



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《短视频剪辑与制作》教案

商学系

王翠平



2.2 直击用户痛点，满足粉丝和用户喜好

| | |
|------|---|
| 教学要求 | <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none">1. 了解如何收集和分析用户的痛点2. 了解如何戳中用户痛点 <p>【技能目标】</p> <ol style="list-style-type: none">1. 掌握如何戳中用户痛点 <p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none">1. 培养学生总结分析、独立思考的能力和认真、严谨的学习态度 |
| 教学重点 | <ol style="list-style-type: none">1. 如何戳中用户痛点 |
| 教学难点 | <ol style="list-style-type: none">1. 掌握如何戳中用户痛点 |
| 教学方法 | 讲授法、案例法 |
| 课时数 | 2 课时 |

教学内容

一、搜集和分析用户痛点

1. 搜集用户痛点

社交媒体平台：微博、抖音、小红书等平台上大量用户分享日常生活、需求和困扰。可通过搜索相关话题标签，如 #职场困扰 #、#育儿难题 #等，浏览用户的吐槽、提问和求助内容，从中发现普遍存在的痛点。还可以关注热门博主、意见领袖，查看他们的粉丝互动留言，挖掘粉丝群体的共性问题。

问答平台：知乎、百度知道等问答平台是用户集中寻求答案的地方。在这些平台上搜索与短视频主题相关的问题，比如在健康养生领域，会有用户提问“如何缓解失眠”等，这些问题反映了用户在该领域的知识盲区或实际困难，都是潜在的痛点。

短视频评论区和私信：查看同类优质短视频的评论区，分析用户对视频内容的反馈、建议以及他们提出的未被满足的需求。还可以通过私信与部分活跃用户进行深入交流，邀请他们分享自己在相关主题下遇到的问题及期望解决的痛点。

线下交流：与目标用户群体进行面对面的交流，如举办小型座谈会、街头访谈等。如果短视频定位为服务老年群体，就可以去公园、老年活动中心等地，与老年人及其家人交流，了解他们在生活、娱乐、健康等方面的痛点。

2. 分析用户痛点

分类整理：将搜集到的痛点按照不同维度进行分类，如按人群特征分为年轻人、中年人、老年人的痛点；按领域分为生活类、工作类、学习类痛点等。以美食短视频为例，可将痛点分为减肥人群的低脂美食需求、上班族的快速简餐需求、家庭主妇的营养均衡搭配需求等。

评估痛点的普遍性：统计每个痛点出现的频率，出现次数越多，说明该痛点越具有普遍性。比如在美妆短视频的调研中，发现“如何化出持久不脱妆的妆容”这一问题频繁出现，表明这是美妆用户的一个普遍痛点。

判断痛点的严重性：结合用户的反馈语气、情绪以及实际影响来判断痛点的严重程度。例如在教育类短视频中，用户对于“孩子学习成绩差导致升学困难”的担忧和焦虑情绪强烈，说明这是一个严重影响用户的痛点。

挖掘痛点背后的本质需求：深入分析痛点背后的深层次原因和需求。如用户抱怨“运动后肌肉酸痛难以缓解”，其本质需求可能是对运动康复知识的渴望以及对有效缓解肌肉酸痛方法的需求，据此可以创作相关的运动康复指导短视频。

二、抓住粉丝的心

要抓住短视频粉丝的心，需要在内容创作、互动运营等多个方面下功夫，以下是具体方法：

1. 打造优质内容

精准定位：明确自身短视频的主题和定位，专注于特定的领域或受众群体。如“美食杰”专注于美食制作分享，吸引美食爱好者；“一条”聚焦于生活美学，为追求品质生活的人群提供内容。精准的定位能让粉丝快速识别并找到与自己兴趣相符的内容。

内容价值：提供有价值的内容是吸引粉丝的核心。可以是知识干货，如法律知识科普、编程教学；也可以是实用技能，如化妆技巧、家居收纳方法；还

可以是情感共鸣，如讲述奋斗故事、亲情友情故事等，让粉丝在观看后有所收获。

创意与独特性：在内容创作上要有创意，展现独特的视角和风格。例如“多余和毛毛姐”以独特的贵州方言、搞笑的剧情和夸张的表演风格在短视频领域脱颖而出；“无穷小亮的科普日常”以专业、有趣的生物科普内容吸引了大量粉丝。

保持更新频率：定期发布新的视频内容，让粉丝养成关注和期待的习惯。可以制定一个合理的发布计划，如每周一、三、五更新，或者根据平台流量高峰和目标受众的活跃时间来安排发布时间，保持账号的活跃度。

2. 优化视频呈现

视觉效果：注重视频的画面质量，确保画面清晰、稳定、光线充足、色彩协调。合理运用拍摄手法，如特写、全景、运镜等，增强画面的表现力和吸引力。在剪辑上，运用合适的转场效果、特效和字幕，提升视频的流畅性和观赏性。

音频处理：保证音频清晰，无杂音、失真等问题。选择合适的背景音乐和音效，增强视频的氛围和感染力。例如，在美食视频中加入食物烹饪的声音和轻松愉悦的背景音乐，能让观众更有食欲和观看兴趣。

视频时长：根据内容和平台特点，合理控制视频时长。一般来说，抖音等平台的短视频以 15-60 秒为宜，能在短时间内传递核心内容，抓住观众注意力；而 B 站等平台的知识类、剧情类视频可以适当延长至 3-10 分钟，以便深入讲解和展开剧情。

3. 加强粉丝互动

回复评论和私信：及时回复粉丝的评论和私信，与粉丝建立良好的沟通和互动。对于粉丝的提问，认真解答；对于粉丝的建议和意见，虚心接受并表示感谢。通过互动让粉丝感受到关注和尊重，增强粉丝的粘性。

举办互动活动：定期举办一些互动活动，如抽奖、问答、话题挑战等。例如，在视频中发起话题挑战，邀请粉丝参与创作并使用特定的话题标签，然后从中抽取幸运粉丝给予奖励，激发粉丝的参与热情。

建立粉丝社群：创建粉丝群或加入相关的社交群组，将粉丝聚集在一起，

方便与粉丝进行更深入的交流和互动。在社群中，可以分享一些幕后故事、创作心得，提前透露视频计划，收集粉丝的想法和建议，增强粉丝的归属感和忠诚度。

4. 塑造个人品牌

打造人设：在短视频中塑造一个鲜明、独特的人设，让粉丝能够记住和喜爱。这个人设可以是幽默风趣的、专业严谨的、温暖治愈的等。如“papi 酱”以搞笑幽默、才华横溢的人设深受粉丝喜爱；“李子柒”以田园诗意、勤劳善良的人设吸引了大量国内外粉丝。

保持风格一致性：在视频的内容风格、拍摄风格、剪辑风格等方面保持一致性，让粉丝能够通过风格快速识别和记住账号。例如，“办公室小野”的视频始终以办公室为场景，进行各种创意美食制作，形成了独特的风格。

传递价值观：通过短视频内容传递积极向上的价值观，如热爱生活、追求梦想、关爱他人等，让粉丝在观看视频的同时，受到正能量的感染和启发，与粉丝建立更深层次的情感连接。

| | |
|-------|---|
| 归纳与提高 | <p>短视频要想成功，直击用户痛点、满足粉丝喜好是关键。从痛点来看，可借助社交媒体、问答平台，挖掘用户在生活、工作、学习等各方面的困扰，像职场人对升职加薪的焦虑、宝妈育儿的难题等。对这些痛点分类整理，分析其普遍性与严重性，找到核心诉求。</p> <p>满足喜好上，精准定位垂直领域，提供有价值内容，比如美妆教程、理财知识。保持创意，用独特视角和风格打造记忆点，同时积极互动，回复评论私信，举办活动，增强粉丝粘性，让短视频在竞争中脱颖而出。</p> |
|-------|---|