



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

一、教学目标

知识目标：

学生能够深入理解用户痛点及粉丝喜好的内涵，精准剖析其形成原因，包括社会环境、生活压力、兴趣变迁等因素的影响。

熟知不同年龄、性别、地域、职业群体的常见痛点与喜好特征，构建用户画像体系，掌握大数据分析、用户调研等挖掘方法。

领会短视频如何通过内容选题、表现形式、互动策略等方面直击用户痛点、满足粉丝喜好，明晰各环节关键点。

技能目标：

能运用所学知识，借助专业工具（如问卷星、抖音创作者服务平台数据分析工具等）开展用户调研，收集并整理有效数据，精准定位目标受众痛点与喜好。

依据调研结果，独立策划并创作短视频内容，熟练运用短视频剪辑技巧，在选题、文案、画面、音效等方面巧妙融入用户关注元素，提升作品吸引力与传播力。

掌握短视频运营过程中的互动技巧，如评论区管理、私信沟通、粉丝群运营等，及时回应粉丝诉求，增强粉丝粘性，根据反馈优化后续作品。

素质目标：

培养学生的同理心与社会敏感度，使其能够站在用户角度思考问题，深度感知社会需求，创作有温度、有价值的短视频作品。

提升学生的创新应变能力，面对瞬息万变的用户喜好与市场动态，鼓励学生快速调整创作思路，大胆尝试新形式、新玩法，保持作品竞争力。

强化学生的责任担当意识，确保短视频内容积极健康，传递正能量，助力营造良好的网络社交氛围。

二、课程思政

在讲解用户痛点挖掘时，引导学生关注社会弱势群体的需求，如老年人的数字鸿沟、残障人士的生活不便等，激发学生的社会责任感，鼓励通过短视频为他们发声，提供帮助与支持。

分析满足粉丝喜好的成功案例时，强调传承与弘扬中华优秀传统文化、红色文化等内容的重要性，培养学生的文化自信，引导学生将文化元素融入创作，满足粉丝对文化内涵的追求。

通过小组合作完成项目任务，培养学生的团队协作精神，教导学生尊重他人意见，学会分工协作、资源共享，共同攻克难题，塑造良好的合作品质。

三、教学重点

用户痛点与粉丝喜好的深度剖析，让学生掌握多维度分析方法，准确洞察目标受众内心需求，为精准创作奠定基础。

短视频直击用户痛点、满足粉丝喜好的策略研究，聚焦内容创作、表现形式、互动运营等关键环节，探究有效实现路径。

基于用户反馈的短视频优化方法讲解，使学生明白如何借助粉丝互动数据持续改进作品，提升用户满意度与忠诚度。

四、教学难点

如何引导学生透过现象看本质，从纷繁复杂的社会现象与用户行为中精准提炼出真正的痛点与喜好，避免陷入表面化、片面化的认知误区。

帮助学生在短视频创作中实现用户需求与创意表达的完美平衡，既充分满足受众期望，又不失个人风格与艺术追求，打造独特品牌。

让学生理解并运用大数据分析工具，深度挖掘用户数据背后的价值，将数据洞察转化为切实可行的创作与运营决策，提升作品商业价值。

五、教学重点及难点解决方法

（一）教学重点解决方法

针对“用户痛点与粉丝喜好的深度剖析”：采用“场景化拆解+工具实操”教学法。结合高职学生熟悉的校园、兼职、社交场景，列举“课后作业难题”“兼职信息筛选困难”等典型痛点，用思维导图拆解痛点层级（表层需求 - 深层需求）；发放《用户调研实操手册》，指导学生使用问卷星设计3类核心问题（基础信息题、痛点排序题、喜好多选题），以“校园新生”为目标受众开展模拟调研，通过数据整理形成简易用户画像，强化实操感知。

针对“短视频直击用户痛点的策略”：构建“策略 - 案例 - 模仿”三维训练体系。将策略拆解为选题、表现形式、互动3个模块，每个模块匹配2个高职学生易模仿的案例（如选题类“大学生期末复习高效技巧”、表现形式类“动画解析校园快递取件痛点”）；

设置“策略落地任务”，让学生分组选择 1 个策略模块，结合调研的用户痛点，策划 15 秒短视频核心框架，教师用“策略匹配度评分表”进行针对性点评，确保策略落地。

针对“基于用户反馈的优化方法”：采用“数据解读 + 案例复盘”双轨模式。选取 3 条学生创作的短视频案例，展示其完播率、评论区反馈等数据，用通俗语言解读数据背后的用户需求（如“完播率低于 30%= 开头无亮点”）；发放《反馈分析工作表》，引导学生分类整理评论（表扬类、建议类、吐槽类），提炼优化方向；开展“作品优化接龙”活动，每组针对前一组作品的反馈提出具体修改方案，强化方法应用。

（二）教学难点解决方法

针对“精准提炼真实痛点与喜好”：引入“痛点验证三步法”。第一步“现象收集”，让学生通过刷短视频评论区、校园访谈收集用户抱怨、需求表达等原始信息；第二步“需求深挖”，运用“5Why 分析法”（连续追问 5 个“为什么”）拆解表层现象（如“抱怨快递慢”→ 深层需求“希望取件更省时”）；第三步“数据验证”，通过问卷星设置“需求重要性排序”题，验证痛点优先级；提供《痛点筛选 checklist》（如“是否高频出现”“是否未被充分满足”），帮助学生规避表面化认知。

针对“用户需求与创意表达的平衡”：采用“创意适配矩阵”教学工具。横向列示用户核心需求（如“高效学习”“趣味娱乐”），纵向列示创意形式（如“短剧”“vlog”“动画”），让学生在矩

阵中匹配适配组合；设置“创意限制任务”，给定用户需求（如“解决校园食堂排队痛点”）与创意边界（如“必须用反转剧情”），迫使学生在限制中平衡；开展“创意互评会”，从“用户需求满足度”“创意新颖度”两个维度打分，教师总结平衡技巧（如“用创意形式包裹实用内容”）。

针对“大数据工具应用与数据转化”：采用“工具简化+任务阶梯”模式。筛选适合高职学生的简易工具（抖音创作者服务平台基础版、百度指数简易查询），制作《工具操作三步卡》（如百度指数查询：输入关键词→选择时间范围→查看需求图谱）；设计3个梯度任务（基础任务：查询“大学生短视频喜好”关键词趋势；进阶任务：分析1个校园账号的粉丝画像数据；综合任务：根据数据提出3条创作建议）；教师全程示范操作，分组指导数据解读，将抽象数据转化为具体创作方向，降低应用门槛。

六、教学方法和手段

（一）教学方法

案例教学法：选取高职学生熟悉的校园类、兼职类、兴趣类短视频案例（如“校园帮”账号的痛点解决类视频），通过案例展示、拆解、复盘，将抽象策略具象化，契合高职学生具象思维特点。

任务驱动教学法：以“完成‘校园用户痛点’短视频创作+反馈优化”为总任务，拆解为“调研任务→策划任务→创作任务→优化任务”，每个任务设置明确产出物（如调研问卷、脚本、短视频、优化报告），驱动学生主动实践。

小组合作学习法：将学生分为 4-5 人小组，明确 “调研员” “策划师” “剪辑师” “发言人” 等角色，在调研、创作、优化环节分工协作，培养团队意识与沟通能力，适配高职技能型人才培养需求。

实操演练法：核心教学方法，在工具使用、脚本创作、视频剪辑、反馈分析等环节，均设置 15-20 分钟实操时间，教师巡回指导，及时纠正操作误区，强化技能掌握。

评价反馈法：采用 “三维评价体系”，包括学生自评（技能掌握度）、小组互评（协作表现、作品质量）、教师点评（知识应用、创意逻辑），侧重过程性评价，贴合高职教学注重实操的特点。

（二）教学手段

多媒体教学手段：利用 PPT 展示理论知识、案例截图、工具操作步骤；播放短视频案例、工具实操录屏、学生作品范例，增强视觉冲击，提升学习兴趣。

实操工具辅助：引入问卷星、抖音创作者服务平台、剪映、百度指数等简易工具，提供工具操作手册、线上教程二维码，方便学生课上练习、课后巩固。

场景化教学手段：设置 “校园场景模拟” 环节，如模拟校园访谈、短视频评论区互动，让学生在熟悉场景中开展调研、互动练习，降低学习难度。

互动教学工具：采用课堂提问、小组讨论、创意互评、作品展示等互动形式，结合学习通发布任务、收集作业、开展投票，提升课堂参与度；引入“弹幕提问”形式，实时收集学生疑问，及时回应。

七、教学设计

导入环节（10 分钟）：

展示两组短视频，一组是高播放量、高互动的爆款视频，另一组是数据表现不佳的普通视频，引导学生对比分析两组视频评论区、点赞数等数据差异，提问学生造成这种差异的原因，引出本节课主题——直击用户痛点、满足粉丝和用户喜好。

知识讲解环节（30 分钟）：

用户痛点与粉丝喜好剖析：利用 PPT 结合案例讲解不同群体痛点与喜好的分类，如年轻人的职场焦虑、中年人的健康担忧，以及游戏、美妆、美食等兴趣喜好，介绍通过线上问卷、线下访谈、竞品分析等挖掘方法，分析痛点成因与喜好变迁逻辑。

短视频创作与运营策略：讲解如何在选题上紧扣用户痛点，如以“职场新人如何快速上手工作”为主题吸引初入职场群体；在表现形式上创新，采用动画、短剧等形式增强趣味性；在互动运营方面，举例说明及时回复评论、举办粉丝活动提升粘性的做法。

基于用户反馈的优化：解读粉丝评论、私信、数据指标（完播率、点赞率等）的含义，教导学生如何从中发现问题，如完播率低反思内容拖沓，点赞率低审视亮点不足，进而调整后续创作方向。

实践操作环节（30 分钟）：

将学生分成小组，给定特定目标受众（如老年大学学员、都市宝妈等），要求小组合作开展用户调研，设计并制作一条短视频，教师巡视指导，重点关注调研方法运用与创作策略落实。

总结评价环节（20 分钟）：

各小组展示短视频作品，其他小组进行评价，教师从用户洞察、创作技巧、互动效果等多方面综合点评，总结本节课重点知识，强调持续关注用户需求的重要性，鼓励学生课后继续优化作品。

八、教学内容

用户痛点与粉丝喜好剖析：

内涵解读：阐述用户痛点是用户在生活、工作、学习等场景中面临的困扰、难题或未被满足的需求；粉丝喜好则是受众基于兴趣、价值观、审美等形成的偏好倾向。

群体特征分析：分年龄、性别、地域、职业等维度剖析常见痛点与喜好，如青少年的学业压力与追星喜好，北方用户对喜剧的偏爱，医护人员对健康科普的需求。

挖掘方法：介绍问卷调查设计要点，包括问题设置、样本选择；讲解如何利用社交媒体、电商平台评论区进行数据收集；展示如何运用大数据分析工具（如百度指数、巨量算数）洞察用户趋势。

短视频创作与运营策略：

内容选题：探讨如何结合热点与用户痛点确定选题，如疫情期间推出“居家健身小妙招”；举例说明小众痛点挖掘与选题拓展，如为小众乐器爱好者提供教程。

表现形式：分析短剧、动画、vlog、直播等形式在传递信息、吸引受众方面的优劣，指导学生根据选题与受众选择合适形式，如知识科普用动画更易懂。

互动运营：讲解评论区引导技巧，如发起话题讨论、感谢粉丝支持；介绍粉丝群运营策略，如定期分享福利、组织线上活动；阐述如何根据粉丝反馈调整内容节奏、更新频率。

基于用户反馈的优化：

数据指标解读：详细讲解完播率、点赞率、评论率、转发率等指标对短视频质量的反映，如完播率体现内容吸引力，转发率反映传播价值。

反馈分析方法：教导学生如何分类整理粉丝评论，提炼建设性意见；展示如何利用数据透视表等工具分析多期视频数据，找出规律与问题。

优化调整措施：举例说明根据反馈调整选题方向、剪辑风格、发布时间的做法，如发现周末发布视频流量高，后续固定周末更新。

九、教学资源

（一）教材与讲义

核心教材：《短视频创作与运营实务》（高职高专版）、《新媒体用户洞察技巧》。

配套讲义：本节课 PPT 课件。

（二）案例资源

校园类案例库：整理 “校园帮” “高职生活圈” 等账号的痛点解决类短视频，包含作品链接、痛点分析、运营数据，按 “学习类” “生活类” “社交类” 分类。

对比案例集：收集优质痛点类短视频与普通短视频的对比案例，附 “痛点契合度” “创意表现” “互动数据” 分析表。

（三）工具资源

调研工具：问卷星（基础版）、抖音创作者服务平台（免费版）、百度指数（简易查询）。

创作工具：剪映（手机版 + 电脑版）、无版权素材平台（Pexels 视频、Pixabay 图片）、抖音官方音乐库。

辅助工具：思维导图工具（XMind 简易版）、脚本模板（Word 格式，含短剧、vlog 专用模板）。

（四）线上资源

学习平台：抖音创作者学院（基础运营教程）、快手大学（用户调研技巧）、B 站 “高职短视频创作” 合集。

数据资源：百度指数 “高职生相关关键词” 趋势图、抖音校园类账号粉丝画像案例。

合规资源：《短视频内容创作合规指南（简易版）》，明确调研、创作中的隐私保护、版权使用要求。

十、学习指导

（一）课前预习指导

工具预习：提前下载剪映、问卷星 APP，观看 1 个基础操作教程（如剪映的视频剪辑、问卷星的问卷创建），熟悉核心功能，为课堂实操做准备。

案例观察：刷抖音、快手的校园类账号，收集 3 条“用户痛点”相关短视频，记录作品的选题、表现形式、评论区互动特点，带着观察结果参与课堂讨论。

问题收集：回忆自身或身边同学在校园学习、生活中遇到的痛点，列出 3-5 个具体问题，作为课堂调研的备选方向。

（二）课中学习指导

理论学习环节：重点记录痛点挖掘方法、创作策略的核心要点，结合案例在笔记中标注“适用场景”（如“5Why 分析法适合深挖生活类痛点”），便于后续应用。

实操环节：严格按照《工具操作三步卡》完成调研、剪辑任务，遇到问题先查阅讲义或与组员讨论，无法解决时及时向教师求助；注重数据真实性与作品实用性，避免形式化创作。

小组协作环节：明确自身角色分工，主动承担任务，倾听组员意见，在调研、创意环节多分享观察到的校园痛点，在剪辑环节配合完成技术操作，提升协作效率。

（三）课后复习与拓展指导

复习巩固：整理课堂笔记，梳理“痛点挖掘→创作→优化”的完整流程，结合课堂作品复盘知识点应用情况；重新分析课前收集的案例，用所学方法拆解其痛点与策略。

技能拓展：利用课后时间完善课堂创作的短视频，尝试运用剪映的特效、字幕功能提升质感；用问卷星发起真实校园调研，收集更多用户痛点数据，为后续创作积累素材。

知识延伸：关注抖音创作者学院的“用户洞察”专栏，学习进阶调研技巧；阅读《高职生短视频用户行为报告》，了解目标受众的最新喜好趋势；尝试分析 1 个校外痛点类账号的运营策略，拓宽视野。

十一、作业及实训项目

（一）课后作业

基础作业：完成一份《校园用户痛点调研报告》，以“高职大一学生”为目标受众，设计问卷并收集至少 30 份有效数据，分析核心痛点与喜好，字数不少于 600 字，附问卷链接与数据截图。

技能作业：独立创作一条 30-60 秒的校园痛点类短视频，要求紧扣调研发现的核心痛点，运用剪映完成剪辑，提交作品文件、创作思路说明（100 字左右）及 1 条用户反馈优化建议。

拓展作业：分析 1 个校园类短视频账号的用户运营策略，从“痛点挖掘”“互动方式”“反馈优化”三个维度撰写分析报告，字数不少于 500 字，附账号截图。

（二）实训项目

项目主题：“校园痛点解决型短视频系列创作实训”。

项目要求：以小组为单位（4-5 人），完成从调研、策划、创作到优化的完整流程，周期为 2 周。

调研阶段：确定 1 个校园细分场景（如 “学习效率” “食堂就餐” “兼职就业” ），开展线上问卷 + 线下访谈调研，形成《用户痛点分析报告》，明确核心需求。

策划阶段：基于调研结果，设计 3 条系列短视频脚本，保持风格统一，每条时长 30-60 秒，突出痛点解决与创意表现的平衡。

创作阶段：完成 3 条短视频的拍摄与剪辑，运用剪映的进阶功能（如字幕动画、特效）提升作品质量，确保内容合规。

优化阶段：将作品分享至校园社群收集反馈（至少 20 条有效评论），结合数据指标（如完播率）进行优化，形成《作品优化报告》。

成果提交：提交实训报告（含调研报告、3 条脚本、3 条视频作品、优化报告）、小组分工说明、实训总结（反思调研准确性、创作难点及改进方向）。

评价方式：采用 “实操成果（50%）+ 调研准确性（20%）+ 小组协作（15%）+ 实训总结（15%）” 的综合评价体系，结合教师评分与小组互评得出最终成绩，侧重技能应用与实践效