

抖音晋级餐饮带客王

——盛世万谱(北京) 科技有限责任公司



抖音成为餐饮带客王

截至2018年12月，抖音日活跃用户数已突破2.5亿，月活跃用户数突破5亿。

随着“抖音吃法”、“抖音同款”风靡餐饮界，众多抖音用户前往网红餐厅，寻找抖音款网红美食，“抖音同款”成餐饮新晋“带客王”。

数据来源：2019年1月29日《2018抖音大数据报告》



5亿 MAU

国内月活用户突破5亿



2.5亿 DAU

国内日活用户突破2.5亿

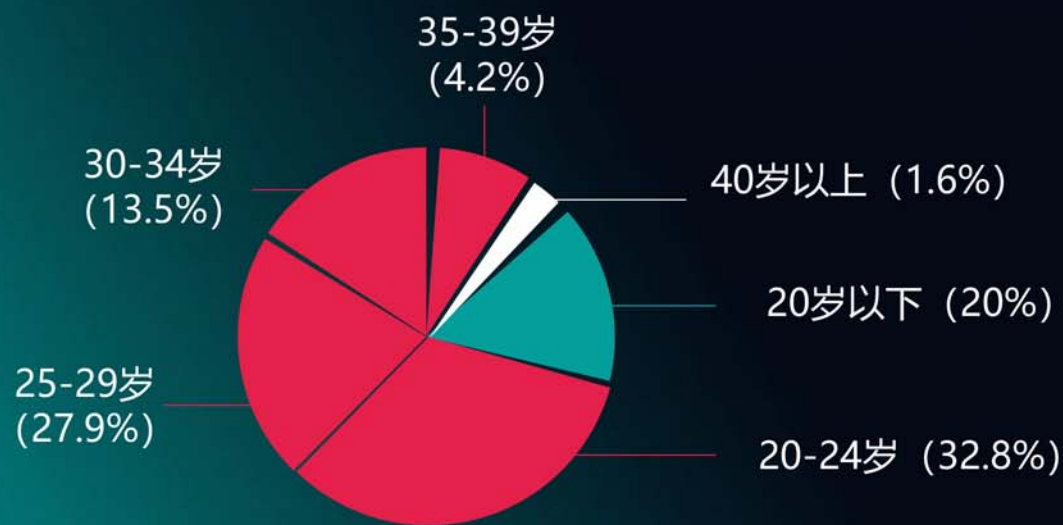


1.5亿 MAU

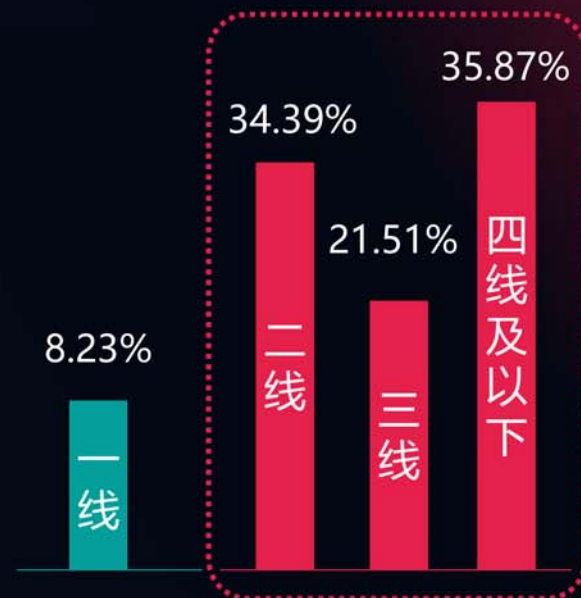
海外月活用户超过1.5亿

潜力用户流量空间大

百度“下滑”、微信“克制”，抖音成为餐饮拓客的必争之地。2019年2月，华经产业研究院发布的《2019-2025年中国短视频市场供需预测及投资战略研究咨询报告》显示，抖音平台聚集了**20-39岁为主的年轻用户群体**，90%以上人群分布在**二三四五线城市**，这些人群是餐饮行业**未来最有潜力的增涨市场**。



抖音用户年龄分布



抖音用户城市分布

竞品蓝V运营数据

截止2019年6月，**入驻抖音的餐饮企业号有716个**，已开通商品橱窗的企业号有125个。

图为餐饮行业粉丝量排前三的已开通商品橱窗的抖音蓝V企业号运营现状，从内容上讲粉丝更喜欢搞笑剧情、美食教程方面的短视频内容。

数据来源：飞瓜数据后台



目录

Contents

Part 01 什么样的餐饮内容能火?

Part 02 餐饮抖音号怎么做?

Part 03 餐饮抖音号代运营套餐

附-盛世简介及案例

Part 01

什么样的餐饮内容能火？

1.1 从流量推荐机制说起

抖音的流量推荐，是一个“去中心化”的算法机制，也是抖音核心竞争力之一。这种算法成就了“全民造星的时代”，“路人变超级网红”成为了可能！首先视频上传或拍摄完成后，是进行机器审核，接下来推荐流量测试，通过互动率情况，给视频或账号打上标签或权重，再计算下一步流量池推荐，后期再人工干预深挖优质内容，账号权重越高互动率越高的视频将越能获得更多流量。



1.2 用户喜好什么内容？

抖音的内容，是由PGC+UGC共同生产，以“短、快、新”的视频GET用户兴趣点，激发互动、引发病病毒性传播和流量推荐。以下我们梳理了抖音平台做火的7招内容，为餐饮行业内容运营做参考——



1.2.1 招式一：颜值诱惑

“颜值诱惑”
吸引别人分享你的美食
要靠高颜值

颜值高的美食、长得好看的导购员、帅气的店员都是会让别人有兴趣转发

菜品摆盘更别出心裁，餐具形状更奇特，菜品色彩搭配更加绚丽夺目，这些都能够成为别人抖音嘚瑟一下的理由。

全息餐桌
获赞1.1W



美女导购员
获赞511.9W



“花舞印象”动态墙体
获赞20.2W



1.2.2 招式二：展示绝活

“展示绝活”
将绝活
包装成一大卖点

人无我有，人有我精的东西才最能吸引人。

餐饮老板或餐厅厨师有绝活，可以将这个包装成一大卖点。

比如曾在网上火爆的一根面小哥，比如海底捞的舞面。刀工比较好的老板可以展示刀工，炒菜比较好的可以展示翻锅，总之，技艺越绝越有看点！

海底捞甩面
获赞13.9W



铁板烧鹅
获赞22.5W



豆腐雕刻绝技
获赞18W



1.2.3 招式三：现场教学

“现场教学”
美食教学
一道菜或一美食小窍门

各类实用技巧、资源集合、必备清单都属于此类。

这类内容其实很好地利用了用户的收藏心理，人们总想着“先点赞收藏下，未来可能会用得上”。

这样的内容除了点赞收藏，还为用户提供了很好的心理慰藉。让刷了很久消遣内容的用户，能够对自己的内心说，你看，我在这里也学到了很多知识嘛。

@厨娘小木
获赞10.8W



@麻辣德子
获赞295.3W



@爱做饭的芋头
获赞761.1W



1.2.4 招式四：DIY美食

“diy 美食”
注重和顾客的互动
增加自助区和diy美食区

亲手制作的东西更有意义，也更有仪式感。

让顾客自己定制属于自己的美食，还有一些打着为爱下厨口号的店，愿意给年轻人一次自己下厨的机会，当这样的机会摆在面前时，年轻人自然更愿意拍个抖音来纪录这美妙的颇有成就感的一刻。比如DIY烘焙、手工巧克力等。

@办公室小野
获赞33.2W



@小游探杭州
获赞124.2W



@美食DIY
获赞420.2W



1.2-5 招式五：剧情反转

“剧情反转”

将两种相反状态的故事
嫁接在一起

前后反转视频吊足观众胃口，成为抖音视频标配。

比如加了无数料的超级无敌豪华套餐，最后是端给别人的。

比如点菜点了一大堆餐厅都没有的招牌菜，最后只要了一个最简单不过的青菜萝卜汤。

配上前后反差比较大的音乐，结局让人意想不到。

@吃喝玩乐直通车
获赞174.2W



@大LOGO吃垮北京
获赞198W



@桃花洛音乐餐厅
获赞94.4W



1.2.6 招式六：形式创新

“形式创新”
吸引顾客拍照拍视频传播

视频内容和表达获取了用户的共鸣，甚至达到了价值观认同。

比如西安有名的摔碗酒，喝完酒摔碎碗，要的就是这种豪迈感，看到的人都会忍不住分享抖音。再比如卖豆浆的小店，可以在店里增加石碾子，现场磨豆浆，一来增加顾客的体验感，二来也可以通过这种形式吸引顾客拍照拍视频传播，吸引更多人关注。

@食堂夜话
获赞1637.5W



西安摔碗酒
获赞20.2W



@九儿
获赞24.7W



1.2.7 招式七：社交属性

“社交属性”
美食替顾客喊话
说出所想和未表达的情感

替你喊话，让你的美食代替顾客表达他们心中想要表达却没有表达出来的情感。

最典型的例子就是答案茶，还有桃园眷村每个碗底都有一句话，麦当劳如今也在搞这样的创意。餐饮老板也可以借鉴这样的做法，让你的产品具有社交属性，自然就更容易被传播。

@答案茶
获赞121.7W



@南京么么哒
获赞1.1W



@江小白
获赞124W



1.3 做有期待的视频内容

做有期待感的视频

虽然短视频只有15秒，但真正决定生死的是开头那5秒、3秒，甚至1秒。

怎么在眨眼间抓住用户的注意力？

1) 音乐期待 - 用音乐情绪制造悬念

BGM是爆款视频的关键要素。音乐制造悬念分两种，一是音乐类型对应不同情绪，比如欢快的、舒缓的、诙谐的.....另一种是某位达人带火的音乐直接对应某种类型的视频，比如《attention》对应的舞蹈。

2) 人物期待 - 出镜即巅峰

好看和新奇能最大限度直接刺激用户的心理预期，比如观感上“好看”的人物、名气上有知名度的的人物、造型上超出日常认知的人物.....

3) 视觉期待 - 爱美之心人皆有之

罕见的美景、崭新的视角、意外的场景、强反差的组合形式，用“新”和“美”两大要素勾起用户的好奇心，产生看下去的动机。

音乐期待
获赞34W



人物期待
获赞9.0W



视觉期待
获赞110.2W



1.3 做有期待的视频内容

变着法让用户觉得：

有用

好玩

新鲜

有价值

4) 开门见山式期待 - 有趣的灵魂与有用的主题

只要抛出的主题足够有趣或与用户洞察足够相关，就能触及用户的好奇心与求知欲，让用户有欲望了解详情。通过设置封面、开头抛出问题和利益点，直接抓住用户的好奇心理。

5) 身份期待 - 代入感自带共鸣属性

视频开始时提到受众人群的身份标签（地域、职业、爱好等），或共同关注的话题，就能成功引起观众的兴趣。

6) 文案期待 - 把上述方式植入文字

厉害文案往往是爆款的点睛之笔。精华提炼、设置悬念、亮点预告、真实动情等方式，让用户刷到画面时配合文案，不知不觉看完一条视频。

开门见山期待
获赞162.8W



身份期待
获赞60.5W

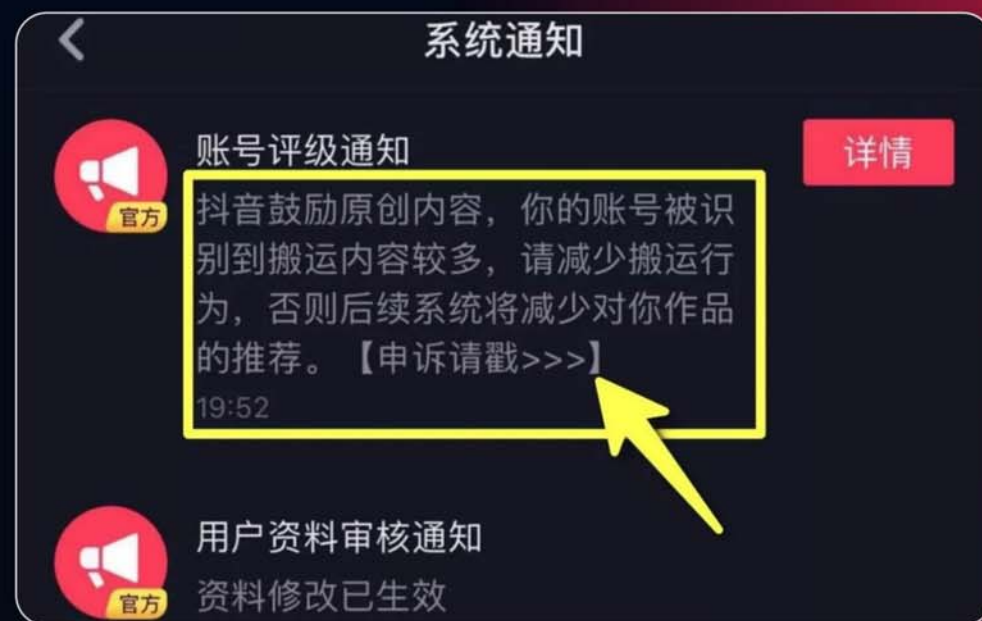


文案期待
获赞175.9W



1.4 注意：谨防误入流量禁区

-  视频画面不清晰
-  视频时长太短，少于7秒
-  出现水印LOGO
-  不做定位，乱发一通
-  视频里加微信和二维码
-  伪原创、搬运号
-  画面单一，变化太小，降权



1.5 养号：新号提前养



Part 02

餐饮抖音号怎么做？

2.1 全托管代运营：五大步骤，推火餐饮抖音号

蓝V
认证

账号
定位

内容
运营

内容
方向

推广
引流

2.2 蓝V认证

蓝V认证是企业号打通变现通道的第一步。抖音蓝v认证后，可将内容导流至更多的落地页，专享蓝V权益，更好地展示品牌形象和实现流量曝光。

抖音蓝V号 功能权益

蓝V标识

视频内容置顶

官网链接

认领同步

POI地址编辑

私信管理

认领POI地址

DOU+

昵称搜索置顶

电话组件

数据分析

用户管理

评论管理

昵称锁定保护

扫码拍视频领券

店铺主页领券



官抖蓝V认证
联系方式
品牌名称

2.3 账号策划定位

餐饮品牌要想变成食客心中的“网红”，就要把自己的优势展现出来，实惠就要告诉顾客分量、健康食品就要告诉顾客食材来源，让顾客看得到、记得住、愿意来。根据餐饮店的消费人群、菜品、服务、价格等元素进行创意官抖账号的定位。



定位：导购红人化
获赞：588.5W
粉丝：31.6W



定位：美食展示
获赞：82W
粉丝：29.9w



定位：美食教程
获赞：179W
粉丝：68.3W

2.4 内容运营



创意策划

根据品牌账号的调性分析，洞察消费者行为习惯与爱好，对餐饮店的菜品分析、打造爆款内容。



镜头脚本

根据官抖人设、确定视频拍摄方向，制作视频创意脚本。按照拍摄脚本制作视频。



拍摄剪辑

通过专业的拍摄设备：佳能摄像机、提词器、三脚架等拍摄视频。由多年从业经验的导演、编导、后期进行专业处理，打磨精品。



账号运营

账号权重优化；用户运营及管理；抖音商品橱窗、POI地址详情页、评论管理等权限开通；评论、互动、转发等互动数据的优化。

2.4-1 内容运营-创意策划

做好竞争对手市场调查，洞察消费者行为习惯与爱好，对餐饮店的菜品进行分析、打造爆款菜品、提高餐厅的服务，对品牌的宣传点进行提炼。平铺直属、跳跃性的剧情没有人看。反转、反差或者一些令人疑惑的视频反而更能吸引人的兴趣。



2.4-2 内容运营-镜头脚本

分镜头脚本的策划是视频爆火的关键。把所有创意、想法、抖音适用的火爆玩法，策划成镜头脚本。将想法落地，按步骤、计划拍摄出优质的视频内容。



有剧本视频
点赞：45.8W

按照镜头脚本拍摄的视频能让创意和呈现结果更接近。呈现效果更好：画面清晰、节奏感强、逻辑清晰、垂直内容更吸引人。

VS

无剧本视频
点赞：106

视频无脚本、拍摄内容不专业，清晰度低，时间短，无剧情，播放量低。



2.4-3 内容运营-视频拍摄剪辑

运用专业的摄影设备和运镜技巧，拍摄出重点突出、视角到位、清晰美观的视频。后期配合专业的剪辑，完善字幕、配音、卡点、加背景等细节，甚至通过酷炫的瞬间转移、隔空取物、遁地穿墙等特效制作，提高视频的可看度和吸引力。



2.4-4 优质内容八个方向

账号运营的重点永远是内容，而内容策划的本质是揣摩人性，更多地是利用用户的心理，用内容去戳中他们的痛点。我们计划餐饮抖音号，**8个内容方向**：



2.5 推广引流手段

POI详情页

企业号在成功认领POI之后，视频内可附带店铺地址，还能编辑包含商家头图、企业官方相册及优惠券等信息，从而能直观展示企业宣传内容。

DOU+

用“DOU+”功能把视频定向推荐给精准的人群，为引爆视频提供前期流量。

线上线下互补

通过优惠活动将线下种子用户吸引到线上。等线上粉丝积累到一定程度时，用卡券+POI等工具将流量吸引至线下。

卡券

发布内容对活动进行预热，并在抖音发放电子优惠券。用户到店后，引导其发布带有门店定位的抖音视频，加速其他用户种草。

2.5-1 POI详情页

企业号在成功认领POI之后，视频内可附带店铺地址，还能编辑包含商家头图、商家地址、企业官方相册及优惠券等信息，从而能直观展示企业宣传内容，第一时间吸引眼球，为企业提供信息曝光与流量转化。



门店地址显示

商家详情页



商家头图

商家地址电话

企业官方相册

2.5-2: Dou+助力推广

神器“dou+”来袭，控制流量主动权！使用 dou+，视频会出现在首页推荐流里，得到更多展现。

什么样的视频投放
dou+，效果更明显？



2.5-3 线上线下联动



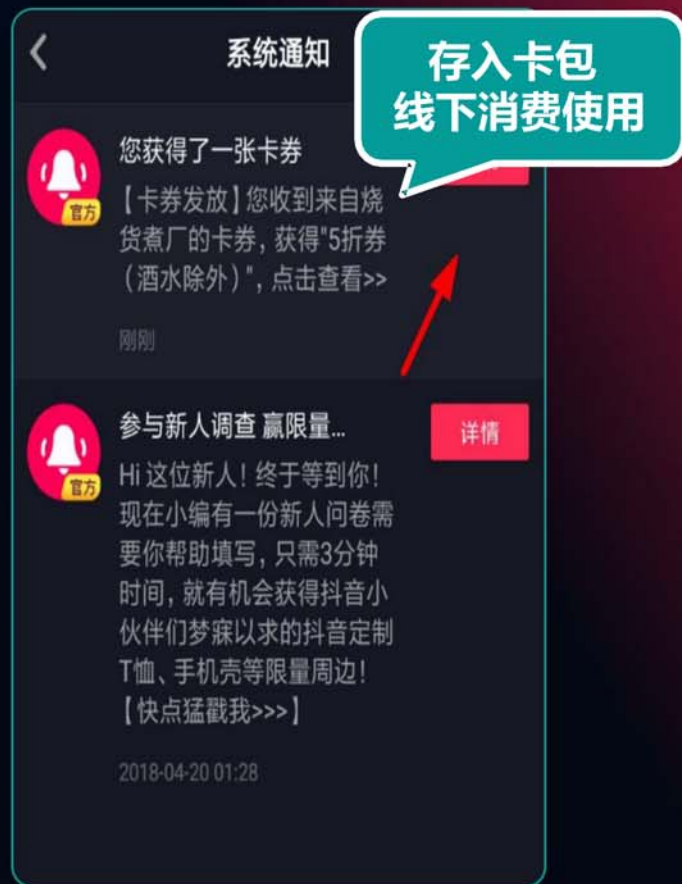
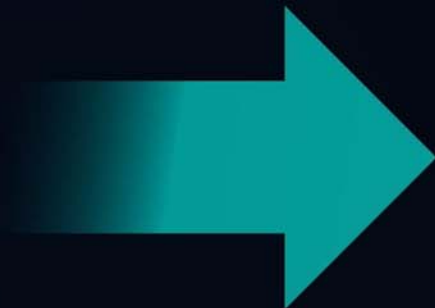
#线上视频插入店面地址、推荐菜品、优惠信息



线下餐饮店宣传线上活动

2.5-4 卡券：线上领券，线下消费

抖音拥有5亿活跃用户。商家通过优惠卡券引流，吸引大量吃货的关注。观看抖音视频，点击视频中的POI地址页面。进入下一个页面后，就可以找到卡券的横幅，点击领取，以供线下店面使用。



Part 03

餐饮抖音号代运营套餐

套餐类型

套餐费用	粉丝量	曝光量	视频数	周期
1.68万元 (套餐A)	1万	200万人次	10条	1个月
6万元 (套餐B)	5万	1000万人次	30条	2个月
10万元 (套餐C)	10万	2000万人次	50条	3个月

套餐类型 A

16800元全托套餐

套餐介绍：企业抖音全托管代运营

1. 搭建企业抖音号完整体系
2. 账号策划定位
3. 内容运营：创意策划、
镜头脚本、拍摄剪辑、
账号运营、数据分析
4. 以达成1万粉丝、200万播放量
为最终目的，服务至达标为止
5. 1个月/10条视频



1万粉丝



曝光量200万+



视频数10条



服务周期1个月



¥16800元

套餐类型 B

60000元全托套餐

套餐介绍：企业抖音全托管代运营

1. 搭建企业抖音号完整体系
2. 账号策划定位
3. 内容运营：创意策划、
镜头脚本、拍摄剪辑、
账号运营、数据分析
4. 以达成5万粉丝、1000万+播放量
为最终目的，服务至达标为止
5. 2个月/30条视频



5万粉丝



曝光量1000万+



视频数30条



服务周期2个月



¥ 6万元

套餐类型 C

100000元全托套餐

套餐介绍：企业抖音全托管代运营

1. 搭建企业抖音号完整体系
2. 账号策划定位
3. 内容运营：创意策划、
镜头脚本、拍摄剪辑、
账号运营、数据分析
4. 以达成10万粉丝、2000万+播放量
为最终目的，服务至达标为止
5. 3个月/50条视频



10万粉丝



曝光量2000万+



视频数50条



服务周期3个月



¥10万元

Part 04

盛世简介及案例

盛世简介



盛世万谱（北京）科技有限责任公司，2015年起布局新媒体。作为可能最懂传统企业需求的互联网团队，盛世及旗下公司，已获得各大超级平台肯定与认同。

盛世是**抖音蓝V认证三大服务商之一、抖音蓝V十大全效运营服务商之一、微博电商白名单MCN、淘宝直播MCN、小红书MCN等**。盛世万谱已和人民网达成战略合作。

“天天热推”是盛世旗下新零售服务品牌，包括社交媒体服务、电商服务、小程序服务三大方面的新零售服务。

盛世主营业务

1

抖音企业蓝V认证

抖音企业号，即抖音蓝V。
帮助企业传递业务信息，与用户建立互动。使用官方身份，通过内容发布、用户互动、营销事件等多种形式打造品牌传播新阵地。认证通过的企业号，将获得多项功能权益。

2

账号全托代运营

企业品牌抖音号全程代运营：策划定位、脚本创作、拍摄剪辑、发布运营、账号粉丝维护、大数据分析等。
专业团队专人运营，让企业放心省心。为企业搭建完整抖音品牌推广及变现体系。

3

新零售整合营销

与客户签订新零售战略合作协议，全程独家代理厂商线上销售业务。通过抖音流量入口获取数据，进行数据筛选与分类，将目标用户分类标签化，针对性进行有效曝光。大数据优势，让内容曝光范围更广、更精准，更具价值。

盛世运营团队



办公室一隅



拍摄现场



剪辑现场

- 项目管理和策划团队人数100+
- 全国签约专业落地拍摄团队200+
- 全国签约兼职编剧创意人员1000+

- 重点城市保证3支以上团队供调配
- 整合全网新闻媒体合作资源2000+
- 服务案例遍布全国一、二级城市

抖音KOL资源

抖音最大「一级蓝V认证服务商」，十大「全效服务商」
8000+ 抖音优质视频原创达人 覆盖1亿+粉丝



谷大喵

总粉丝数	平均点赞	最高点赞
298.3万	19.1万	29.7万



车老湿

总粉丝数	平均点赞	最高点赞
51.1万	11.5万	17.8万



王乙清

总粉丝数	平均点赞	最高点赞
80.9万	3149	4542



霹雳无敌璟儿

总粉丝数	平均点赞	最高点赞
149.8万	13.8万	135.9万

微博KOL资源

10000+ 微博大号一手资源 一线明星+行业达人+草根红人

100 个行业分布 美容、影视、游戏、互联网、教育、旅游等

一线明星



杨幂

粉丝数：4192万



柳岩

粉丝数：1898万



任泉

粉丝数：1035万



韩庚

粉丝数：4392万



唐嫣

粉丝数：3138万

草根红人



当时我就震惊了

粉丝数：1049万



精彩电影

粉丝数：402万



全球热门搜罗

粉丝数：1035万



时尚经典语录

粉丝数：445万



我们爱讲冷笑话

粉丝数：611万

IT达人



飞象网项立刚

粉丝数：54万



金错刀

粉丝数：19万



互联网的那点事

粉丝数：228万



互联网信徒王冠雄

粉丝数：110万



龚文祥

粉丝数：130万

段子手



糗事百科

粉丝数：482万



留几手

粉丝数：926万



作家崔成浩

粉丝数：339万



幽默搞笑大王

粉丝数：410万



天才小熊猫

粉丝数：426万

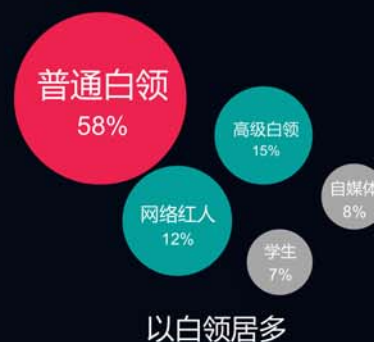
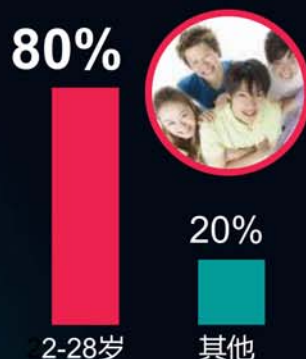
微信朋友圈资源

1000+ 朋友圈真人账号 **3000万+** 好友覆盖

让您的品牌/推广信息通过熟人圈自然扩散
性别、地域、年龄、收入、职业
五大定向维度，精准覆盖目标人群！



集中在北上广深一线城市



网络媒体资源整合实力

2000+

知名媒体

10+

央媒网资源

30+

国家级官方媒体

30+

省级权威门户媒体



相关案例

...

盛世万谱
SHENGSHIWANPU

天天热推
tiantianretui

电商快销



穆姑娘的衣裳



铁蛋英语



雪帝



快乐的小玩具



多米创意
黑科技



梦梦家



OFF-BORD
男装

教育培训



华飞
餐饮培训



博舍
演说培训



有智教育



子衿
礼仪
礼仪培训



融图书库



育萃教育



一解教育

生活服务



车点点



南翔馒头店



OCT 华侨城



自助餐厅



盘子
女人坊



婚礼纪



海韵酒业

娱乐休闲



火锅



欢乐谷



豫园股份
YUYUAN Inc.



ENJOY LAND
银基国际旅游度假区



Alla杨大



金朵美甲



途家民宿

政务文旅



阆中古城



兰州新区教育
文化体育局



晋城中院



China
unicom 中国联通



唐山交警



温州大学



环球
伯爵旅拍



携手盛世，抖出生源

北京（总部）、杭州（产品中心）

苏州（技术中心）、长沙（运营中心）

沈阳（直营中心）、青岛（直营中心）