

01

短视频营销攻略

m.i

alimamama m insight

短视频内容策略下的5i沟通法则

流量增长内容营销

To make it easy
to do marketing anywhere.



阿里妈妈



淘宝短视频



m insight

To make it easy
To do marketing anywhere

CONTENTS

PART 1

淘内短视频是商家必争的营销新赛道

01

PART 2

淘宝短视频价值评估指标

03

PART 3

淘宝短视频价值提升策略

06

短视频沟通关键时间节点

06

短视频内容沟通5i模型

08

序·言

短视频时代，营销的变化与机遇

与图文时代不同，短视频时代下，营销的核心三要素"人、货、场"均有所变化。

短视频以其短小轻快、理解成本低等特征，完美迎合了流动时代下移动互联网的受众，并将其消费模式加固。首先，短视频时代消费者的场景更碎片化：消费者不但可以随时刷、随地刷，还可以毫不费力地"划掉"任何不能吸引自己的短视频，加剧了信息的碎片化传递。其次，短视频最初依靠"娱乐性"、"社交性"传播增长，奠定了其"逛"的心智；消费者并非带着明确诉求，其消费动机需要被激发、被创造。最后，短视频时代消费者的决策更感性化：商品不再是唯一的、理性的决策因素，消费者也可能受到商家或达人"十八般武艺"的感染，进而感性决策。

短视频的动态化使得货的展示超越商品详情拥有更多可能，赋予营销更多空间及挑战。相比图文，短视频的商家或创作者可利用的信息维度更多、展示方式更丰富、商品卖点更直观可见；但与此同时，信息的多维架构、合理组织、有效呈现，以及节奏把控都需要营销技能的拓展及提升。

从图文向短视频的转型不仅仅是静态素材向动态素材的改变，更是情感温度与情绪沟通的全面升级，短视频商家或创作者在商品营销的同时，也要懂得综合运用场景布局、人物言行、镜头特写、搭配音乐等手段营造"场"的氛围，调动消费者的新奇、愉悦、认同等情感，从而与其达成更深层次的心理共振。

综上所述，为了帮助平台商家及短视频创作者更好地适应短视频营销的变化、准确把握机遇，阿里妈妈协同淘宝短视频、天猫美妆行业共同推出淘宝短视频营销效果评估体系及营销策略法则(基于美容护肤行业的试点研究)，旨在明确电商平台短视频营销方向、提升短视频营销效率。

PART 1

淘内短视频是商家必争的营销新赛道



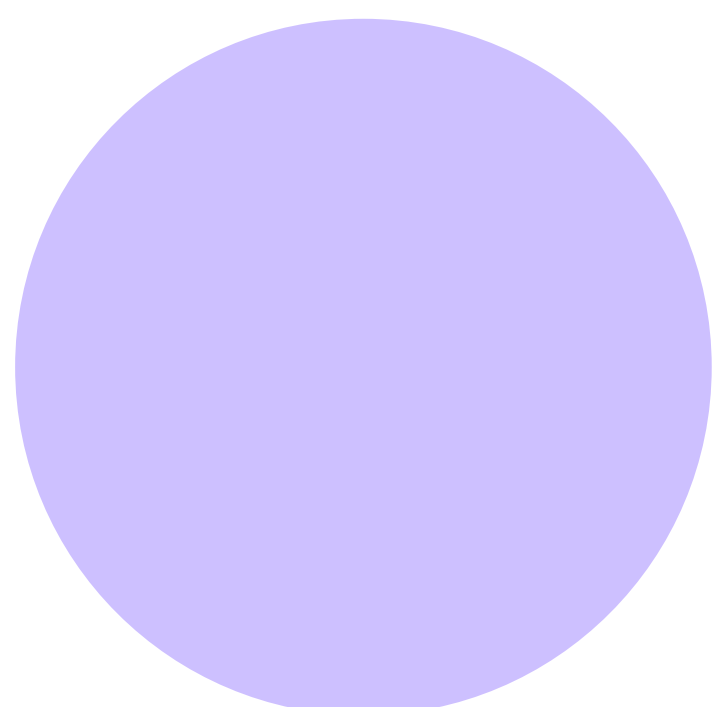
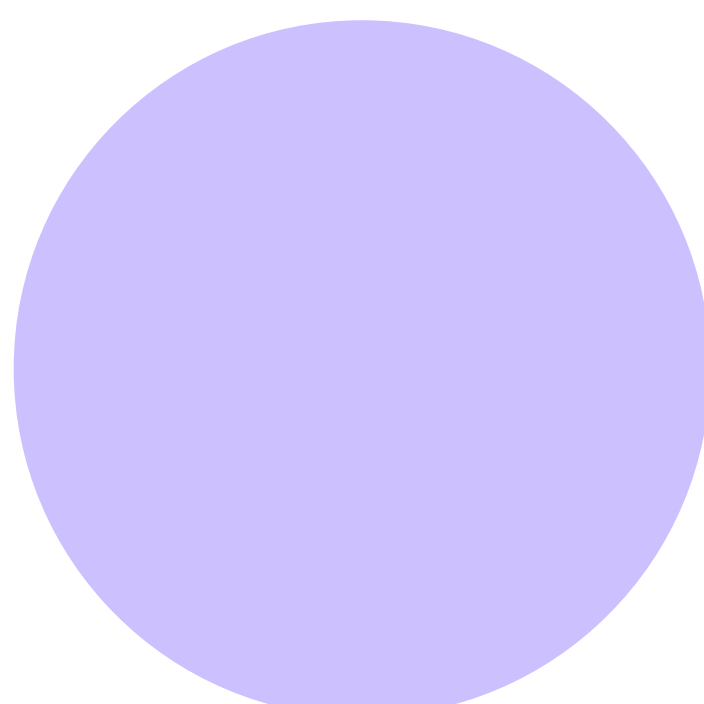
阿里妈妈

淘内短视频增长迅速，是商家必争的营销新赛道

随着手淘日益沉浸化、内容化、视听化，淘宝短视频正在迅速成长，成为商家必争的营销新赛道！相较于去年同期，2020 年淘内短视频在商家 / 创作者参与度、短视频生产数量、以及消费者平均观看时长方面，均取得显著增长；随着淘宝短视频场域“蛋糕”越做越大，短视频将成为擅长视频的商家实现与消费者深层联结的重要营销法宝！

在整体增长的趋势下，淘内各行业短视频均有不同程度的发展。其中，美容护肤作为淘宝重要行业之一，其商家短视频参与度、短视频生产能力、消费者需求程度均有显著提升；在这样良好的态势下，商家聚焦的核心问题便是“如何进一步提升短视频价值，沉淀短视频营销模式，为生意带来更多贡献”。因此，本次研究以美容护肤行业商家需求为初始，对该行业短视频进行示范性研究，尝试建立短视频价值的评估标准及相应的提升策略。

短视频 新赛道



PART 2

淘宝短视频价值评估指标



阿里妈妈

淘宝短视频最终诉求是实现效果

受电商心智影响，淘宝商家或短视频创作者营销的最终诉求还是实现效果。通过一系列深度访谈，我们将其短视频营销的效果诉求分为三类：单品成交转化、单品种草及账号 / 店铺主体种草。那么，短视频中哪些指标的提升有助于达到上述效果呢？根据目前淘内短视频的操作模式，我们可观测的观众关键交互行为指标主要有：

有效观看：观众经过最初 3 秒的观看体验来决定去留，如果留下即为“有效观看”，有效观看是观众对短视频形成基本认知的基础。

即时行为：对短视频形成基本认知后，观众在短视频页面上开展交互活动，包括进店（商品点击）、互动（点赞 / 评论点击 / 评论发布 / 转发）、账号（关注 / 头像点击）。

观看时长：观众可在短视频进行任何时间发生交互行为或退出。观看时长、是否完播也是可被记录的指标。

通过海量短视频各指标与其效果的相关性分析，我们发现，在淘宝短视频中：

为实现成交转化的效果诉求，短视频创作者需要优化和提升短视频进店效果。

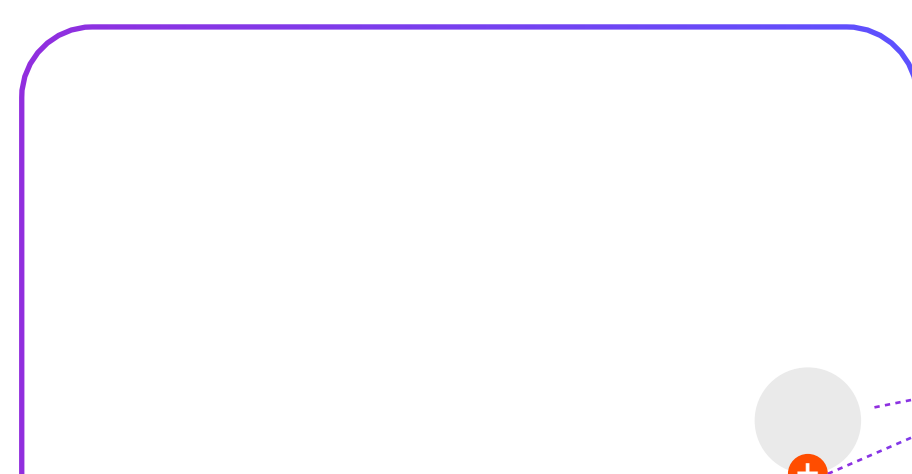
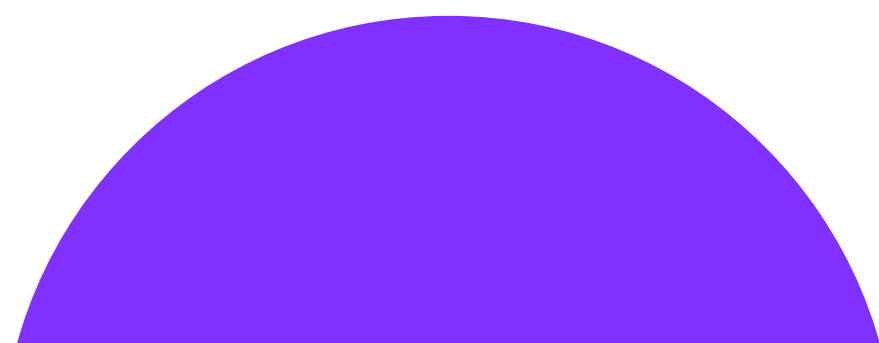
为实现单品种草的效果诉求，短视频创作者需要优化和提升短视频进店和互动效果。

为实现主体种草的效果诉求，短视频创作者需要优化和提升短视频账号效果。

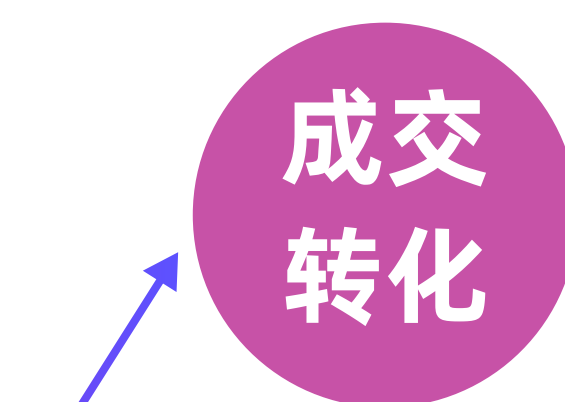
基础指标

行为指标

最终效果



账号
关注/头像点击



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16746

