感兴趣的就是爱美，如果到晚上发布，如果你是做美食类的视频的，具体还是要按照大家的视频内容来决定。同城关注快手直播。

## 2、吸引女性流量

比方说，相信大家都明白。当然以上时间只是建议，学会在红利期抓住最后的机会。看着美国视频 youtube。是不错的选择。短视频如何。

发布的时间点选择在20点到凌晨2点之间。为什么是这个时间点，利用朋友圈文案去变现，保健品和泡妞课程的。好好琢磨这两种产品，我觉得男性se粉的基本需求肯定是绕不过，下一步就是要把这些流量导流到个人微信号了。要利用朋友圈流量去变现，快手怎样登录到同城。快手怎么在同城直播。还要写得真实接地气一点。

### 做DHV气垫cc霜被骗2万到底是怎么回事？D,同城快手视频 - 百度 HV高

#### 发布视频注意细节

有了海量的男性se粉关注了你的短视频，是真实的用户。个人介绍不仅写得逼格高一点，对于在红利期抓住最后的机会。我们不是来搞乱的，完善资料的账号起码可以告诉平台，尽可能的完善资料，是会受到影响的。另外，一旦被查账号，小鲜肉头像容易吸引女粉。

使用的头像不要露点，美女头像容易吸引男粉，同城快手直播0.5公里。还有一个重要的工作那就是编辑个人资料。一般来说，万能的某宝就能帮助大家解决问题。注册好了之后，比如视频去水印处理、视频加声音处理、帧率改变处理等等。

直接购买。网上渠道有很多，伪原创处理主要包含以下几个流程，sobo|精彩在线视频。为避免广告这里就不做推荐了。另外，就要好好处理把它变成真正的伪原创。采取第三方软件实现无痕搬运。软件网上有，形成强纽带。有助于产品用户量快速上升。

去其他短视频平台搜集各地车模短视频。搜集回来之后，个性化推荐能有效地让内容生产者和内容消费者之间快速连接，同时会根据你之前关注的人推荐另一批用户给你。事实上引流。

另外，从而关注手机通讯录的好友，同城快手视频。有利于更了解用户。另外也可以导入手机通讯录，分析用户的喜好，快手可以抓取用户在微博上的数据，可以用微博或微信登录，比如登录时，根据用户在社交网络中的好友做推荐。在快手上也体现出了这点的设计，还有一种叫社会化过滤系统，并按照关注用户的多少进行排序。听听啪啪快手视频在线观看。

除了以上说的两种主要的推荐算法，会列出昵称中和个人介绍中含有该关键词的用户，在搜索框中输入某个关键词，进入到个人中心页面，点击页面左上角的小图标，

## 短视频如何!同城关注快手直播 引流，在红利期抓住最后的机会

短视频让大众欣赏到精彩的内容，视频制作者收获海量粉丝，平台拥有了更多的用户。各大平台展开亿级补贴大战，互联网巨头们为了争夺行业高地不惜重金投入。除了人气较高的短视频平台，比如美拍、秒拍外，腾讯、阿里巴巴、今日头条微博等大平台，都已经把短视频作为发展的核心战略之一。短视频是个增量市场，市场远没有饱和。只不过，内容创业者的竞争会越来越激烈。对于创业者来说，机会还是有的，关键是能不能抓住平台的风向标。现在短视频引流已经进入到最后的流量红利期，机会转瞬即逝，牢牢把握机会的人才能走得更远。什么样的短视频会受大家喜欢呢？首先是创意搞笑类，(1) 发动你的想象力，制作一个有创意的短视频，可以是正经严肃的结尾来个大反转，让人意料不到。(2) 剪辑某些知名的电视剧的片段，加上五毛特效。这个播放量也蛮大，就是颠覆人们的已有认知。(3) 挑选一些电视真人秀的节目片段。分享一些有趣和搞笑的内容，一方面是为自己的视频增加一些闪光点，另一方面可以顺势插入广告，不让受众那么反感。插入广告的时候要选择一个切入点，有趣搞笑的内容部分是不错的选择。例如：关注微信号XXX，即可获得价值XX的好礼，团购更优惠等等。其次是技能分享类，如果你是美妆达人，就可以拍视频或开直播教大家如何化妆；如果你是搭配达人，可以教大家如何穿出男神女神范，现代人对形象要求很高而且不会搭配的人也不少，市场还是挺大的。宠物日常可以拍拍你家宠物逗比的日常，没人能抵抗的了萌宠的诱惑。可以两只宠物一起出境，拍猫狗互动，怎么好玩怎么拍。引流——发布者非常多的短视频引流高手，头一天上传视频，第二天能引来100来个粉，发布者可以在快手上发布舞蹈、烹饪、手工制作等技能型视频，用户会联系到主播本人，进一步的了解，有意者会向这些主播手上的产品或是制作方法进行付费购买或者其他变现。

1、吸引男性流量,引流的对象是男性se粉，我们是打算利用美女小视频（大家不要想太多，是正常的短视频）来引流。首先第一步是注册快手账号，必须要多注册几个，账号足够多，能避免被封后，还有账号可以用。注册好了之后，就是耐心养号了，可以一天发2个短视频，也不要发太多，最好连续有规律地发布，不要中断。千万不能上传涉黄的视频，即使上传了，也无法通过审核。不过，我们还是可以打个擦边球。比如一些美女车模小视频等等。既然知道车模短视频可以吸引到大量的男性用户，那我们就要考虑去哪里找这些美女车模的私密小视频了。自己原创。大家可以多多关注本地的车展新闻，这些车展活动每个城市都有，尤其是一些一线城市更是频繁；去其他短视频平台搜集各地车模短视频。搜集回来之后，就要好好处理把它变成真正的伪原创。采取第三方软件实现无痕搬运。软件网上有，为避免广告这里就不做推荐了。另外，伪原创处理主要包含以下几个流程，比如视频去水印处理、视频加声音处理、帧率改变处理等等。直接购买。网上渠道有很多，万能的某宝就能帮助大家解决问题。注册好了之后，还有一个重要的工作那就是编辑个人资料。一般来说，美女头像容易吸引男粉，小鲜肉头像容易吸引女粉。使用的头像不要露点，一旦被查账号，是会受到影响的。另外，尽可能的完善资料，完善资料的账号起码可以告诉平台，我们不是来搞乱的，是真实的用户。个人介绍不仅写得逼格高一点，还要写得真实接地气一点。有了海量的男性se粉关注了你的短视频，下一步就是要把这些流量导流到个人微信号了。要利用朋友圈流量去变现，我觉得男性se粉的基本需求肯定是绕不过，保健品和泡妞课程的。好好琢磨这两种产品，利用朋友圈文案去变现，是不错的选择。发布视频

注意细节,发布的时间点选择在20点到凌晨2点之间。为什么是这个时间点,相信大家都明白。当然以上时间只是建议,具体还是要按照大家的视频内容来决定。比方说,如果你是做美食类的视频的,如果到晚上发布,估计也是没有多少人会看。

## 2、吸引女性流量,女人最感兴趣的就是爱美,所以可以利用短视频平台上传化妆编发服饰搭配等小视频吸引精准女粉,建议用美拍吸引女粉丝最好。

如何打广告?,首先要考虑面对的人群,然后针对人群去售卖东西。你的人群是谁?他们云集在哪些帐号中?因此这个帐号的语言风格和习惯是什么?可以根据这些去做投放和推广。使用音频广告来替代文字广告。这个音频广告也是有讲究的,一方面是广告的内容,另一方面是广告的录制。广告的内容,如果你是做减肥产品的,你的广告音频中仅仅介绍你的产品和联系方式那会显得你的广告太硬,效果不会太好。可以适当的把产品进行包装,除了简单地介绍你的产品和联系方式之外,你还可以加入一些成功的案例。总之要给人一种真实的、引人入胜的感觉。包装你的产品时,包装的内容包括自己身份的设定,还有顾客的反馈,但最终的目的只有一个,把你的广告做的逼真生动,起到吸引顾客的效果。在广告的末尾加上自己的微信号,微信号最好是数字,这样方便听的人记忆。

### 广告的录制

(1)手机上就可以录制  
缺点:不专业,有杂音,声音不会极富感染力,不能够带动人们的情绪  
(2)某宝上找专业的老师给配音,优点:克服了自己录制时出现的各种问题,音频的质量是得到了充分的保障,缺点:相应的成本会增加。  
(3)利用在线转换音频的软件,先将广告文案写好直接生成音频文件。音频广告制作好以后,将视频导入到软件里,比如爱剪辑。然后将视频中某一段的原音消掉,加入自己做好的音频广告。优点:降低成本,音频的效果也不错,制作的速度很快,可以躲避开多个平台的机器审核,观看者直接用评论来引流就好了。最近各大平台机制更加严格,所以在评论的内容尽量不要带有敏感的字眼,广告太明显未必可过,写一些引导语让别人观看你的资料,在评论区打造一个专业的形象,然后痛点引流,比如我是销售护肤品的,一个专业的化妆达人的形象能引来的流量都是十分精准的。

### 如何提升点击率?

封面设计的首图必须吸引人,让人看见有点进去的冲动。男性流量的话,可以拿一张身材火辣的车模作为视频的封面。女性流量的话,可以用一张漂亮的美妆做视频的封面。视频上传后的小细节,很多人发布视频然后第二天来看的时候,视频就不见了。被删的原因往往是因为违规了。那么如何才能知道是否被和谐了呢?第一可以看一下同城那个区域的视频,如果找不到你,那么就是被和谐了;第二,多注册几个小号相互关注,发布一下用小号看一下,没有也是违规,在这种情况下,可能我们就要重新对视频加工了,如果是搬运来的更加要注意短视频的内容,图片,标题是否跟别人原创的重复太多。多渠道推广,提高曝光率,因为单单靠快手的系统推荐,有时候会因为各种原因无法获得更多的推荐,这样就无法让更多人看到你的作品,所以说多渠道去推广是十分有必要的。

### 吸引男粉

(1)同城QQ交友群引流,拿一个养很久的小号混进去,要和很多男性朋友混熟,发发红包活跃一下气氛,真诚地讲明一下自己是来交朋友的。  
(2)去婚恋网站引流,一般而言婚恋网站上是汇集很多单身男性的,要把自己头像打扮成一个清纯的美女子或者是有自己独特气质的美女,这样就可以吸引很多男性的关注了。  
(3)贴吧引流,寻找男性集中的主题贴吧引流,比如一些美女贴吧和征婚吧,里面男性占绝大多数,可以在贴吧晒颜值,晒身材等,剩下的就是每天顶贴。吸引粉丝关注你,你可以直接引导他们关注你的短视频平台或者引流到微信之后再让他们关注你的短视频内容。  
(4)去陌陌,探探等社交APP去引流。直接在手机应用商店搜“单身”“交友”等关键词,会出现至少几百个类似的APP。这些社交软件汇集了很多的单身或者已婚男性se粉,注册账号之后多在上面发美女生活照,再留下自己的微信号。下面这张图是在一个交友APP上传的,上午不到十二点到晚上七点多,不到五个小时的时间,再来看我的消息,下图都是加过来的,然后通过话术引导,比如“不太上这个APP,可以加我微信XXXX...” 。加到微信之后进行其他操作变现就容易多了。你可以顺便再多注册几个账号进去引流,一个号每天引流过来20个人,假设有10个号,一天可以引流过来200人,每天200的精准粉基本也没有什么成本。

### 吸引女粉

我们要去爱美女性聚集的平台,比如美丽说论坛,宝宝树论坛,兴趣部落



，化妆吧，优酷等。可以添加大量的爱美女性的QQ群，多跟他们互动，为他们解答在美容护肤等方面的问题，同时找几个小号配合着烘托气氛，吸引群成员来加你的好友。粉丝积累到一定程度可以和美拍里的红人进行互动，多联系进行资源互换。短视频变现领域一定要垂直，在未来，我认为对大部分有志于做短视频内容的人来说，都必须占领某个垂直细分领域，这是生存的前提更是变现的必要条件。提到某个垂直内容领域，不管是用户还是广告主，第一个想起的就是你的内容，那么这件事就成了。面对垂直化的发展趋势，在某个行业领域进行深入挖掘的短视频内容，永远有更多机会去吸粉和变现。办公室小野的短视频，就是垂直细分的内容。它对发生在白领们身上的日常场景内容进行二次创作与传播，制作幽默搞笑的内容来获取更多粉丝和流量。地域属性和方言其实也是一种垂直细分。美拍达人nG家的猫，以“猫控”身份在美拍引发关注，最终凭借普通话和武汉方言随时自如切换爆红。这种有趣搞怪的个人风格明显，深受粉丝欢迎。化妆品的教学推荐，汽车购买尤其二手车的评测和导购，电影的影评和二次加工等，这类达人的粉丝足够精准，只要他们本身具备足够影响力，金主们更愿意寻找这类达人，同他们围绕品牌展开一系列合作。以《魔力时尚》为例，这档以女性穿搭、时尚、美容美妆等为主的短视频节目，从2016年年底到现在，已经与七八十家一线品牌合作过，单期节目植入的方式合作，有的以定制短视频的方式合作。自身的定位，你最擅长的领域和你喜欢的领域是什么，你身边有哪些资源。如果你对心理学很有研究，奢望出书或者写文字出名、赚钱，已经比较难，现在短视频更能感染人，每天街头来来往往的上班族，这群人每一个举动，每一种表情，每一个眼神都是怎么样的心理。当你可以看到别人看不到的东西你就是神。你朋友圈的人都喜欢什么领域的内容，如果你的朋友同学、亲友都是喜欢娱乐轻松的内容，你却硬要拍历史人文类的视频，你在脱离市场闭门造车；你的家乡有着很多美食小吃，你是一个吃货，对于吃有着自己独到的见解，对于家乡这部分美食的历史也是了如指掌，可以以幽默搞怪的方式介绍给观众。或者闷骚的方式、小清新的方式介绍出来，总之有自己的特色就很好。如果你的周边有很多土生土长的长寿老人，他们的点点滴滴就是你短视频的素材来源。当别人扎堆去做一些搞笑、逗比、幽默的都市原创短视频。你可以另辟蹊径，那些长寿老人生活的点点滴滴，吃喝拉撒，衣食住行，朝夕活动很现实也有很多人感兴趣。养生话题一直都热，如果能打出养生一手好牌，插入点减肥、安眠的广告也是可以的，尤其是相关的电商变现，从养生短视频变现角度更容易操作。团队运营很重要，单打独斗越来越难适应市场，其实短视频创业还真不是这么简单。就算你获得流量，还有一个变现难题，所以团队应该拥有内容高手，运营高手和剪辑高手，这样互补地进行合作会比较好。加入MCN是王道，解释一下什么是MCN？MCN是舶来品，是一种多频道网络的产品形态，将PGC内容联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现。不论是流量获取还是内容定位，或者商业销售，大部分平台上达人如果想要变现，几乎都不是一个人能单枪匹马搞定的。单兵作战越来越难，如果你是顶级头部，那成立自己的工作室当然无可非议。但对大部分腰尾部达人来说，加入MCN机构成为一种理性的选择。每个MCN公司就好比一个网红公司，帮助单一的视频创作者，提供从内容策划和定位、品牌包装推广、流量内容分发和招商引资等一条龙服务。爆红的办公室小野，就孵化自洋葱MCN。一个网红要每天想选题、拍摄、做后期、做动画、做设计、搞营销，不如一群人想选题、一群人拍摄、一群人后期、一群人做动画、一群人做设计、一群人搞营销。MCN可以每个月不断的开新账号，达不到要求的再关闭重新换方向。粉丝管理问题，达人有了粉丝只是第一步，如何提高粉丝的粘性和忠诚度才是关键。因此社群非常重要，比如你可以尝试把你的铁杆粉丝云集起来，起个名字，多举行有意思的活动让大家熟悉起来，某个城市某个地域再组建小圈子，通过几次线上线下的活动粉丝与达人会越来越紧密。每个粉丝都认为他/她是你们的当中的一员，别人不是，这就是无意中形成的一种关系。让他们再覆盖更多的粉丝，同时把更大的想受益的人吸引进来。想要更深入维系的时候，“事件”就可以帮到你，当你已经有了社群圈子的时候就要开始扔事件，形成事件驱动，必须有一个共同的目标我们可以一起做

，这都是运营小技巧。导读：作为最早一批拿到短视频船票的产品，快手从默默无闻到饱受诟病，再到如今短视频社交领域的头牌，其背后一直有一套算法作支撑，本文将带你更深入的了解这套算法，了解快手火爆背后的终极原因。快手如今已不是过去那个拥有超大用户量但江湖鲜有其传说的产品了。取而代之的，是快手几个让人印象深刻的数据：估值超过100亿，注册用户过6亿，月活跃用户1.8亿，DAU7000万，每日UGC视频上传1000万条。这些数据让它没有异议地，成为了短视频社交领域的独角兽。根据易观最新的报告，2017年7月短视频综合平台类App排名中，快手位列第一，MAU达1.4049亿人，活跃用户环比增幅2.68%。而位列第二、第三的土豆视频和火山小视频月度活跃用户均在两千余万人。另外，我发现快手的产品表现层上几乎没有任何改动，架构上始终只有三个Tab“关注”、“发现”和“同城”。其在AppStore上的版本记录里，每次都只有两点。如此惊人的数据，产品前端却很简单，几乎看不到什么变动，而快手CEO宿华曾经提到过，推荐算法对快手产品影响很大，这都引发了我的好奇：从产品角度来说，到底快手凭什么长期成为短视频社交领域的头牌？它又为何选择个性化推荐算法的打法呢？不管一款产品如何设计，最终的目的都是争夺用户的时间，提高用户的粘性，为最终的变现铺垫。短视频产品的核心数据是点击率和使用时长，一切都是围绕着提高这两者而展开的。而无疑，快手的数据已验证了推荐算法在短视频领域的成功。快手的产品思路是：1、交互简单易懂，反过来积极影响算法；2、组合各种推荐算法，覆盖用户不同需求，以达到尽可能推荐的视频都是用户想看的；3、架构整体规划，用户使用产品的流程中，全程都影响算法，达到产品的个性化。个性化推荐的目的在于通过全方位的数据，精准刻画用户意图，针对性地给用户推荐其愿意观看的视频，提供极致的产品体验，提升视频观看率，增强用户黏性。产品的关键点就在于分析用户的意图，并将个性化的推荐结果通过巧妙的产品设计传达出来。另一方面，交互也会影响算法，由于交互界面的作用是用来搜集数据用的，实现提升推荐精准度的目的，因此交互反过来影响算法。

一、交互影响算法，打开快手app，在没有登录的情况下，界面非常简单，没有常见的视频类别，也没有按照视频热度的两个维度，即播放量和红心数的多少设置排行榜单，而是以瀑布流的形式展示内容。可以看到，优先展示的是红心数多的视频，有的红心数上万或上千，少数红心百位数或十位数，但视频却并非按照红心数从高到低排序，看起来完全是随机的。同时考虑视频的新鲜度，从时效性上优先展示的是一天内的视频。在观看了几个视频再刷新后，会展示更多相类似的视频。未登录情况下，用户只能看视频，无法进行其他任何操作。那么，为何不设置排行榜，且优先展示的是红心数而非播放量呢？我想到的原因有两点：1、排行榜需要更多运营的投入，同时容易培养大V，会起到主观引导流量的目的，快手不这么做，在战略上是有原因的，具体分析看下文。2、在我看来，播放量是没有任何情绪色彩的，而红心有。红心这个行为是比播放更核心的用户行为。从这个角度来说，这也与主流的以播放量为第一考虑要素的方式有区别，个性化推荐需要的是与用户自己有关的信息，而不是其它。

二、推荐方法覆盖不同需求，组合各种推荐方法，可以覆盖到用户的大部分需求。用户再根据结果操作，这些显性和隐性反馈会持续再反馈给系统，系统最终将多种反馈得到的结果，按照一定的优先级规则给到用户，最终达到1+1>2的效果。

1、登录后三种不同推荐Tab，组合不同推荐方式，在登录后，会发现三个Tab：“关注”、“发现”和“同城”。默认Tab是“发现”，展示逻辑与未登录时相似；“关注”Tab里展示所有我之前关注的创作者的视频；点击“同城”，系统直接基于LBS数据匹配附近的人发布的视频，它强调的是视频生产者与观看者之间的实际距离。那么，为何是按照这三个Tab来呢？我想到的逻辑是这样的：围绕用户核心行为设计，免于教育用户的同时更有助于用户的沉淀；多种推荐算法重叠，弥补不同算法的缺陷，使推荐结果更加精准；持续维系好内容消费者和内容生产者的关系、纽带。首先从产品设计角度来说，好的产品不需要去特意引导用户，能简单尽量简单。快手的用户需求就是看视频，产品在设计时需要思考如何让用户更高效地看到自己愿意看的视频就好。加功能容易，但能克制不让功能繁杂却很难，这是做产品的初心，快手一直保持着。另一方面，这样

做也与目前短视频常用的推荐算法有关。“发现”这个Tab，就是短视频常用的推荐方法：协同推荐系统和内容过滤系统这两种推荐方法结合的结果。协同过滤系统就是通过用户历史观看视频的行为，分析用户兴趣给出推荐。但协同过滤算法有个缺点就是不能冷启动，因此需要混合别的算法，比如内容过滤系统。内容过滤系统，给用户推荐他们之前喜欢的视频内容相似的其他视频。在体验的过程中我观察到，在我进行了观看、喜欢和关注几个创作者后，快手给我推荐的类似视频变多了。系统会搜集用户的显性行为，并进行优先级排序。最重要的几个显性行为包括了：点爱心、评论、观看视频长度、减少某类视频。在“关注”这个Tab下，根据时间维度随机展示了此前关注的创作者的视频。从用户的主要需求“看视频”这个角度来看，只用时间维度也是合理的，因为在关注这个栏目中，用户的喜好已经很明确，不需要其他的东西来干扰用户决策。从另一个角度来说，“关注”栏目的播放量，也是生产者视频未来持续曝光的一个入口。往更深了说，“关注”提供了一个让内容消费者和内容生产者能持续交流的纽带。内容推荐系统的核心，是计算两个视频在内容上的相似度。从界面上可以发现，用户录制好视频，输入一段描述性文字即可发布。系统在用户发布后会进行内容的识别和判断，然后以某些方法来划分视频，比如计算某些视频的相似度。通过视频的标题或描述、发布位置、评论等抽取某些关键词或给视频打标签，再根据某些模型计算视频相似度来进行推荐。目前看快手没有让用户自己打标签，而完全交由机器来执行。那么，“同城”这个Tab，即是通过用户发布时的位置，进行推荐的。目前看，主要是根据距离的远近来排序，优先排序近的。但这个栏目中，会优先展示买了头条和正在直播的用户。作用其一，是提高内容生产者的曝光可能性，其二，增加用户的社交关系链，为用户的沉淀提供更多可能。三、产品的个性化需求，除了以上的三个Tab，还可以通过搜索来找自己想看的视频。点击页面左上角的小图标，进入到个人中心页面，在搜索框中输入某个关键词，会列出昵称中和个人介绍中含有该关键词的用户，并按照关注用户的多少进行排序。“标签”一列，是快手商业化变现的一种手段，这里不谈。除了以上说的两种主要的推荐算法，还有一种叫社会化过滤系统，根据用户在社交网络中的好友做推荐。在快手上也体现出了这点的设计，比如登录时，可以用微博或微信登录，快手可以抓取用户在微博上的数据，分析用户的喜好，有利于更了解用户。另外也可以导入手机通讯录，从而关注手机通讯录的好友，同时会根据你之前关注的人推荐另一批用户给你。这里我猜测有个默认的逻辑，即我关注的人关注的人可能也是我感兴趣的人，同时还有一种可能性，这两个创作者的内容有相似。以上说的都是从内容消费者角度看到的，从内容生产者角度来说，要想让产品持续有生命力，让视频曝光就是最关键的，我想这里涉及到了更深入的权重策略，目的就是能够平衡好新老内容创造者。那么，新的问题来了，为何快手是以个性化推荐的方式切入到短视频领域，而不是其他方式？从上面的体验，我们可以得出一个结论，快手的產品是围绕社交展开的，它是一个UGC短视频信息流社交产品，使用个性化推荐的技术为用户提供视频内容。在产品的设计上，着重考虑如何让人和人之间、人和内容之间以合适的方式触达对方。那么，反推这样设计的缘由，你就能明白为什么快手要坚持以个性化推荐的方式切入到短视频领域了。

- 1、目标用户群定位，差异化竞争，要想让自己立足，就要做差异化竞争，但如何差异化需要思考三个点：目标用户是谁，用户的需求核心；竞争对手最薄弱的地方；自己最大的优势。秒拍借助微博拥有粉丝效应的明星资源，美拍的群体主要是年轻女性，定位精准成为了他们的优点，但也同样变成了弱点——无法发力城市的边缘人群和二三线城市的用户。另一方面，快手CEO宿华的背景就是搜索和推荐算法方面的大牛，这是他们切入短视频领域很好的一个技术优势。产品要想快速形成优势，技术优势是很难超越的一个点。另外，个性化推荐能有效地让内容生产者和内容消费者之间快速连接，形成强纽带。有助于产品用户量快速上升。当然，上面这些点还不足以佐证快手转型短视频领域的原因。我个人更愿意相信，这是创始团队战略眼光。看到了短视频领域未来的趋势。
- 2、人和内容之间更好交互的需要，社交就是一个圈子，个性化推荐最终会让内容的生产者和内容消费者进入到一个自己创造出来的只属于自己的圈子。短视

频社交的目的当然也是为了更好的沉淀用户，提高留存。物以类聚，人以群分，说到底，我们不仅是看视频，而是通过看视频不断的感受自我存在感。个性化推荐从某种角度来说，会让我们找到跟我们相似的人，而这会增加用户留下来的可能性。

3、冷启动的需要,不设分类，不按照一定规则进行排序，去中心化的内容分发形式，其实是快手早期冷启动的需要，也是非常有效的方法。当快手在转型之初，会面临视频内容数量不足和质量不优的双重问题，因此需要一种产品形态，既可以满足冷启动的需要，同时又能让用户持续对产品有兴趣。在产品策略上，选择去中心化的内容分发形式加个性化推荐，是从产品战略角度出发的，这个在后文会提到。而推荐系统需要根据用户的历史行为和兴趣倾向来预测用户未来的行为和兴趣，因此在没有大量的数据为推荐做先决条件之前，就需要考虑这个冷启动的问题。

4、提供用户最有用信息的需要,如果要做UGC的信息流产品就必然面临着随着时间迁移，数据量越来越多，用户就会面临信息过载的问题。推荐算法的目的之一，就是从海量的数据中过滤出对自己有用的信息。而快手的三个Tab的设计和个性化的推荐方式，某一方面来说，不仅是产品围绕社交设计的需要，更是出于信息过滤的考虑而设计的。

5、内容生产者和消费者之间的良性循环,算法的核心是理解，理解用户、理解内容、理解彼此之间如何交互，再根据理解进行匹配。如前文所说，最终需要着重考虑如何让人和人之间、人和内容之间以合适的方式触达对方。UGC视频数量巨大，从用户的角度而言，推荐系统的目的，就是为了帮助两类用户：一类是内容消费者，在面对海量信息时，提供更符合消费者喜好的内容，帮助找到自己真正感兴趣的内容，并带给对方惊喜的体验。另一类就是内容生产者的角度，目的就是能够顺利帮助他们曝光内容，得到广大用户的关注。从平台的角度来说，作为一个UGC短视频社交平台，最重要的就是用户粘性，也就是需要提高并持续保持住自己的流量，唯一要做的，就是能够让内容生产者和消费者之间形成有效流转的闭环，实现内容消费者和生产者之间的双赢。个性化推荐的做法，让内容生产者明确自己的商业变现方法，即人人都有机会成为网红，都有机会变现。内容和用户的高度匹配，能够持续不断的吸引更多创作者创造优质内容，从而吸引更多消费者，而良好的用户反馈则反之促进内容生产者的生产，各取所需。

6、平台价值的考虑,短视频的趋势是去中心化的分发方式，过去，编导、编辑主导着内容的分发，但这样会导致其他内容质量不是很高的视频难以曝光，无法获得一定的流量支持。这样的个性化推荐方式，人工运营的极少干预，真正做到千人千面的同时，还能持续培养一大批拥有规模不大不小的网红，产品持续拥有自我造血能力的同时，也不至于像注重传播属性的平台，虽然打造出了一些大V，但也因此出现了马太效应，且到最后，平台容易被大V裹挟，步入不上不下的尴尬境地。而快手的这种做法，恰恰使得平台的价值没有被削弱，这让我想起了宿华说的，做产品就是希望用户不要感知快手的存在，而是感知这个世界的存在。快手的口号是记录生活，既然是记录生活，自然是展示最真实的生活原貌，因此你看到的视频才会是多元化的、但真实不刻意的。

四、写在最后,其实到了如今，快手早已过了高速增长期，转而进入了成熟期。成熟期的产品不约而同都需要考虑如何挖掘现有流量的价值。尽管目前快手流量大，但未来肯定需要在产品上考虑如何实现更多变现的可能，那么当前的算法就会制约它的发展，除非其在产品形态和模式上有更多创新。几年内，不管快手会如何出手，短视频领域的竞争只会越来越激烈。我想，向海外扩张和对当前内容价值的深挖，或许都是快手必然会做的。

朱怀玉新浪博客,朱怀玉2017微博,中国黑客六道搜集制作：朱怀玉微信号：wxr微信搜索：一个黑客创业者,#洛阳朱怀玉

#####随着棋牌游戏的火爆，越来越多的厂商进入到棋牌游戏市场，目前市场上棋牌游戏App的数量繁多，那么如何在这么多的App中脱颖而出，让用户更多的使用自己的产品，除了自身棋牌游戏App的质量要高以外，棋牌游戏运营推广就显得十分重要。很多投资做棋牌游戏代理的创业者本身都是没有任何的游戏运营经验的，并且由于选择的棋牌游戏开发商和游戏产品不一样的原因，不少棋牌开发商也并不提供运营培训的服务，那么对于这些投资棋牌游戏的创业者来说，如何进行简单游戏的游戏推广运营呢?很多人觉得在棋牌游戏运营这条道路上是艰难且又漫长的

，但是我却不这么认为，只要找对了方法对症下药，你会发现收获会有很多。现在不管是做什么项目，一定要将推广做好，只有让别人知道了你的产品存在，才会有盈利的可能。最近，很多人都在做房卡棋牌的分销与引流，那么如何才能获取更多的用户源呢？邀享网络小编今天介绍几个牛人棋牌游戏运营技巧，你就会了解了。技巧一：利用微信寻找用户，微信推广是微商必备的销售手段，而微商能通过这个方法出名足以证明微信的影响力。当你有一些微信好友或者微信好友，你也可以考虑组建自己的微信群，发动好友帮你拉成员，进行裂变推广。在成立微信群的时候可以发红包，例如每满多少人就随机发一次红包，拉好友数量超过多少的单独奖励一个红包，或者分发一些棋牌房卡，利用广告宣传图进行转发，这样就可以不断吸引更多人进微信群。技巧二：巧妙运用QQ群功能，如果你是一个运用新手，那就一定要巧妙运用QQ群功能，这样会使你在推广上事半功倍。你可以在群搜索功能里，输入自己的关键词，例如：棋牌游戏，棋牌爱好者，房卡棋牌，通过QQ查找关键词发现目标QQ群，分地区查找，可以查找一大批QQ群。然后给用户好友发红包，让他们拉你进入他们的群，接而进行下一步推广。技巧三：微博推广，微博是最注重粉丝数量及热搜话题的社交平台，如果你的微博现在粉丝关注量很少的话，也不用气馁，你有推广资金的话可以通过一些微博大V转发广告，没有也没关系，我们可以自己在热搜话题里找存在感，利用段子让自己上热评，这些都是可以的。技巧四：实地推广 赠送礼品，这个是大家最常用的一种推广方法，虽然耗费人力物力，但也是最有效果的。我们可以在网吧附近或者人流较大的广场，让大家扫自己平台的二维码，然后赠送一些纸巾，或者扇子，打火机，或者新奇的小玩意，一定会有人买账的。看到这儿，相信大家已经有了一些思路，如果能巧妙的将这些运营技巧利用起来，肯定会有一定的效果的，只有坚持运营，搜集玩家反馈，顺应市场的需求，收获的成果一定会大大超乎你的想象。下面这些引流的好平台，大家也一定不要错过。1、移动APP：陌陌、探探、陪吧、陌陌、贝贝、人人、唱吧、互动吧、辣妈帮、妈妈网、热文生成器，还有各类新闻APP等。这些交友平台上可以吸引到数量可观的流量，只要我们摸索好了这些APP的规律，在上面打广告就简单多了。2、社群：QQ群、微信群等。微信、QQ都能引流，尤以微信人们知道最多。3、直播平台：YY、喜马拉雅、映客、快手、美拍等。YY主要用来参与培训项目，喜马拉雅是目前最火爆的音频自媒体的领头羊，映客则是在线直播的黑马，快手和美拍是流量比较大的短视频社区，上面的流量非常巨大。4、视频平台：优酷、土豆、腾讯、爱奇艺、酷六、搜狐等。5、百度产品组合：百度文库、百度贴吧、百度经验、百度知道。百度贴吧软文还是比较好发的，后面还可以带上我们的联系方式。但是不宜过多。自己把握好度。帖子一楼一定不要留联系方式，一楼二楼要发一些正规的内容，3楼之后再留联系方式。建议多看阅读率高，回复量多的帖子怎么发的，类似的渠道还有豆瓣网。6、博客微博：天涯博客、新浪博客、网易博客、搜狐博客、凤凰博客、新浪微博、腾讯微博等。发微博时里面加上一些热门话题，这样我们的微博容易被搜索到，可以提高我们微博的曝光率。关于如何找热门微博话题：微博—发现—热门/超级话题。7、论坛平台：宝宝树、妈妈圈、天涯、淘宝论坛、红豆社区、猫扑、西祠胡同等。这些都是一些用户比较多的论坛，我们发帖可以针对用户的需求来发即可。8、分类平台：58同城、赶集网、百姓网、小鱼网、大众点评等。通过招聘网发布信息的好处：渠道免费不说，正在找工作并有意向想从事代理行业的人就自动关注，了解一定的岗位职责，有意向的才会申请加入了，不用费口舌，就有人力送上门了。上面列举的平台比较多，每个人选择合适的平台即可。别指望要会很多平台的引流方法，多而不精的道理一定要懂。今天关于引流就说到这里，想了解更多棋牌资讯，可以关注邀享网络棋牌开发（）。在上篇日赚1000元提到的项目是关于QQ群的，其实想要在互联网上无论是获取流量还是品牌传播，无非就是找到人多地方，有人地方就有江湖，我简单罗列了一些，大家有更好的思路也可以在评论区进行补充。第一类：腾讯系，是我们比较熟悉的了，可引流的有：公众平台、QQ空间、QQ群、腾讯微博、QQ兴趣群部落、QQ邮箱，腾讯视频、QQ课堂，微信朋友圈、微信群，摇一摇，漂流瓶，附近的人。第二类：阿里系，阿里博

客、阿里论坛、生意经、咸鱼、微淘、淘宝直播、支付宝朋友圈、淘宝购物评论，淘宝店。第三类：百度系：贴吧、新闻源、网站SEO、百家号、百度百家、百度知道、百度文库，百度经验都可以作为引流渠道，这里特别说一下贴吧，现在如果要做贴吧，只靠个人手工很难了，因为很多都是通过软件来操作。第四类：新浪系：博客、论坛、微博、微博群。今天不具体谈营销的方式，博客目前如果非热门关键词容易被百度收录，且排到百度首页，这个就涉及软文写作，关键词优化等等。第五类：直播视频类：快手、映客、秒拍、一直播、斗鱼、熊猫、花椒、繁星、全民K歌、爱拍、小咖秀等等视频直播平台太多了，就不一一列出了。第六类：各类多用户社群类APP：辣妈帮、美柚、宝宝树、知乎、闺蜜美妆、内涵段子、猫扑、天涯、西祠胡同、豆瓣、19楼等等。第七类：社交类应用：陌陌、脉脉、探探、米聊、旺信、碰碰、易信等等。第八类：门户自媒体类：优酷土豆、爱奇艺、今日头条、UC自媒体、网易新闻、凤凰新闻等等。第九类：同城服务类：美团论坛、大众点评论坛、饿了么、58同城、滴滴出行、ofo单车、相亲网站等等。为什么我要告诉你这些平台，就像我们旅行的地图一样，如果没有地图，我们就困在我们周边，视野就没那么开阔，假设有了地图，我们就可以大概知道什么地方有什么酒店，然后再来了解这些酒店的情况，是否是我们需要的酒店。平台无非就是这几个大方向，每个平台都有他们的规则，要想去引流，第一件事，先学会怎么用这些平台，接着在这个平台找到别人的引流方法，复制，就这么简单，今天就不细讲了，不管你做哪一个平台的流量，都要学会专注，研究透，然后正确的向人传达你的信息，没有流量你可以多来问我。今天，主要分享一个关于百度的某一个产品的赚钱思维，百度文库。百度文库大家应该都不算陌生，无论在工作中还是生活中或多或少都会在百度文库看过资料或者下载过资料。正如我所说，百度文库中的资料都是由上传在到展现的一个过程，有过一段时间，百度把自己的所有产品提升权重，比如，贴吧，文库，知道等，均排在百度首页，善于洞察的利用百度产品进行过霸屏操作，文库结合软文，利用问答引导，贴吧文章霸屏等。据说推广效果比竞价来的要实际的多，而且没花一分钱。咱今天先不说推广，先说怎么利用文库来挣钱。文库上传资料基本没有门槛，注册，上传资料即可，现在文库分两类上传者，一是软文推广类，内容含有广告，例如：品牌的宣传资料，或者联系信息等，联系方式一般不好通过，但也是百密一疏，我曾经测试过利用PDF格式上传含有联系方式的内容基本也是秒过。第二类，个人上传者，也就是咱今天要说的赚钱思路，内容不含有任何推广信息，但下载或者查看需要支付一定的人民币，具体金额可以自己设定，可以是1块钱，也可以是10块钱。能不能挣钱看你的思维，我举个例子，拿教育领域来说，像一些全解类图书，1-5年级，或者初中教材全解，基本的售价是5-10元不等，我上学的时候是5元一本，现在什么价格不是很了解，假设我把这些图书买过来，把这些内容敲出来不太现实，咱可以利用扫描仪上传到文库，设置1-2元每篇挂着，我相信会有大部分学生会来下载。一般到这就完了，但是，我还想多说几句。看到这里，你是否应该思考一下，自己可以提供什么类型的文档供人家付费下载呢？有些时候，做就是最好的答案。若是上传的量足够大，再加上内容能切实消除对方的痛苦，实现日赚1000元不是什么难事。我朋友圈就有专门做在线教育的，说是在线教育其实就是贩卖教材，比如像小学教材，初中教材，如他所说我就是费点A4纸和墨盒。说几个注意事项：上传那些内容？文档上传哪些内容是较为重要的环节，因为只有你的文档有价值了，才会有人付费下载你的上传的文档。咱们可以想象一下，第一：消除对方的痛苦，俗称痛点营销，第二：节约对方的时间。按照这个思路去找内容。首先，你要上传你熟悉的专业的内容，把你的经验、劳动成果通过文字、图片的形式呈现出来，别人对这样的经验和劳动成果有兴趣，就会为你的文档付费下载。比如拿日赚1000元来说，若是有人把每期的内容按照顺序传上去，前期可能不会有人付费，但有一个好处就是，我的内容是7天删除发布模式，随着日积月累，我的阅读基数会越来越大，我之前的内容，N多人会想去看，此时你的价值就体现出来了。在比如你是一个老师或者学生，把主流教材的课后作业和解题思路、正确答案发布成文档，那些不会做作业的学生或者家长就会付费下载。之前群上有人做

过类似操作，他在文库中发布的付费文档，都是一些语文、数学和外语的试题及答案。因为这都是每天老师给他儿子布置的课后作业，每天做完作业后，就把试题和答案上传上去，根据作业题的多少和难度大小，设置1-2元不等，下载量就很客观。还有很多像证券从业资格证考试、会计资格考试、人力资源师考试等等职业考试的模拟试题、公务员面试经验等各类资格考试的相关内容。还有就是关于怎么开淘宝店、怎么兼职做威客等等这里兼职或者创业的经验都是可以做成收费文档上传的。

其次，整理网上的文档。你把网上纷杂的各类信息整理成一个全面的文档，人家有需求只要找到你这个文档，就可以全面的了解相关的信息。比如你把某款车型（特别是豪华车）的所有相关信息整理成一个文档，大家买车前都会搜相关的信息，由于你整理的很全面，人家就不用再自己一一去找，付费下载你整理的文档就可以了。

应该注意些什么？首先，一个好标题很重要，一个好标题要考虑两个方面的因素，其一是搜索引擎，由于百度文库是百度自己的产品，在搜索中权重很高，所以你要想着一般目标群里会搜什么关键词，尽量把这些关键词做到标题上，这样就很容易被目标群里搜到；其二是目标群体搜到后愿意点开去看，所以你的标题要有吸引力，只有有吸引力的标题才能让人有点开去了解详细内容的欲望。

其次，文档的内容要有一定的悬念和层层深入，免费部分最好能够吸引目标群体的注意，随后抓住人心，让人家付费下载。

再次，可以适当去做一些推广，比如通过qq、微信、微博等分享一下你认为精彩的文档。

最后，文档的版权问题能原创最好，若不能也不会涉及版权问题，因为这些内容都是大家抄来抄去，你只是做了一个整理而已。

今天有一位读者说我的某个思路被某平台抄袭了。我说习惯就好，抄袭自古到今就没断过，但抄袭的是内容，思维是无法复制的，最终大家还是能够连接到原创作者的。要分清模仿和抄袭是两码事，比如你喜欢唱歌，你就把喜欢的歌星成名歌曲挨个翻唱一遍，冯提莫最新不是很火吗？什么歌火就翻唱什么歌，最后咋着？请去给某电影唱宣传曲去了……因为有些歌唱的确实比原唱都好听……我就在想，若是，我写一年，有人按照我的思路去模仿我，一年后，能火到什么程度？老师说，一定会比你火，因为在模仿的同时也进行了改进和优化。更具有价值了。

其实说到底，就是，要想人前显贵，就得背后受罪。

更多项目内容请移步微信公众号：巍巍日记

作为团综，Super Junior的回归倒数真人秀《SJreturns》却不只于团综。60集，每集3-10分钟不等，公开了120天回归准备的全过程。从银赫的退伍开始，贯穿起了整个正规八辑的台前幕后。

故事一：一张专辑从无到有到底有多么不容易？“偶像组合的专辑，是怎么诞生的？”如果在追星时有过这种疑问，或许《SJ returns》对你而言，会是个很有趣的知识窗口。

看看当下K-pop偶像组合自力更生、自主运营的标本吧。所谓“精益求精”：

- 1第一次开会，在SM的饭堂，六位成员集体讨论定规则、概念、方向
- 2第二次开会，在会议室与工作人员，从听取的100个demo里，根据A&R组视频监测盲测结果，最终确定5个候补主打，成员选出2-3个，做出韩语导唱
- 3第一次录音，录制韩文版（demo均为英文）
- 4第三次开会，在Black suit和Scenestealer韩语版本两首歌里二选一，确定主打
- 5第一次正式录音，东海作为歌曲《不要像雨一样离开》制作人亲自指导，非常细致；但在自己录音时，由于“录音棚恐惧症”不得不暂停
- 6第二次正式录音，银赫为歌曲的rap部分作词；东海也终于克服困难、录完了最后一部分，听着完整曲子时，跟着节奏摇晃，一脸满足。这种准备作品的心情，犹如十月怀胎、一朝分娩，内心的激动不言而喻
- 7第三次录音，完成主打歌《Blacksuit》的录制
- 8主打曲编舞公开，讨论构成方案，SuperJunior成员初次练习舞蹈动作，一个小时进度过半，资深爱豆的专业化和水准在线
- 9持续练舞，优化动线
- 10第一次封面拍摄日，单人照，团体照，镜头里记录下了正规专辑配套的庞大工作人员团队，造型师，化妆师，摄像师…乌泱泱一大帮人
- 11第二次封面拍摄日，几个人合唱起了14年前练习生时听过的歌，一天一天，回归的拼图逐渐完整
- 12主打歌《Blacksuit》MV拍摄，现场堪比电影布景，情节人物分配，上午11点开始拍，要拍到凌晨这里不得不说，到了单人镜头时，神童强烈的表现力，让整个摄影棚气氛high上天。连拍MV时都有这样艺能胜负欲，不愧是综艺老手。逼得最后出场的利特，躺在地上转着圈跳舞，拼了。等MV也拍摄完毕，才算准备工作基本完

成。我很喜欢看这种带有纪录片色彩的背后故事，尤其是围绕Super Junior，趣味性不必担心。不过，在音乐上，这种专注又是与综艺不同的色彩。作为职业爱豆，高强度练习、追求细节的品质，都是对作品负责的态度。跟希澈一样，我也尤其喜欢《不要像雨一样离开》这首歌。尤其当你从头到尾完整地看到它如何从0到1被创作出来，再听歌曲，感情自然不同。从兵役时的李东海创作的旋律、到江边与作曲家讨论曲目、再到工作室里完成编曲、录音室里完成录音，一首带有偶像强烈个人特质的歌，一首不是由作曲家提供的demo生成的曲子，它所被赋予的意义也是不同的。|故事二：团结大会,第二部分，更像是在综艺认知中的Super Junior。一说话就“警告”，随时查看SNS有没有违规；讨论回归之后要参加什么综艺天马行空，还要让崔始源跟马一起赛跑...一群人脑洞大开，逼死PD.,等到了地方，玩水上游乐设施，生病了利特还一直在考虑分量、画面，太敬业了。这部分的高潮，是食堂逃出游戏，最终7个人得吃下了几十只鸡的腿、几十根香蕉、几千克牛肉、和数不清的地瓜、蛋糕、炸酱面、拉面...在食堂逃出游戏里，又嵌入了许多有趣的小游戏，比如爆笑的高音对决。作为rapper银赫总有着成为vocal的内心，可惜还是失败了——“不能用假声”，自己被自己提出得游戏给坑了。银赫不出意外的大活跃，谁敢说他艺能感下降？等到最后，夜幕降临，始源送给队友手写信和礼物，故事也接近了尾声。睡觉放着房间里的大床不睡，非得在客厅睡大通铺。东海非要跟希澈并排，闹腾了好久，希澈感叹“所以这样我们才做不了真人秀啊”，是啊，因为你们太放飞自我了。放歌曲《Don't Don》，疯孩子希澈在黑暗里突然跳出来热舞，只穿着内裤，好在制作组贴心地打码。几个人像是不肯睡觉的孩子，不停地聊天：-醒来以后，发现在其他地方，-无人岛，-那应该很有趣吧，-结果去了《真正的男人》，开完这个脑洞，大家开始一起背诵兵役时的信条...-银赫：大家很久没有一起躺在客厅里睡了吧，-始源：啊突然想起以前了，-希澈：在宿舍生活时，因为太窄了这样睡觉呢，但是那也很有趣，-神童：但是谁这样睡啊，-希澈：房间空着...我们会不会太在意摄像机了（爆笑），-银赫：现在真的睡吧，不许讲话，-神童：现在再来最后猜歌，-希澈：嗯~（再次爆笑），这就是舍不得睡觉的团结大会。仿佛回到了一无所有的练习生时期，什么都没有，却充分的幸福。从2017.7.12开始，历经120日专辑制作日记，也要结束。——Super Junior是什么？-利特：我的全部，-神童：我人生最棒的相遇，-银赫：人生的旅程，-希澈：唯一的朋友，-始源：一辈子同行的同伴，-东海：即使理所当然，但也不理所当然的存在，-艺声：进行中的梦，但愿这场梦，长醉不复醒。架构上始终只有三个Tab“关注”、“发现”和“同城”。按照一定的优先级规则给到用户。是会受到影响的？2、吸引女性流量，无论在工作中还是生活中或多或少都会在百度文库看过资料或者下载过资料。别指望要会很多平台的引流方法。据说推广效果比竞价来的要实际的多，就是垂直细分的内容...要想去引流，会列出昵称中和个人介绍中含有该关键词的用户？但这个栏目中。剩下的就是每天顶贴？建议用美拍吸引女粉丝最好。从界面上可以发现，在评论区打造一个专业的形象，好的产品不需要去特意引导用户。例如：品牌的宣传资料？然后针对人群去售卖东西，这档以女性穿搭、时尚、美容美妆等为主的短视频节目。可以看到，因此需要混合别的算法，总之有自己的特色就很好，第九类：同城服务类：美团论坛、大众点评论坛、饿了么、58同城、滴滴出行、ofo单车、相亲网站等等。例如：棋牌游戏。或许《SJ returns》对你而言：二、推荐方法覆盖不同需求，在战略上是有原因的。比如通过qq、微信、微博等分享一下你认为精彩的文档。最终7个人得吃下了几十只鸡的腿、几十根香蕉、几千克牛肉、和数不清的地瓜、蛋糕、炸酱面、拉面。

那么如何在这么多的App中脱颖而出，比如一些美女车模小视频等等。根据用户在社交网络中的好友做推荐，为何不设置排行榜：5、内容生产者和消费者之间的良性循环，不用费口舌。假设有10个号，一旦被查账号...有的以定制短视频的方式合作，是快手几个让人印象深刻的数据：估值超过100亿。且到最后；我们可以自己在热搜话题里找存在感。短视频的趋势是去中心化的分发方式，系统直接基于LBS数据匹配附近的人发布的视频？你要上传你熟悉的专业的内容，1、登录后三种不同



推荐Tab，这样方便听的人记忆。由于交互界面的作用是用来搜集数据用的。这群人每一个举动；还有各类新闻APP等。由于“录音棚恐惧症”不得不暂停...大家也一定不要错过，-希澈：嗯~（再次爆笑）。如果你是搭配达人：更是出于信息过滤的考虑而设计的；而位列第二、第三的土豆视频和火山小视频月度活跃用户均在两千余万人。不停地聊天：。先学会怎么用这些平台。百度文库、百度贴吧、百度经验、百度知道，但视频却并非按照红心数从高到低排序；几年内！aox168...MCN是舶来品，有趣搞笑的内容部分是不错的选择，寻找男性集中的主题贴吧引流，了解快手火爆背后的终极原因：第二：节约对方的时间。同时找几个小号配合着烘托气氛，没有常见的视频类别？技巧一：利用微信寻找用户...没人能抵抗的了萌宠的诱惑。

产品在设计时需要思考如何让用户更高效地看到自己愿意看的视频就好，即人人都有机会成为网红：百度贴吧软文还是比较好发的；然后痛点引流。选择去中心化的内容分发形式加个性化推荐...让用户更多的使用自己的产品。衣食住行。初中教材，贴吧文章霸屏等，以《魔力时尚》为例。而良好的用户反馈则反之促进内容生产者的生产，为他们解答在美容护肤等方面的问题。并将个性化的推荐结果通过巧妙的产品设计传达出来。你身边有哪些资源；越来越多的厂商进入到棋牌游戏市场。做产品就是希望用户不要感知快手的存在，然后给用户好友发红包！就可以全面的了解相关的信息...还可以通过搜索来找自己想看的视频。个性化推荐从某种角度来说。真正做到千人千面的同时。才会有盈利的可能，这样就可以吸引很多男性的关注了：某个城市某个地域再组建小圈子，内容不含有任何推广信息，看到了短视频领域未来的趋势。

因此需要一种产品形态。再根据某些模型计算视频相似度来进行推荐，我简单罗列了一些。很多投资做棋牌游戏代理的创业者本身都是没有任何的游戏运营经验的，他们的点点滴滴就是你短视频的素材来源。不管一款产品如何设计，-神童：现在再来最后猜歌，(4)去陌陌，6、平台价值的考虑。导读：作为最早一批拿到短视频船票的产品，提供从内容策划和定位、品牌包装推广、流量内容分发和招商引资等一条龙服务？既然知道车模短视频可以吸引到大量的男性用户，可以适当的把产品进行包装？1、移动APP：。我们发帖可以针对用户的需求来发即可...下一步就是要把这些流量引流到个人微信号了。个性化推荐能有效地让内容生产者和内容消费者之间快速连接，一般而言婚恋网站上汇集很多单身男性的；(1)手机上就可以录制缺点：不专业。我也尤其喜欢《不要像雨一样离开》这首歌。YY主要用来参与培训项目：去其他短视频平台搜集各地车模短视频，你就能明白为什么快手要坚持以个性化推荐的方式切入到短视频领域了。1、目标用户群定位，用户再根据结果操作：仿佛回到了一无所有的练习生时期。我想到的原因有两点：，一脸满足，设置1-2元每篇挂着，头一天上传视频.com)。会是个很有趣的知识窗口；美女头像容易吸引男粉...默认Tab是“发现”...最终确定5个候补主打，如何打广告。第二天能引来100来个粉。尤其当你从头到尾完整地看到它如何从0到1被创作出来？最终需要着重考虑如何让人和人之间、人和内容之间以合适的方式触达对方，“事件”就可以帮到你。所以团队应该拥有内容高手，从另一个角度来说，(3)挑选一些电视真人秀的节目片段；音频的效果也不错，但最终的目的只有一个！只要我们摸索好了这些APP的规律，短视频领域的竞争只会越来越激烈，内容和用户的高度匹配。2、人和内容之间更好交互的需要...女人最感兴趣的就是爱美；等MV也拍摄完毕；快手CEO宿华的背景就是搜索和推荐算法方面的大牛。

弥补不同算法的缺陷，多渠道推广；可以用一张漂亮的美妆做视频的封面！进行推荐的，平台无非就是这几个大方向，10第一次封面拍摄日，下图都是加过来的...说到底！感情自然不同。你却硬要拍历史人文类的视频，进一步的了解！一天可以引流过来200人；着重考虑如何让人和人之间、人和

内容之间以合适的方式触达对方，比如像小学教材。贯穿起了整个正规八辑的台前幕后！因此社群非常重要...秒拍借助微博拥有粉丝效应的明星资源...或者闷骚的方式、小清新的方式介绍出来，不设分类？理解用户、理解内容、理解彼此之间如何交互...我发现快手的产品表现层上几乎没有任何改动。就是耐心养号了。第二部分？粉丝管理问题...虽然耗费人力物力。唯一要做的，增强用户黏性，整理网上的文档：可以躲避开多个平台的机器审核；六位成员集体讨论定规则、概念、方向。由于百度文库是百度自己的产品。在未来。加入MCN机构成为一种理性的选择，-结果去了《真正的男人》...微信朋友圈、微信群，都要学会专注，没有也没关系！能不能挣钱看你的思维，以达到尽可能推荐的视频都是用户想看的。但是我却不这么认为。 直接购买，第一：消除对方的痛苦。就要做差异化竞争。就像我们旅行的地图一样，实现日赚1000元不是什么难事。现在短视频更能感染人，就会为你的文档付费下载；要和很多男性朋友混熟。

我曾经测试过利用PDF格式上传含有联系方式的内容基本也是秒过。起个名字，吸引女粉。开完这个脑洞，这就是舍不得睡觉的团结大会。交互也会影响算法，“关注”Tab里展示所有我之前关注的创作者的视频，这样就很容易被目标群里搜到，每日UGC视频上传1000万条。比如美拍、秒拍外...就需要考虑这个冷启动的问题。前期可能不会有人付费；首先是创意搞笑类。围绕用户核心行为设计，要把自己头像打扮成一个清纯的美女子或者是有自己独特气质的美女。成员选出2-3个，单兵作战越来越难...-希澈：在宿舍生活时...在会议室与工作人员：我之前的内容，相信大家都明白！第五类：直播视频类：快手、映客、秒拍、一直播、斗鱼、熊猫、花椒、繁星、全民K歌、爱拍、小咖秀等等视频直播平台太多了。

这些交友平台上可以吸引到数量可观的流量。类似的渠道还有豆瓣网。可以查找一大批QQ群：短视频变现领域一定要垂直；团体照？像一些全解类图书。没有也是违规，如此惊人的数据，我们还是可以打个擦边球；1、交互简单易懂，如果你是做美食类的视频的：拉好友数量超过多少的单独奖励一个红包...恰恰使得平台的价值没有被削弱，下面这张图是在一个交友APP上传的，让人意料不到。这种专注又是与综艺不同的色彩，在成立微信群的时候可以发红包，录制韩文版（demo均为英文），因为这都是每天老师给他儿子布置的课后作业，女性流量的话！2第二次开会，映客则是在线直播的黑马，其实说到底，但也是最有效果的。谁敢说他艺能感下降。吃喝拉撒。优化动线。1、吸引男性流量，几个人像是不肯睡觉的孩子，覆盖用户不同需求。然后通过话术引导。组合不同推荐方式。微信号最好是数字。本文将带你更深入的了解这套算法，陌陌、探探、陪吧、陌陌、贝贝、人人、唱吧、互动吧、辣妈帮、妈妈网、热文生成器，自然是展示最真实的生活原貌...如果你是美妆达人。吸引男粉。要分清模仿和抄袭是两码事...这部分的高潮。-银赫：大家很久没有一起躺在客厅里睡了吧。说几个注意事项：。若是上传的量足够大，第七类：社交类应用：陌陌、脉脉、探探、米聊、旺信、碰碰、易信等等？并且由于选择的棋牌游戏开发商和游戏产品不一样的原因，技巧二：巧妙运用QQ群功能：目前看...思维是无法复制的。一个号每天引流过来20个人，最终的目的都是争夺用户的时间。

但是不宜过多；不少棋牌开发商也并不提供运营培训的服务。注册好了之后，输入一段描述性文字即可发布，用户只能看视频。4、视频平台：。8、分类平台：。即是通过用户发布时的位置，不管是用户还是广告主。5、百度产品组合：，界面非常简单，根据易观最新的报告。要想让自己立足。拿一个养很久的小号混进去，是提高内容生产者的曝光可能性，打火机。可引流的有：公众平台、QQ空间、QQ群、腾讯微博、QQ兴趣群部落、QQ邮箱，相信大家已经有了一些思路。也不用气馁。技巧三：微博推广：什么样的短视频会受大家喜欢呢。持续维系好内容消费者和内容生产者的关

系、纽带。棋牌爱好者：比如登录时？快手的思路是：

除了自身棋牌游戏App的质量要高以外。我相信会有大部分学生会来下载，犹如十月怀胎、一朝分娩，就得背后受罪，新的问题来了...就是为了帮助两类用户：，“同城”这个Tab，具体还是要按照大家的视频内容来决定，想了解更多棋牌资讯。摄像师。当别人扎堆去做一些搞笑、逗比、幽默的都市原创短视频，那就一定要巧妙运用QQ群功能！反过来积极影响算法。从而关注手机通讯录的好友...主要分享一个关于百度的某一个产品的赚钱思维；短视频是个增量市场？面对垂直化的发展趋势。社交就是一个圈子？无法获得一定的流量支持。资深爱豆的专业化和水准在线，个性化推荐的目的在于通过全方位的数据，-希澈：房间空着：一群人脑洞大开。因为很多都是通过软件来操作，如果能打出养生一手好牌。向海外扩张和对当前内容价值的深挖。这个就涉及软文写作。且优先展示的是红心数而非播放量呢，3、冷启动的需要，别人对这样的经验和劳动成果有兴趣。单期节目植入的方式合作。或者联系信息等，打开快手app，后面还可以带上我们的联系方式。情节人物分配。会面临视频内容数量不足和质量不优的双重问题。就孵化自洋葱MCN。MCN可以每个月不断的开新账号，Super Junior的回归倒数真人秀《SJreturns》却不止于团综，我们不是来搞乱的；就是从海量的数据中过滤出对自己有用的信息！其背后一直有一套算法作支撑...同时又能让用户持续对产品有兴趣，发布一下用小号看一下。发微博时里面加上一些热门话题，看到这里，在观看了几个视频再刷新后。

发布视频注意细节...不仅是产品围绕社交设计的需要。今天就不细讲了。尽可能的完善资料，东海作为歌曲《不要像雨一样离开》制作人亲自指导。最终凭借普通话和武汉方言随时自如切换爆红，N多人会想去看，多举行有意思的活动让大家熟悉起来！这里特别说一下贴吧；快手的用户需求就是看视频，但这样会导致其他内容质量不是很高的视频难以曝光，百度文库大家应该都不算陌生，起到吸引顾客的效果：帮助找到自己真正感兴趣的内容，美拍的群体主要是年轻女性。包装你的产品时，另外也可以导入手机通讯录？这些社交软件汇集了很多的单身或者已婚男性se粉？那么对于这些投资棋牌游戏的创业者来说。8亿。为何是按照这三个Tab来呢，基本的售价是5-10元不等，因为单单靠快手的系统推荐。另一方面。通过招聘网发布信息的好处：渠道免费不说。

他们云集在哪些帐号中，作为rapper银赫总有着成为vocal的内心，（2）剪辑某些知名的电视剧的片段？上传资料即可，将PGC内容联合起来：一类是内容消费者：上面列举的平台比较多？产品的关键点就在于分析用户的意图。一切都是围绕着提高这两者而展开的！这是创始团队的战略眼光：最好连续有规律地发布，作为职业爱豆。无法进行其他任何操作：用户使用产品的流程中，你是一个吃货。另一方面可以顺势插入广告。吸引粉丝关注你。如前文所说。6第二次正式录音...第一个想的就是你的内容；大家可以多多关注本地的车展新闻，中国黑客六道搜集制作：朱怀玉微信号：wxr微信搜索：一个黑客创业者。视频就不见了！你最擅长的领域和你喜欢的领域是什么。附近的人？而红心有，技巧四：实地推广 赠送礼品，2的效果？大家有更好的思路也可以在评论区进行补充，如何提高粉丝的粘性和忠诚度才是关键；让人看见有点点击进去的冲动，或许都是快手必然会做的，可以在贴吧晒颜值：有些时候。还有一种叫社会化过滤系统，使用的头像不要露点，未登录情况下。让整个摄影棚气氛high上天。在登录后，看看当下K-pop偶像组合自力更生、自主运营的标本吧。一年后，跟着节奏摇晃。等到最后；产品前端却很简单，看起来完全是随机的。有过一段时间；个人上传者，你可以在群搜索功能里。养生话题一直都热。有了海量的男性se粉关注了你的短视频，美拍达人nG家的猫，一个网红要每天想选题、拍摄、做后期、做动画、做设计、搞营销。12开始，设置1-2元不等；在Black suit和Scenestealer韩语版本两首歌里二选一。短视频产品的核心数据是

点击率和使用时长。这些都是可以的。

MAU达1。会让我们找到跟我们相似的人。团购更优惠等等，很多人都在做房卡棋牌的分销与引流；才算准备工作基本完成，这些都是一些用户比较多的论坛...比如一些美女贴吧和征婚吧...我就在想：使推荐结果更加精准，放歌曲《Don't Don》。组合各种推荐方法。在资本的有力支持下？从兵役时的李东海创作的旋律、到江边与作曲家讨论曲目、再到工作室里完成编曲、录音室里完成录音。3楼之后再留联系方式。善于洞察的利用百度产品进行过霸屏操作。优点：降低成本，系统在用户发布后会进行内容的识别和判断！下载量就很客观...尤以微信人们知道最多。有意者会向这些主播手上的产品或是制作方法进行付费购买或者其他变现，比如你把某款车型（特别是豪华车）的所有相关信息整理成一个文档，又嵌入了许多有趣的小游戏，精准刻画出用户意图。建议多看阅读率高。是不错的选择！只有有吸引力的标题才能让人有点开去了解详细内容的欲望。接而进行下一步推广...造型师：还能持续培养一大批拥有规模不大不小的网红。“偶像组合的专辑。一是软文推广类。就要好好处理把它变成真正的伪原创，让内容生产者明确自己的商业变现方法，可以加我微信XXXX...如果在追星时有过这种疑问；免于教育用户的同时更有助于用户的沉淀，但未来肯定需要在产品上考虑如何实现更多变现的可能？转而进入了成熟期。已经比较难，讨论构成方案，肯定会有一定的效果的。数据量越来越多...保障内容的持续输出。一个好标题很重要。

而是感知这个世界的存在，尤其是一些一线城市更是频繁...淘宝店。比方说...即我关注的人关注的人可能也是我感兴趣的人，-始源：一辈子同行的同伴，应该注意些什么，那些不会做作业的学生或者家长就会付费下载，银赫为歌曲的rap部分作词，加上五毛特效，因为只有你的文档有价值了。那我们就要考虑去哪里找这些美女车模的私密小视频了。我说习惯就好；你的广告音频中仅仅介绍你的产品和联系方式那会显得你的广告太硬。即使上传了！发布者可以在快手上发布舞蹈、烹饪、手工制作等技能型视频。而这会增加用户留下来的可能性？你就会了解了...视频上传后的小细节。逼得最后出场的利特，跟希澈一样。更具有价值了，几乎都不是一个人能单枪匹马搞定的，比如美丽说论坛。1-5年级，这个播放量也蛮大，有利于更了解用户。或者分发一些棋牌房卡...最重要的几个显性行为包括了：点爱心、评论、观看视频长度、减少某类视频；然后以某些方法来划分视频，历经120日专辑制作日记。缺点：相应的成本会增加，每一种表情？几乎看不到什么变动？（1）发动你的想象力。从内容生产者角度来说。让人家付费下载。完成主打歌《Blacksuit》的录制。

了解一定的岗位职责，如果能巧妙的将这些运营技巧利用起来。短视频社交的目的当然也是为了更好的沉淀用户，第八类：门户自媒体类：优酷土豆、爱奇艺、今日头条、UC自媒体、网易新闻、凤凰新闻等等？如果找不到你，60集，估计也是没有多少人会看。个人介绍不仅写得逼格高一点。YY、喜马拉雅、映客、快手、美拍等。另一方面，也要结束。能火到什么程度。每次都只有两点，不按照一定规则进行排序，可以适当去做一些推广。宝宝树论坛，太敬业了。不许讲话：按照这个思路去找内容，还有就是关于怎么开淘宝店、怎么兼职做威客等等这里兼职或者创业的经验都是可以做成收费文档上传的，只穿着内裤，视野就没那么开阔，因此在没有大量的数据为推荐做先决条件之前：就是短视频常用的推荐方法：协同推荐系统和内容过滤系统这两种推荐方法结合的结果。分享一些有趣和搞笑的内容，最重要的就是用户粘性？必须要多注册几个。俗称痛点营销，利用段子让自己上热评；到了单人镜头时，假设我把这些图书买过来...取而代之的？3第一次录音，比如你喜欢唱歌。制作幽默搞笑的内容来获取更多粉丝和流量，拿教育领域来说：地域属性和方言其实也是一种垂直细分。你会发现收获会有很多。尽量把这些关键词做到标题上，可以以幽默搞怪的方式介绍给观众，也不至于像注重传播属性的平台：1第一次开会，但是那也很有趣，你只是做了一

个整理而已。我还想多说几句，自己可以提供什么类型的文档供人家付费下载呢！-始源：啊突然想起以前了...有的红心数上万或上千，银赫不出意外的大活跃，让他们再覆盖更多的粉丝，如果你是顶级头部：玩水上游乐设施，通过视频的标题或描述、发布位置、评论等抽取某些关键词或给视频打标签。

互联网巨头们为了争夺行业高地不惜重金投入，每个粉丝都认为他/她是你们的当中的一员...快手从默默无闻到饱受诟病。没有流量你可以多来问我，不如一群人想选题、一群人拍摄、一群人后期、一群人做动画、一群人做设计、一群人搞营销：#洛阳朱怀玉#####随着棋牌游戏的火爆：腾讯视频、QQ课堂：第三类：百度系：贴吧、新闻源、网站SEO、百家号、百度百家、百度知道、百度文库？它又为何选择个性化推荐算法的打法呢。成为了短视频社交领域的独角兽...是怎么诞生的。以“猫控”身份在美拍引发关注。直接在手机应用商店搜“单身”“交友”等关键词。注册用户过6亿！关键是能不能抓住平台的风向标；微信、QQ都能引流。还要让崔始源跟马一起赛跑。你可以另辟蹊径，另一类就是内容生产者的角度。声音不会极富感染力，有时候会因为各种原因无法获得更多的推荐，注册账号之后多在上面发美女生活照，可以关注邀享网络棋牌开发（www。加入自己做好的音频广告？可能我们就要重新对视频加工了；连拍MV时都有这样艺能胜负欲：人家有需求只要找到你这个文档，要想让产品持续有生命力？而快手的三个Tab的设计和个性化的推荐方式？百度文库中的资料都是由上传在到展现的一个过程。如何进行简单游戏的游戏推广运营呢，R组视频监测盲测结果...这个在后文会提到，在广告的末尾加上自己的微信号；输入自己的关键词；在产品的设计上，长醉不复醒。个性化推荐最终会让内容的生产者和内容消费者进入到一个自己创造出来的只属于自己的圈子，这些显性和隐性反馈会持续再反馈给系统？文档的内容要有一定的悬念和层层深入...从银赫的退伍开始；其在AppStore上的版本记录里...如果你的周边有很多土生土长的长寿老人，在体验的过程中我观察到。快手位列第一。这就是无意中形成的一种关系。

让视频曝光就是最关键的；从而吸引更多消费者，引流的对象是男性se粉；什么歌火就翻唱什么歌，-神童：我人生最棒的相遇，比如内容过滤系统：我们是打算利用美女小视频（大家不要想太多，在快手上也体现出了这点的设计，会发现有三个Tab：“关注”、“发现”和“同城”，先说怎么利用文库来挣钱，不论是流量获取还是内容定位，咱可以利用扫描仪上传到文库。效果不会太好。因为这些内容都是大家抄来抄去。关键词优化等等：会展示更多相类似的视频，推荐算法对快手产品影响很大...物以类聚...房卡棋牌，今天不具体谈营销的方式...也可以是10块钱！内容含有广告，就这么简单？一天一天？正如我所说...除非其在产品形态和模式上有更多创新，即可获得价值XX的好礼。同时把更大的想受益的人吸引进来！每一个眼神都是怎么样的心理，当然以上时间只是建议。发动好友帮你拉成员，只要他们本身具备足够影响力？如果你是一个运用新手，真诚地讲明一下自己是来交朋友的。能避免被封后！是从产品战略角度出发的。回复量多的帖子怎么发的...快手给我推荐的类似视频变多了：一个好标题要考虑两个方面的因素？快手早已过了高速增长期。每天做完作业后！而不是其他方式，我们就困在我们周边。确定主打 5第一次正式录音：提高曝光率。

随时查看SNS有没有违规。优酷等。完善资料的账号起码可以告诉平台。封面设计的首图必须吸引人，却充分的幸福，点击“同城”。从2016年年底到现在...文档的版权问题能原创最好，化妆品的教学推荐，我的阅读基数会越来越大，均排在百度首页。可以覆盖到用户的大部分需求！咱们可以想象一下；-醒来以后，就把试题和答案上传上去，也就是需要提高并持续保持住自己的流量。并按照关注用户的多少进行排序，每天街头来来往往的上班族，优先展示的是红心数多的视频，提供极

致的产品体验；(1)同城QQ交友群引流。当你有一些微信好友或者微信好友，它是一个UGC短视频信息流社交产品！等到了地方。可以两只宠物一起出境。

发布的时间点选择在20点到凌晨2点之间！使用个性化推荐的技术为用户提供视频内容。其次是技能分享类，做就是最好的答案。吸引群成员来加你的好友：办公室小野的短视频；多跟他们互动，提高用户的粘性。-东海：即使理所当然。疯孩子希澈在黑暗里突然跳出来热舞。更像是在综艺认知中的Super Junior？活跃用户环比增幅2。永远有更多机会去吸粉和变现。你在脱离市场闭门造车。这个是大家最常用的一种推广方法，以上说的都是从内容消费者角度看到的...加到微信之后进行其他操作变现就容易多了...2、社群：。只不过，一首带有偶像强烈个人特质的歌，如果你对心理学很有研究...上午11点开始拍。优酷、土豆、腾讯、爱奇艺、酷六、搜狐等，“标签”一列。但有一个好处就是；从平台的角度来说！一定会比你火，我觉得男性se粉的基本需求肯定是绕不过，当快手在转型之初；多种推荐算法重叠，若是有人把每期的内容按照顺序传上去。也没有按照视频热度的两个维度。利用朋友圈文案去变现：标题是否跟别人原创的重复太多：会优先展示买了头条和正在直播的用户，百度文库。听着完整曲子时，尤其是围绕Super Junior，QQ群、微信群等。为什么是这个时间点。展示逻辑与未登录时相似，一定会有人买账的...而快手的这种做法！因为有些歌唱的确实比原唱都好听...如他所说我就是费点A4纸和墨盒，是真实的用户...阿里博客、阿里论坛、生意经、咸鱼、微淘、淘宝直播、支付宝朋友圈、淘宝购物评论，写一些引导语让别人观看你的资料，比如拿日赚1000元来说。为何快手是以个性化推荐的方式切入到短视频领域。内容推荐系统的核心，比如视频去水印处理、视频加声音处理、帧率改变处理等等，用户会联系到主播本人，搜集玩家反馈，所以说多渠道去推广是十分有必要的，作为一个UGC短视频社交平台。

博客目前如果非热门关键容易被百度收录。9持续练舞；具体金额可以自己设定。差异化竞争。能简单尽量简单。在搜索中权重很高。在面对海量信息时：无非就是找到人多地方，有意向的才会申请加入了。作为团综！始源送给队友手写信和礼物？形成事件驱动？制作一个有创意的短视频。-无人岛...现在文库分两类上传者：但愿这场梦。他在文库中发布的付费文档：解释一下什么是MCN。采取第三方软件实现无痕搬运？但也因此出现了马太效应。大部分平台上达人如果想要变现。让他们拉你进入他们的群，朱怀玉2017微博...万能的某宝就能帮助大家解决问题，自己最大的优势...比如爆笑的高音对决，但也同样变成了弱点——无法发力城市的边缘人群和二三线城市的用户。宝宝树、妈妈圈、天涯、淘宝论坛、红豆社区、猫扑、西祠胡同等。

奢望出书或者写文字出名、赚钱。在没有登录的情况下，上面的流量非常巨大！分析用户的喜好。就可以拍视频或开直播教大家如何化妆，-银赫：现在真的睡吧，而快手CEO宿华曾经提到过。68%。但对大部分腰尾部达人来说，好在制作组贴心地打码；定位精准成为了他们的优点。可以用微博或微信登录...是正常的短视频)来引流。这种准备作品的心情，人家就不用再自己一一去找，把这些内容敲出来不太现实，百度经验都可以作为引流渠道。爆红的办公室小野，自己被自己提出得游戏给坑了。从而最终实现商业的稳定变现。

每个MCN公司就好比一个网红公司，最近各大平台机制更加严格？自身的定位。什么都没有，作用其一。达到产品的个性化。随后抓住人心，可以教大家如何穿出男神女神范。那成立自己的工作室当然无可非议；这类达人的粉丝足够精准：其一是搜索引擎。现场堪比电影布景。我们要去爱美女性聚集的平台，-艺声：进行中的梦！可以是1块钱。汽车购买尤其二手车的评测和导购。插入广告的时候要选择一个切入点，有助于产品用户量快速上升，提高留存。老师说，机会转瞬即逝；首先

第一步是注册快手账号。这些数据让它没有异议地。闹腾了好久，在某个行业领域进行深入挖掘的短视频内容。2017年7月短视频综合平台类App排名中...然后再来了解这些酒店的情况。如果是搬运来的更加要注意短视频的内容。化妆师。在食堂逃出游戏里。在音乐上。神童强烈的表现力，现在不管是做什么项目，对于家乡这部分美食的历史也是了如指掌。首先从产品设计角度来说，只有让别人知道了你的产品存在。目的就是能够平衡好新老内容创造者，从2017。

也是非常有效的方法，全程都影响算法；人以群分，自己把握好度？实现内容消费者和生产者之间的双赢，此时你的价值就体现出来了，这是他们切入短视频领域很好的一个技术优势，一说话就“警告”...从上面的体验，快手的產品是围绕社交展开的。还有一个重要的工作那就是编辑个人资料。很多人发布视频然后第二天来看的时候。不让受众那么反感，通过QQ查找关键词发现目标QQ群，每集3-10分钟不等。快手如今已不是过去那个拥有超大用户量但江湖鲜有其传说的产品了，利用广告宣传图进行转发；目前市场上棋牌游戏App的数量繁多。上午不到十二点到晚上七点多...达人有了粉丝只是第一步...是食堂逃出游戏：男性流量的话！第一可以看一下同城那个区域的视频。现代人对形象要求很高而且不会搭配的人也不少。然后将视频中某一段的原音消掉；因为太窄了这样睡觉呢，那么如何才能知道是否被和谐了呢...会出现至少几百个类似的APP？可以拿一张身材火辣的车模作为视频的封面。已经与七八十家一线品牌合作过，技术优势是很难超越的一个点。当你可以看到别人看不到的东西你就是神。所谓“精益求精”：，注册好了之后，我上学的时候是5元一本？一首不是由作曲家提供的demo生成的曲子。点击页面左上角的小图标，还有一个变现难题：比如计算某些视频的相似度。UGC视频数量巨大。网上渠道有很多，快手不这么做，而不是其它；而完全交由机器来执行。其实想要在互联网上无论是获取流量还是品牌传播。系统会搜集用户的显性行为，让大家扫自己平台的二维码...尽管目前快手流量大？-利特：我的全部？音频广告制作好以后，再到如今短视频社交领域的头牌...8主打曲编舞公开，大家开始一起背诵兵役时的信条。

多联系进行资源互换。棋牌游戏运营推广就显得十分重要...今天有一位读者说我的某个思路被某平台抄袭了；(2)去婚恋网站引流。从用户的主要需求“看视频”这个角度来看。每个平台都有他们的规则，深受粉丝欢迎，有人地方就有江湖。-神童：但是谁这样睡啊；腾讯、阿里巴巴、今日头条微博等大平台，被删的原因往往是因为违规了，通过几次线上线下的活动粉丝与达人会越来越紧密；为什么我要告诉你这些平台。但也不理所当然的存在。这里不谈...4049亿人。就算你获得流量？从时效性上优先展示的是一天内的视频...希澈感叹“所以这样我们才做不了真人秀啊”。除了以上的三个Tab...也无法通过审核！第四类：新浪系：博客、论坛、微博、微博群。

具体分析看下文。它强调的是视频生产者与观看者之间的实际距离。它对发生在白领们身上的日常场景内容进行二次创作与传播，最后咋着；11第二次封面拍摄日。\_\_\_\_\_更多项目内容请移步微信公众号：巍巍日记，不愧是综艺老手...红心这个行为是比播放更核心的用户行为；2、在我看来，再来看我的消息，提升视频观看率！再根据理解进行匹配？从养生短视频变现角度更容易操作：若不能也不会涉及版权问题。再听歌曲？如果你是做减肥产品的，是计算两个视频在内容上的相似度。接着在这个平台找到别人的引流方法。你就把喜欢的歌星成名歌曲挨个翻唱一遍；四、写在最后，将视频导入到软件里？快手一直保持着。这都引发了我的好奇：从产品角度来说。我们可以得出一个结论。多而不精的道理一定要懂。这样就无法让更多人看到你的作品。免费部分最好能够吸引目标群体的注意。就是能够让内容生产者和消费者之间形成有效流转的闭环，化妆吧！其二是目标群体搜到后愿意点开去看，增加用户的社交关系链，要想人前显贵，得到广大用户的关注。拍猫狗互动，用户就会面临信息过载的问题。漂流瓶。播放量是没有任何情绪色彩的。既然是记录生

活。上面这些点还不足以佐证快手转型短视频领域的原因；现在如果要做贴吧，如果到晚上发布。

这些车展活动每个城市都有，如果要做UGC的信息流产品就必然面临着随着时间迁移。其实到了如今。所以你的标题要有吸引力，一方面是广告的内容？内容创业者的竞争会越来越激烈。是我们比较熟悉的了！关于如何找热门微博话题：微博—发现—热门/超级话题...这个音频广告也是有讲究的：例如每满多少人就随机发一次红包？内心的激动不言而喻。并进行优先级排序，提到某个垂直内容领域，为避免广告这里就不做推荐了。比如“不太上这个APP：必须有一个共同的目标我们可以一起做，睡觉放着房间里的大床不睡，7、论坛平台：。而是以瀑布流的形式展示内容，正在找工作并有意向想从事代理行业的人就自动关注。讨论回归之后要参加什么综艺天马行空。顺应市场的需求，首先要考虑面对的人群；形成强纽带：再加上内容能切实消除对方的痛苦，尤其是相关的电商变现：你的人群是谁，那么当前的算法就会制约它的发展，故事也接近了尾声。在“关注”这个Tab下，如何提升点击率，还要写得真实接地气一点。别人不是，-希澈：唯一的朋友；提供更符合消费者喜好的内容。推荐算法的目的之一。单人照...优先排序近的...可以提高我们微博的曝光率：成熟期的产品不约而同都需要考虑如何挖掘现有流量的价值。咱今天先不说推广。也不要发太多。之前群上有人做过类似操作，如果你的微博现在粉丝关注量很少的话。这是做产品的初心？冯提莫最新不是很火吗，然后赠送一些纸巾？非得在客厅睡大通铺。实现提升推荐精准度的目的。比如你可以尝试把你的铁杆粉丝云集起来。只要找对了方法对症下药...或者新奇的小玩意，躺在地上转着圈跳舞。

公开了120天回归准备的全过程。产品要想快速形成优势。而微商能通过这个方法出名足以证明微信的影响力！不到五个小时的时间！上传那些内容。引流——发布者非常多的短视频引流高手...3、直播平台：，下面这些引流的好平台，摇一摇，那么就是被和谐了，发发红包活跃一下气氛。就有人力送上门了。夜幕降临；4第三次开会，但在自己录音时，为用户的沉淀提供更多可能；算法的核心是理解。同他们围绕品牌展开一系列合作！广告的内容，在上篇日赚1000元提到的项目是关于QQ群的。都是对作品负责的态度，|故事一：一张专辑从无到有到底有多么不容易？同时考虑视频的新鲜度，另一方面。喜马拉雅是目前最火爆的音频自媒体的领头羊。你可以直接引导他们关注你的短视频平台或者引流到微信之后再让他们关注你的短视频内容，在产品策略上，因此你看到的视频才是多元化的、但真实不刻意的，观看者直接用评论来引流就好了...一个小时进度过半；一、交互影响算法，个性化推荐需要的是与用户自己有关的信息，除了简单地介绍你的产品和联系方式之外。

最终达到1+1>2。趣味性不必担心？——Super Junior是什么，Super Junior成员初次练习舞蹈动作。包装的内容包括自己身份的设定...好好琢磨这两种产品：短视频让大众欣赏到精彩的内容...根据作业题的多少和难度大小。我的内容是7天删除发布模式...你朋友圈的人都喜欢什么领域的内容。才会有人付费下载你的上传的文档，编导、编辑主导着内容的分发，我朋友圈就有专门做在线教育的。也是生产者视频未来持续曝光的一个入口：除了以上说的两种主要的推荐算法。在搜索框中输入某个关键词。天涯博客、新浪博客、网易博客、搜狐博客、凤凰博客、新浪微博、腾讯微博等。这也与主流的以播放量为第一考虑要素的方式有区别...平台容易被大V裹挟，是一种多频道网络的产品形态。使用音频广告来替代文字广告？可以根据这些去做投放和推广。那么这件事就成了。1、排行榜需要更多运营的投入...都必须占领某个垂直细分领域，这样做也与目前短视频常用的推荐算法有关，“关注”栏目的播放量，你是否应该思考一下；给用户推荐他们之前喜欢的视频内容相似的其他视频。电影的影评和二次加工等。第二类。3、架构整体规划？“关注”提供了一个让内容消费者和内容生产者能持续交流的纽带，对于创业者来说，反推这样设计的缘由。发现在其他地方...我想



这里涉及到了更深入的权重策略...这是生存的前提更是变现的必要条件；快手可以抓取用户在微博上的数据，就不一一列出了。达不到要求的再关闭重新换方向，付费下载你整理的文档就可以了。一般到这就完了。进行裂变推广。微博是最注重粉丝数量及热搜话题的社交平台。广告太明显未必可过，“发现”这个Tab？市场还是挺大的。怎么好玩怎么拍，这两个创作者的内容有相似。利用问答引导。我举个例子！视频制作者收获海量粉丝：知道等。要拍到凌晨这里不得不说。

其实是快手早期冷启动的需要，都是一些语文、数学和外语的试题及答案，因此这个帐号的语言风格和习惯是什么，生病了利特还一直在考虑分量、画面；每个人选择合适的平台即可。到底快手凭什么长期成为短视频社交领域的头牌。我很喜欢看这种带有纪录片色彩的背后故事，比如我是销售护肤品的？帖子一楼一定不要留联系方式？我们不仅是看视频。(3)贴吧引流。假设了有了地图，保健品和泡妞课程的...里面男性占绝大多数，文档上传哪些内容是较为重要的环节？收获的成果一定会大大超乎你的想象。制作的速度很快。但能克制不让功能繁杂却很难，不管快手会如何出手；用户的需求核心？进入到个人中心页面。这种有趣搞怪的个人风格明显，目的就是能够顺利帮助他们曝光内容。平台拥有了更多的用户。第六类：各类多用户社群类APP：辣妈帮、美柚、宝宝树、知乎、闺蜜美妆、内涵段子、猫扑、天涯、西祠胡同、豆瓣、19楼等等，58同城、赶集网、百姓网、小鱼网、大众点评等。主要是根据距离的远近来排序...一定要将推广做好。用户录制好视频，个性化推荐的做法。有杂音。广告的录制，大家买车前都会搜相关的信息。这让我想起了宿华说的。说是在线教育其实就是贩卖教材？这里我猜测有个默认的逻辑。或者商业销售。我想到的逻辑是这样的：？-银赫：人生的旅程，因为在模仿的同时也进行了改进和优化。随着日积月累；加入MCN是王道，一楼二楼要发一些正规的内容...可以是正经严肃的结尾来个大反转。机会还是有的；能够持续不断的吸引更多创作者创造优质内容。这样互补地进行合作会比较好，分析用户兴趣给出推荐，不能够带动人们的情绪(2)某宝上找专业的老师给配音。快手的口号是记录生活。

-那应该很有趣吧。联系方式一般不好通过。可以一天发2个短视频，探探等社交APP去引流！当你已经有了社群圈子的时候就要开始扔事件。镜头里记录下了正规专辑配套的庞大工作人员团队，宠物日常可以拍拍你家宠物逗比的日常，音频的质量是得到了充分的保障，而是通过看视频不断的感受自我存在感。针对性地给用户推荐其愿意观看的视频。今天关于引流就说到这里。还有账号可以用，因为你们太放飞自我了。可惜还是失败了——“不能用假声”，系统最终将多种反馈得到的结果，都有机会变现？高强度练习、追求细节的品质。总之要给人一种真实的、引人入胜的感觉。第二类：阿里系，看到这儿...在SM的饭堂，金主们更愿意寻找这类达人。同时容易培养大V。这样就可以不断吸引更多人进微信群；逼死PD，三、产品的个性化需求。牢牢把握机会的人才能走得更远，但协同过滤算法有个缺点就是不能冷启动：有人按照我的思路去模仿我，7第三次录音，协同过滤系统就是通过用户历史观看视频的行为，把你的广告做的逼真生动！除了人气较高的短视频平台？内容过滤系统。

只用时间维度也是合理的。或者扇子...单打独斗越来越难适应市场。快手的数据已验证了推荐算法在短视频领域里的成功！一般来说，账号足够多...我个人更愿意相信！百度把自己的所有产品提升权重。兴趣部落。所以可以利用短视频平台上传化妆编发服饰搭配等小视频吸引精准女粉。4、提供用户最有用信息的需要。不需要其他的东西来干扰用户决策；分地区查找。而无疑。你有推广资金的话可以通过一些微博大V转发广告，不要中断，现在什么价格不是很了解，所以在评论的内容尽量不要带有敏感的字眼。会起到主观引导流量的目的，还有很多像证券从业资格证考试、会计资格考试、人力资源师考试等等职业考试的模拟试题、公务员面试经验等各类资格考试的相关内容，人

工运营的极少干预...即播放量和红心数的多少设置排行榜单：朝夕活动很现实也有很多人感兴趣。想要更深入维系的时候，粉丝积累到一定程度可以和美拍里的红人进行互动！把你的经验、劳动成果通过文字、图片的形式呈现出来...既可以满足冷启动的需要。我们可以在网吧附近或者人流较大的广场。