

算法逻辑×AI×关键词×对标账号×爆款拆解 五维增长引擎

2025.10 抖音营销实战课

郑州润企在线信息技术有限公司

讯灵GEO+树品抖音的 2025线上营销的空地协同体系

2025
线上营销

01

AI月活>15亿+流量红利
(4.6+10.5亿)

02

日活>8亿+抖音做客户信任

- 一. 抖音营销底层逻辑（算法、账号权重、流量获取）
- 二. AI客户分析（需求挖掘、爆点提炼）
- 三. 关键词梳理（树品关键词匹配原理）
- 四. 对标账号寻找（账号定位、装修SOP）
- 五. 短视频趋势与人设（四类脚本模型）

01

抖音营销底层逻辑

(算法、账号权重、流量获取)

1.1 平台本质：先懂抖音 “是什么”

- 核心定义：抖音是每天完成万亿 + 次用户需求匹配的内容分发平台，需满足 6 亿 + 客户内容需求
- 关键逻辑：内容需契合“用户搜索习惯 + 算法偏好”，才能被精准推送

用户搜索习惯



标签分类



1.2 算法判断“好内容”的3大关键（关键词布局）

问题1：如果搜索“水稻”以下哪个视频容易被搜到靠前？
(抖音会认为哪个账号更匹配客户需求)



结论1：
关键词布局是抖音排名的关键因素

1.2 算法判断“好内容”的3大关键（关键词密度）

问题二：如果搜索“天津美食”以下哪个标题内容容易被搜到靠前？

(抖音会认为哪个账号更匹配客户需求)

标题1：天津美食：狗不理包子、油条、面条、锅巴菜？

标题2：天津旅游：天津美景、天津历史、天津人文、天津美食

结论2：
关键词密度是抖音排名的关键因素

1.2算法判断“好内容”的3大关键（长尾次词）

问题3：以下哪个关键词的搜索者更接近于精准意向客户

A:汽车电源

B:20000mAh快充防水型SUV移动汽车电源

结论3：
长尾词的设置是抖音精准查找的关键因素

问题4如何同一篇文章内容发到三个不同的网站，你觉得哪个网站会排在搜索的前面？

- A: 文章在搜狐网站里面
- B: 文章在天涯网站里面
- C: 文章在不知名网站里面

结论3：
账号权重是搜索排名的关键因素

1.3 优质的视频质量是获得流量的关键因素

2025 短视频流量核心指标（决定是否进“高热池”）

指标	权重	关键要求	学员行动点
完播率	40%	前 3 秒留存率最重要，整体 $\geq 40\%$	开头 3 秒用“痛点 / 利益点”抓眼球
互动深度	25%	含评论点赞比、购物转化率	加互动钩子（如“评论区说你的看法”）
转粉率	20%	让用户“想关注后续”	简介 / 结尾说明“关注能获什么”
分享率	15%	内容有传播价值（有用 / 有趣 / 共鸣）	加分享理由（如“转给需要的人”）



文案脚本拍摄需要方法论

营销短视频内容是要接受系统、观众、甲方的三重考核

视频素材万能模板

巨量引擎 | 巨量创意 | 巨量认证



1.4 提升账号权重：“活好 + 勤快”

•活好：星图指数高（完播、互动、涨粉数据优于同行，如“投稿数 7 条 > 94.96% 同类创作者”）

账号诊断

统计周期：2025.06.19-2025.06.25

投稿数

• 你的投稿数为 **7**，高于 **94.96%** 的同类创作者

播放量

• 你的播放量为 **9946**，高于 **96.56%** 的同类创作者

完播率

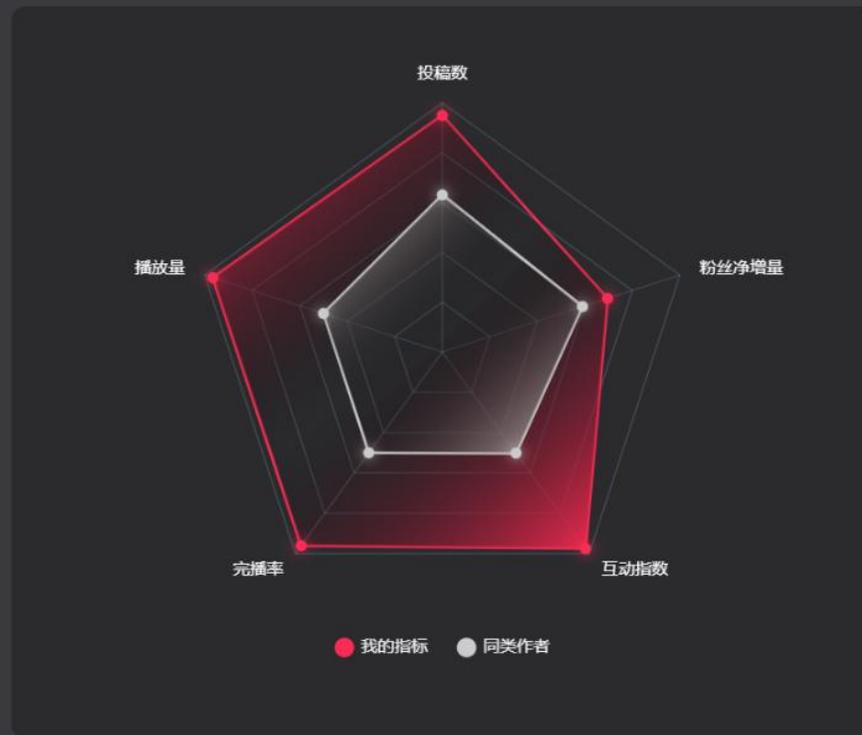
• 你的完播率为 **33.99%**，高于 **96.15%** 的同类创作者

互动指数

• 你的互动指数为 **3.78%**，高于 **97.55%** 的同类创作者

粉丝净增量

• 你的粉丝净增量为 **3**，高于 **69.53%** 的同类创作者



1.4 提升账号权重：“活好 + 勤快”

勤快：企业号等级升级（青铜→白银→黄金→铂金），攒“经营值”动作：

1. 每周发 2-3 条视频、1 次直播
2. 配置联系电话、粉丝群、在线预约功能
3. 学习抖音“企业任务课程”
4. 等等

1.企业号等级（仅针对企业蓝V号，不包含线索版及来客蓝V）

<p>青铜等级</p> <p>经营值达到 100 解锁</p>	<p>白银等级</p> <p>经营值达到 110 解锁</p>	<p>黄金等级</p> <p>经营值达到 150 解锁</p>	<p>铂金Lv1等级</p> <p>经营值达到 210 解锁</p>
--	--	--	---

3.企业号升级攻略

<ul style="list-style-type: none"> ● 配置进入会话自动回复 经营值+2 ● 配置联系电话 经营值+3 ● 开通团购 经营值+4 ● 开启商家主页展示 经营值+4 ● 商家主页至少配置3个模块 经营值+4 ● 配置在线预约 经营值+4 ● 添加子账号 经营值(当月有效)+4 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每周至少1天直播 经营值(当月有效)+2 ● 群聊发经营工具 经营值(当月有效)+2 ● 配置关键词自动回复 经营值(当月有效)+2 ● 创建1个粉丝群 经营值(当月有效)+3 ● 群发群聊消息 经营值(当月有效)+3 ● 在粉丝群内发红包 经营值(当月有效)+3 ● 配置商家头图 经营值(当月有效)+4 	<ul style="list-style-type: none"> ● 周访问企业服务中心1天 经营值(当月有效)+1 ● 每周至少1天发视频 经营值(当月有效)+1 ● 每周至少2天发视频 经营值(当月有效)+2 ● 每周至少3天发视频 经营值(当月有效)+3 ● 周访问企业服务中心3天 经营值(当月有效)+2 ● 学习“玩转抖音活动”课程 经营值(当月有效)+3 ● 学习企业号核心功能 经营值(当月有效)+4 	<ul style="list-style-type: none"> ● 访问企业任务中心权益列表 积分+10 ● 周访问企业服务中心超4天 积分+10 ● 访问企业服务中心 积分+10 ● 完成一次有效直播 积分+30 ● 学习短视频制作课程 积分+100 ● 一周内超过3天发布短视频 积分+100 ● 绑定2个及以上员工账号 积分+200
---	---	--	---

如何引导客户主动留资？

优质带货内容的本质：在于做好商品的目标用户的沟通

抖音拓客就是把线下的拓客方式放到线上



文案内容包含：

1. 激发客户兴趣：标题文案、黄金3秒文案

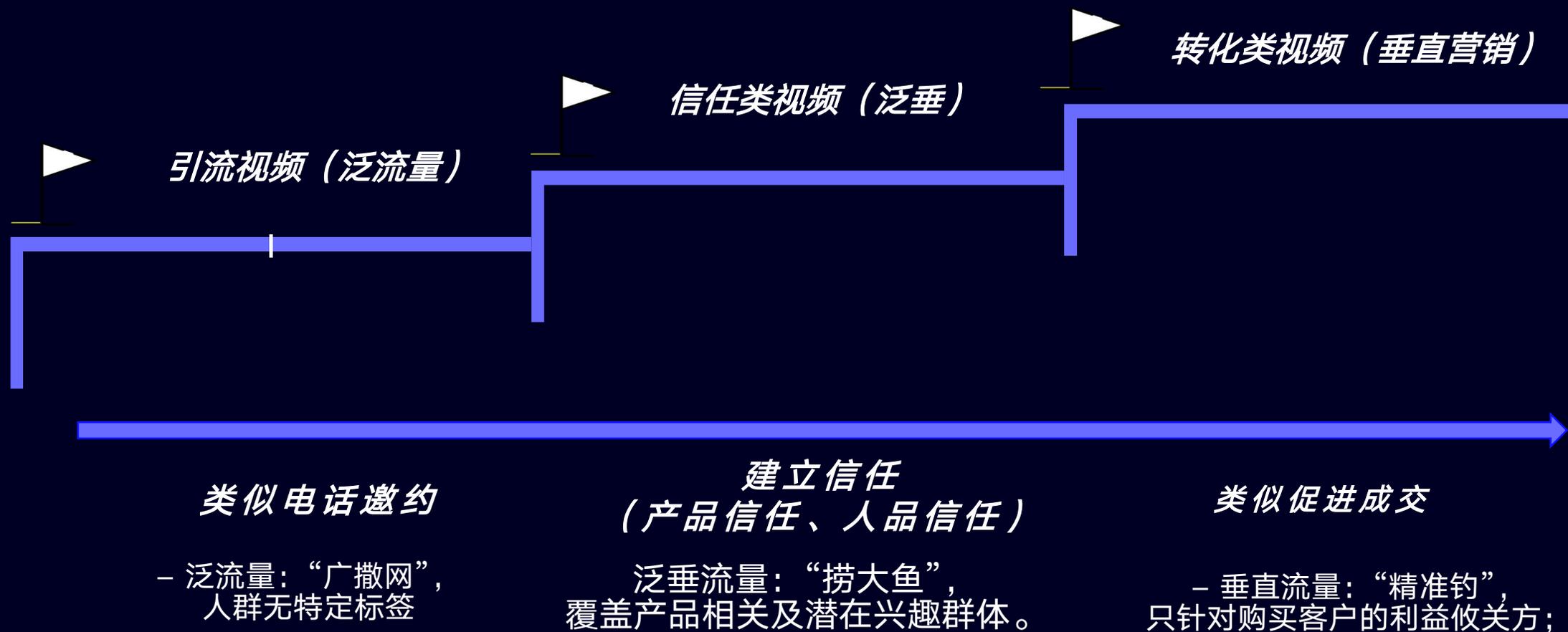
2. 建立信任：说明产品好、行业好、公司好、生产工厂有实力、生产流程先进等、老板性格&文化

3. 挖掘需求：刺激客户痛点的文案

4. 呈现价值：解决方案

5. 解答客户疑虑

6. 赢得客户行动承诺：如何让客户行动起来“钩子”



1. 引流视频（泛流量）

获得客户关注、引起客户兴趣、邀约客户见面、提升平台评价



产品信任类视频（泛垂）

建立信任：说明产品好、行业好、公司好、生产工厂有实力、生产流程先进等、老板性格&文化

为什么说咱们家
复合高压颗粒是D级的？



为啥说咱这
复合高压颗粒是**0级**的
定州雄发塑料颗粒源头工厂
1吨起定免费发样品



开封卡友定做
80的栏板



质量保证

玛钢管件

人品信任类视频（泛垂）

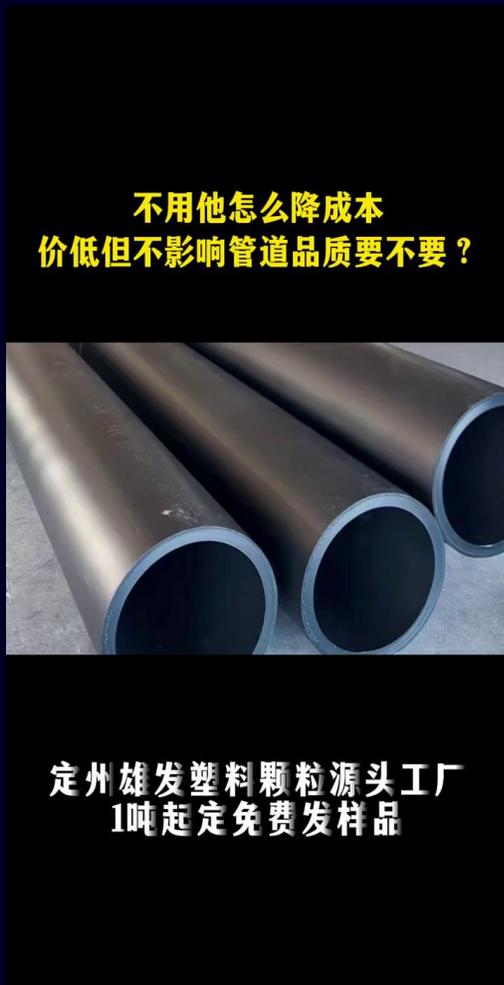
让终端客户老板的信任，拍摄终端客户老板认同观点



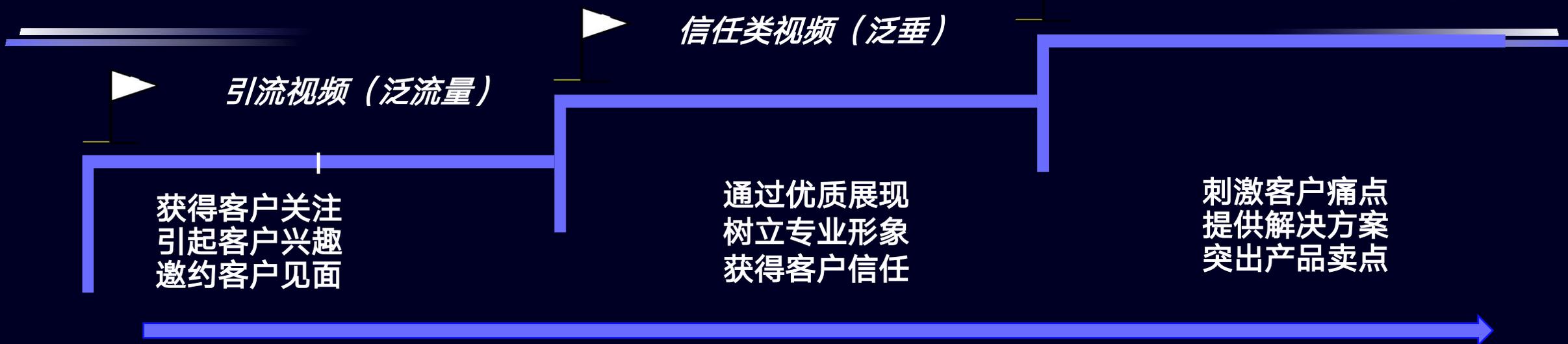
4.转化类视频（垂直营销）

B类（促销类）视频

核心要点：强化核心卖点，分析痛点提方案，刺激购买欲望。



销售角度分析视频逻辑



类似电话邀约

- 泛流量：“广撒网”，
人群无特定标签

建立信任 (产品信任、人品信任)

泛垂流量：“捞大鱼”，
覆盖产品相关及潜在兴趣群体。

类似促进成交

- 垂直流量：“精准钓”，
只针对购买客户的利益攸关方；

文案借鉴思路

邀约话术：
我是谁？
我差异优势在哪？

建立信任内容：
参观公司话术；
产品介绍话术；
科学普及话术；
会销讲解话术

FABE销售法（讲后台）；
顾问式营销（SPIN提问）
暴力测试；

02

用 AI 分析终端客户

(需求挖掘、爆点提炼)

2.1 AI 分析 3 步法（从“提问”到“落地”）



2.1 AI 分析 3 步法（从“提问”到“落地”）

第二步:AI 拆解6 大核心需求【用户画像拆解】

【指令】 为了更好的进行抖音企业号运营,请根据上文内容回答以下问题。要求每个知识点按照1、2、3的序号梳理清晰,其次答案要求简练、突出终端、有系统性、指导性。

1. **【目标客户是谁与有需求】** 谁是目标客户?他们需要什么功能?这些功能解决什么问题,又是为谁解决问题?
2. **【我能解决客户什么问题(满足需求)】** 产品选择缘由及过往状况:为何要选择这种产品?在选择这种产品之前,您的状况如何?
3. **【我的优势是什么:竞品对比分析】** 与市场上的竞品相比,我们产品的优势与不足分别体现在哪些方面?
4. **【为什么要选择我们?选择我方产品的理由】** 为什么您应该购买我们的产品?
5. **【使用我们的产品后,客户能获得什么结果?】** 结合售前与期望目标:结合售前设定的目标,您期望达成的目标是什么?
6. **【痛点分级】** 请针对目标客户做一次痛点分级,要求有营销科学依据说清楚

第三步：AI 拆解 “ABC 三级营销爆点”（直接套用）



【指令】为了更好的进行抖音企业号运营，请根据上文内容回答以下问题。要求每个知识点按照1、2、3的序号梳理清晰，其次答案要求简练、突出终端、有系统性、指导性。

A级主核心爆点（卖点）

- 定义：针对目标用户核心问题的关键解决方案，是产品或服务的核心价值，能引发强烈关注。
- 涉及范围：聚焦用户选择时最关注、亟待解决的问题领域。
- 短视频作用：开头抓住观众，点明核心利益，引发兴趣，奠定主旨。
- 重要原因：快速吸引用户，建立需求关联，提升转化可能。
- 做法：调研用户痛点，提炼并简洁呈现核心卖点。
- 筛选条件：围绕用户主核心痛点，提供切实可行的解决方案

B级差异化爆点（卖点）

- 定义：产品或服务相较竞品的独特优势，能形成突出亮点。
- 涉及范围：涵盖功能、特性、服务、价格等与竞品有差异处。
- 短视频作用：强化独特价值，吸引关注，突出竞争优势，加深记忆。
- 重要原因：竞争激烈，凸显独特形象，满足用户求异心理。
- 做法：分析竞品，找出并强化差异，用对比等方式展现。
- 筛选条件：明确针对竞品，挖掘并突出自身独特差异之处

C级信任感爆点（卖点）

- 定义：为产品或服务提供信任背书的因素，增强用户信赖。
- 涉及范围：品牌历史、资质认证、奖项、口碑、实力展示等。
- 短视频作用：打消用户疑虑，建立信任，促进购买决策。
- 重要原因：弥补用户安全感缺口，促使用户放心选择。
- 做法：收集信任资料，以合适方式融入短视频。
- 筛选条件：选取能帮助产品获得用户信任的主要背书内容。

第三步：AI 拆解 “ABC 三级营销爆点”（直接套用）

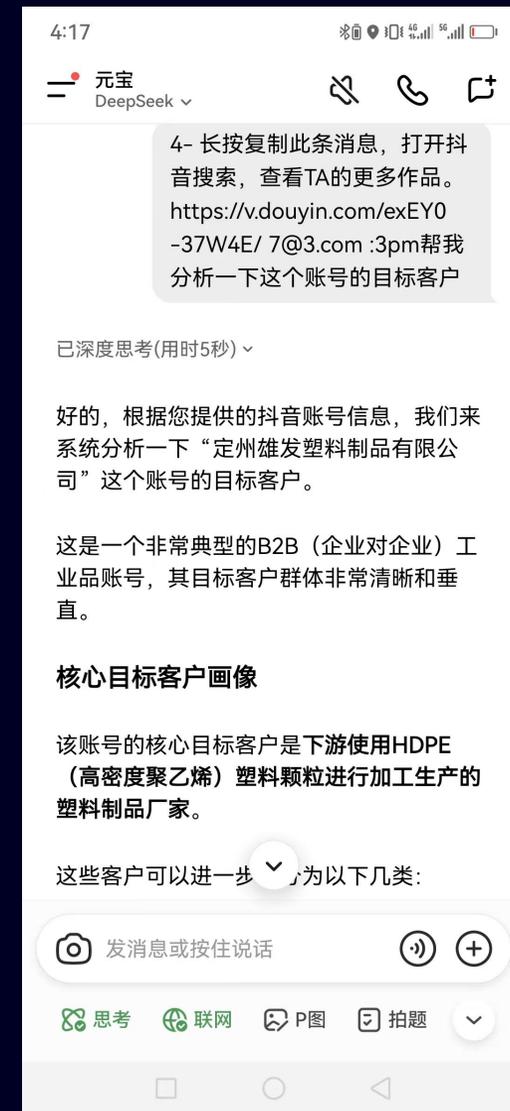
爆点等级	定义（解决痛点）	案例内容	短视频用法
A 级（核心）	最焦虑痛点解决方案	“3+2 升学 + 名企就业双兜底”	开头 3 秒：“考不上高中？3 年学技能，2 年升大专！”
B 级（差异）	竞品无的独特优势	“校内海事考证，通过率 91%”	对比画面：“别人跨省花 5000+，我们校内考”
C 级（信任）	背书类内容	“20 年办学史 + 中远合作名单”	展示资质 + 薪资单：“毕业生月薪 2 万 +”



集创案例：定州雄发塑料



9- 长按复制此条消息，打开抖音搜索，查看TA的更多作品。
<https://v.douyin.com/OqNiAbgF80g/> 7@5.com :8pm



4:16

元宝
DeepSeek

6. 【痛点分级】

依据营销学中的Kano模型，对目标客户痛点进行分级：

基础型痛点 (Must-have Quality, 必须满足)：

- 痛点：原料基本质量不合格（如性能不达标、含有杂质）。
- 营销依据：这是门槛需求。若无法满足，客户会极度不满，合作立即终止。营销中应强调“认证”、“标准”、“品控”来建立基本信任。

期望型痛点 (One-dimensional Quality, 越多越好)：

- 痛点：价格、供应稳定性、供货速度。
- 营销依据：这些需求与客户满意度呈线性关系。做得越好，客户越满意。营销

4:14

元宝
DeepSeek

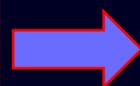
A级主核心爆点：“稳定好料，成本直降”

- 1. 定义：针对下游厂家对原料成本与质量稳定性的核心诉求，提供“质优价廉”的一站式解决方案。

定州雄发塑料一发卖点视频就询盘

树品 > 看数据 运营版 帮助 注意: 此为演示账号, 不可发布与修改 [?] 用户名: xiongfa111

序号	头像	昵称	用户状态	电话/咨询	最近互动	来源	时间
21		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-09-18 08:1...
22		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-09-17 13:5...
23		****	有意愿	158*****82	私信消息	私信	2025-09-17 09:1...
24		****	有意愿	留个联系方式吧, ...	私信消息	私信	2025-09-16 18:1...
25		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-08-30 16:5...
26		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-08-28 19:3...
27		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-08-28 11:0...
28		****	有意愿	135*****17	私信消息	私信	2025-08-27 08:2...
29		****	有意愿	-	私信消息	私信	2025-08-25 11:5...
30		****	有意愿	怎么联系您	私信消息	私信	2025-08-23 15:...

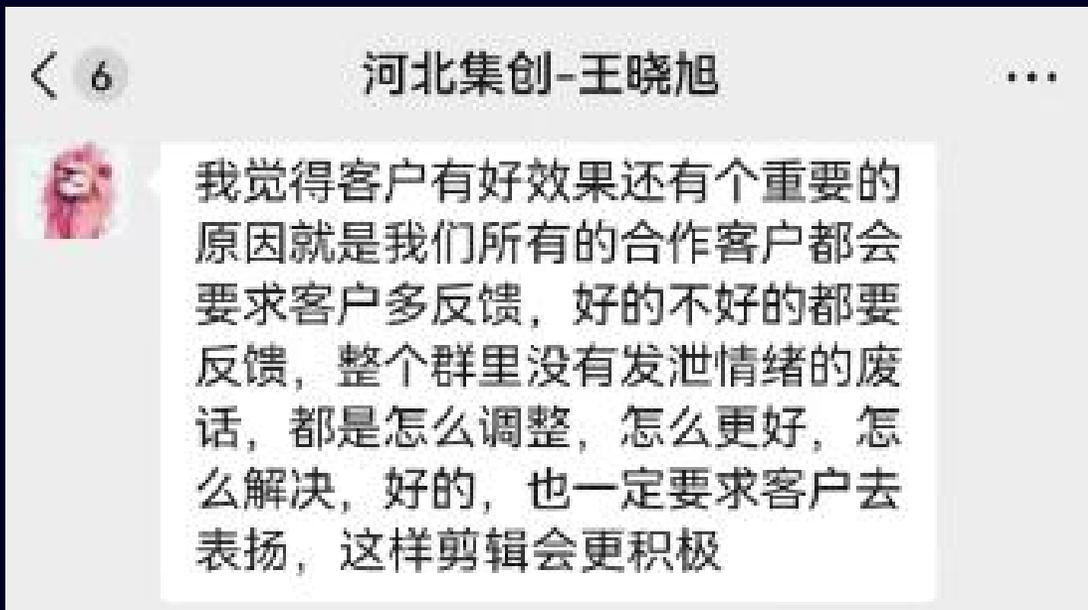
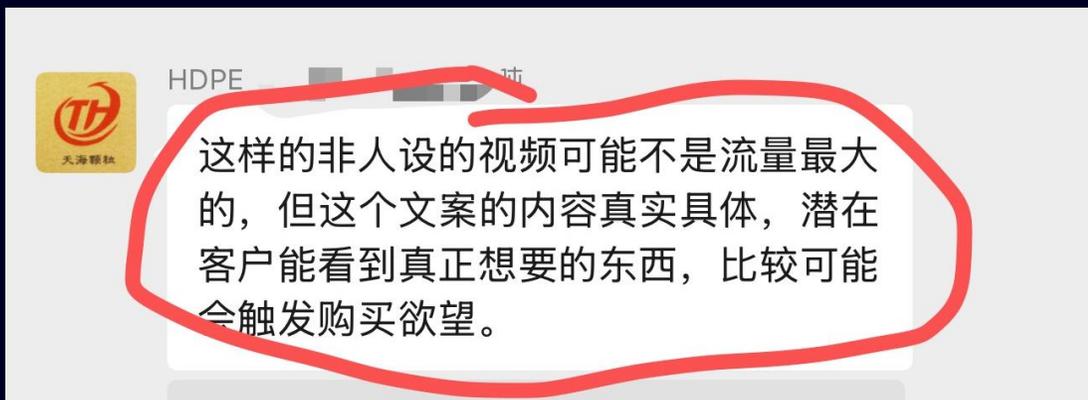


**管道生意不好做是事实
试试性能一样价格减半的它**



**定州雄发塑料颗粒源头工厂
1吨起定免费发样品**

保定集创--树品抖音营销科学的标杆代表



集创运营方法论核心逻辑可总结为三点：

- **【精准内容转化】** 深度洞察客户与行业，将线下销售逻辑转化为精准文案，直击客户核心痛点与需求；
- **【流量精准锁定】** 以合格短视频为基础，通过精准文案与关键词组合，高效锁定抖音搜索流量，实现精准获客；
- **【服务链路闭环】** 客户、销售与客服紧密衔接，快速匹配行业需求，提升服务响应效率，强化从获客到转化的全链路闭环；

8月后策略调整:顾问式营销文案+投流+锁定搜索精准流量



生产需要过程, 做事需要沉淀
以品质不负所望, 以匠心构筑未来
做Z优的品质
做Z诚信的塑料颗粒厂家



定州雄发塑料颗粒源头工厂
1吨起定免费发样品

颗粒靠谱合作才长久
短期看价格 长期合作要看品质



定州雄发塑料颗粒源头工厂
1吨起定免费发样品

做mpp电力管的老板们
白色高压复合颗粒要找靠谱厂



定州雄发塑料颗粒源头工厂
1吨起定免费发样品

03

三、高效梳理关键词

(物品关键词匹配原理)



我们为什么要做关键词？

关键词是了解流量、抓住流量、引导流量的工具

- 定市场规模：高搜索量（如“节能空调”）= 需求大；低搜索量 = 需求小
- 找发展方向：搜索量上升词（如“智能穿戴健康设备”）= 市场增长，提前布局
- 评进入难度：高竞争词（如“智能手机”）= 难出圈；低竞争词 = 中小企业机会

The screenshot displays the SHUPIN 7.0 keyword analysis tool interface. The search term '平板车厢' (Flatbed Trailer) is entered in the search bar. The results table shows the following data:

编号	关键词	搜索量	竞争程度
1	平板车厢	2714	1
2	车厢	4067128	2
3	无障碍车厢	27717	1
4	三轮车车厢	24088	2
5	飞翼车厢	22335	2
6	冷藏车厢	17850	1
7	小车厢	15957	1
8	货车厢	8523	1
9	挂车车厢	6917	2
10	皮卡车厢	2328	1
11	车厢锁扣	1499	1
12	货车铺车厢	768	1
13	车厢可卸式	556	1
14	标准车厢	529	1

关键词可以配合文案做导流工作

(二) 通过文案改变消费者购买思路



3.2 树品关键词 “黄金公式”：前缀 + 主词 + 后缀

(1) 找“主词”：

核心是“找场景、找客户”

定义：代表核心产品 / 服务（如“瓷砖”“电竞鼠标”）

工具方法：

- 巨量算数：搜行业词，看下拉框 + 相关词，了解产品名称、市场情况、供求关系（如“鼠标”→“无线 / 游戏鼠标”）
- 树品后台：查搜索量 + 竞争度（如“电竞鼠标”搜索量 13.6 万，竞争低优先做



SHUPIN 树品 7.0

关键词搜索量查询 下拉关键词挖掘 相关搜索词挖掘 关键词排名查询 关键词指数 关键词组合示例

电竞鼠标 查询

编号	关键词	搜索量	竞争程度
1	电竞鼠标	136027	2

结论就是找主词就是研究甲方产品市场，研究终端客户需求，找到流量

3.2 树品关键词 “黄金公式”：前缀 + 主词 + 后缀

(2) 加“前缀”：明确购买意向

前缀类型	定义	示例 (主词: 电竞鼠标)
地域前缀	限定地域	“上海电竞鼠标”“广东电竞鼠标”
功能前缀	突出功能	“无线电竞鼠标”“静音电竞鼠标”
场景前缀	明确使用场景	“FPS 游戏电竞鼠标”“网咖专用电竞鼠标”

巨量算数 首页 指数指数 榜单榜单 行业指南 区域指南 创作指南 润企

关键词 组合关键词

关键词 鼠标 + 添加此词

垂直鼠标

语音鼠标

有线鼠标

少女鼠标

电竞鼠标

笔型鼠标

搜索关联 关联词

搜索鼠标的人也都在搜鼠标,其中电竞鼠标最近搜索飙升

关联词图谱

电竞鼠标

综合 视频 用户 直播

全部 无线 推荐 排行榜前十名 罗技 键盘套装 雷蛇 有线 静音 排行榜第一名 狗屁王 键盘 瓦罗兰特 天花

上升热点 443.8万 · 5天前

相关搜索

- 电竞鼠标fps游戏专用
- 网咖电竞专用鼠标
- 公认的手感好的鼠标
- 三角洲电竞鼠标
- 鼠标电竞有线
- fps鼠标
- 电竞鼠标推荐性价比高
- cf专业游戏鼠标
- 200-300电竞鼠标
- 游戏专用鼠标

3.2 树品关键词 “黄金公式”：前缀 + 主词 + 后缀

(3) 加“后缀”：打消疑虑、突出优势

后缀类型	定义	示例 (主词: 电竞鼠标)
特性后缀	产品特点	“电竞鼠标 —— 狗屁王型号”“dpi 可调”
疑虑后缀	解答担忧	“电竞鼠标 —— 耐磨吗?”“续航多久?”
优势后缀	比竞品好	“电竞鼠标 —— 性价比高”“职业选手推荐”



结论就是树品终端目标客户的购买意愿强烈，搜索目的强，关键词就是围绕核心问题进行

组合效果+300追加词=天罗地网

【5 个前缀、10 个主词、5 个后缀排列组合】合计 350 个关键词+300追加词，大幅提升搜索匹配机会

竞技鼠标		查询				↓ 下载报表
编号	关键词	月可覆盖流量	周增长	竞争程度		
1	鼠标	20057468	111287	2		
2	ipi鼠标	57165	21079	2		
3	rog鼠标	62060	454	2		
4	电竞鼠标	140561	4711	2		
5	蝰蛇鼠标	29749	830	2		
6	静音鼠标	37035	1175	2		
7	魔蝎鼠标	19522	-11744	1		
8	赋能鼠标	8348	66	1		
9	prx联名鼠标	8447	-320	2		
10	百元鼠标	57892	659	2		
11	重力星球鼠标	7414	27	2		

案例分析：商丘永恒汽车维修

品牌号数据
营销号数据
笔记数据
数据大屏
账号检测

抖音数据
微信视频号数据
全媒体矩阵流量数据
全媒体矩阵排名数据



商**家**
商*****司

20760
获赞

5060
粉丝

337
视频

4836
上词量

视频播放总量

445.3W

投放视频播放量

192W

用户行为量

40901

私信数量

13075

新增意向用户量

1689

询盘客户 (近期数据) 抽取询盘需要进行企业号授权, 请进入软件版抽取, 部分数据带有*号, 请去企业号后台查看完整数据

序号	头像	昵称	用户状态	电话/咨询	最近互动	来源	时间
1		****	有兴趣	3.8平板改个折叠高栏多少钱	私信消息	私信	2025-10-13 08:56:48
2		****	有兴趣	你好 9.6以旧换新 补多少钱	私信消息	私信	2025-10-12 19:31:07
3		****	有兴趣	186*****86	私信消息	私信	2025-10-11 20:57:08
4		****	有兴趣	-	私信消息	私信	2025-10-11 20:29:58
5		****	有兴趣	8米七不锈钢高栏多少钱	私信消息	私信	2025-10-11 14:58:31
6		****	有兴趣	-	私信消息	私信	2025-10-10 17:06:46
7		****	有兴趣	-	私信消息	私信	2025-10-10 12:33:18
8		****	有兴趣	电话多少	私信消息	私信	2025-10-10 11:27:48
9		****	有兴趣	有联系方式发一个	私信消息	私信	2025-10-09 17:21:40

初级关键词设置标准--树品对标（商丘永恒汽车维修）



主词

主词个数5-10个

平板车厢

4/10

高栏车厢

4/10

半挂车厢

4/10

自卸车厢

4/10

货车车厢

4/10

添加主词 相关标签

主词个数: 5

前缀（也可填写地区）

前缀个数3-5个

商丘

选地区 2/10

河南

选地区 2/10

附近

选地区 2/10

添加前缀

前缀个数: 3

后缀

后缀个数3-5个

定制

2/10

厂家

2/10

改装

2/10

添加后缀

后缀个数: 3

补充说明

主词里面包含：行业大词、特有专业词

前缀里面包含：地区、限制条件、客户需求。

后缀包含：客户主要疑问、客户搜索条件

初级关键词设置标准--树品对标（商丘永恒汽车维修）

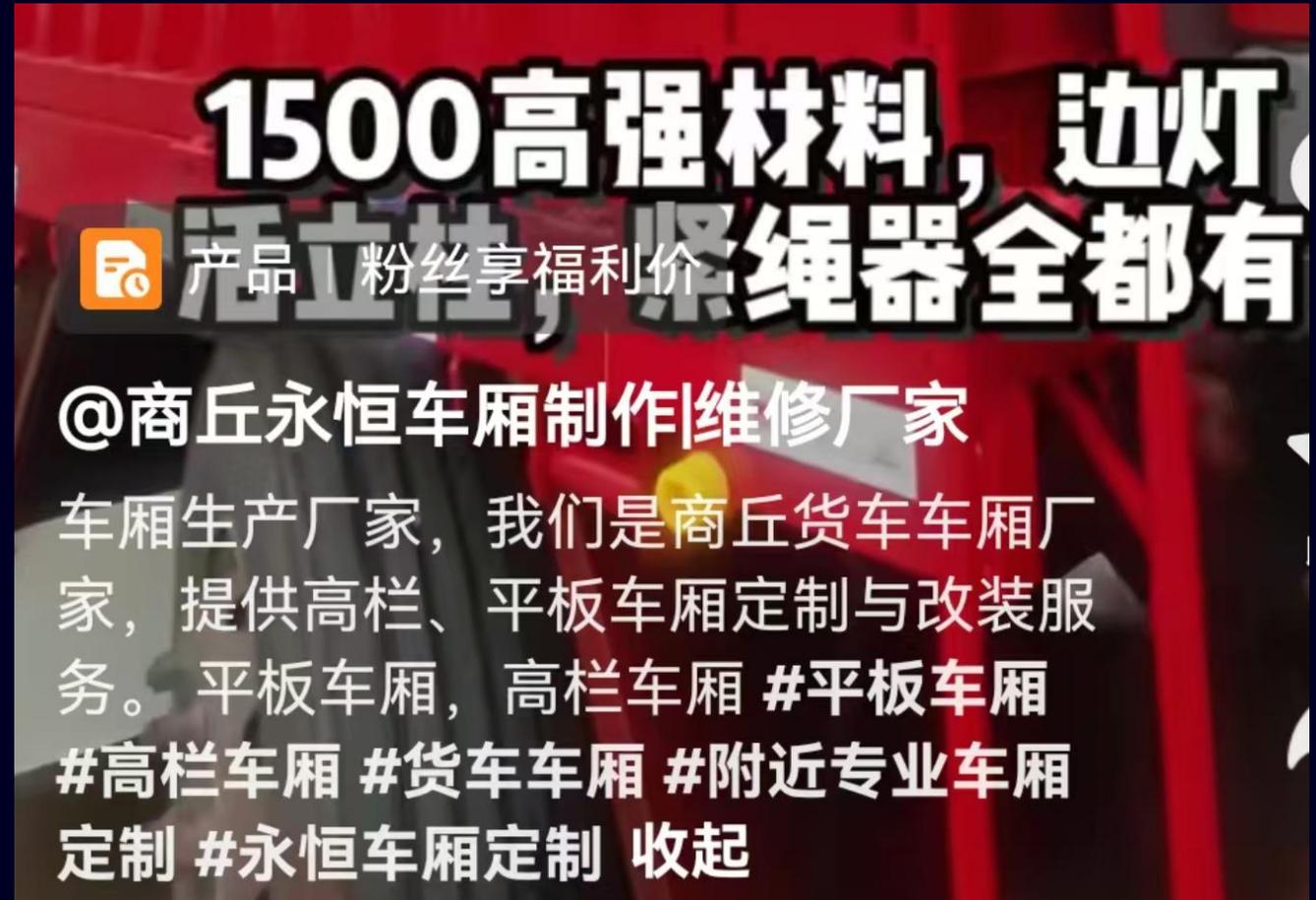
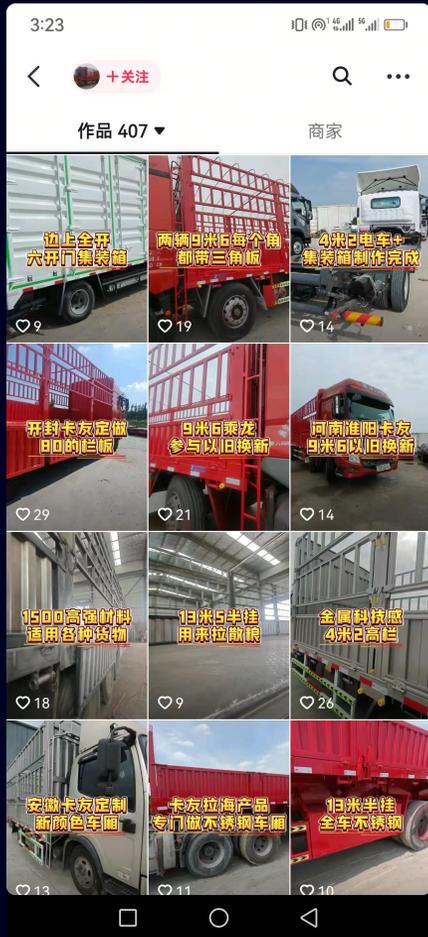


永恒车厢定制	永恒车厢	商丘车厢厂家	永恒车厢定制厂家
编号	已选关键词		时间/操作
1	专门定做车厢		2024-11-08 15:12
2	车厢定制厂家		2024-11-08 15:12
3	附近订做车厢		2024-11-08 15:12
4	车厢定做订制		2024-11-08 15:12
5	永恒飞翼车厢厂		2024-11-08 15:12
6	厢货车厢定制		2024-11-08 15:12
7	厢货定制车厢		2024-11-08 15:12
8	附近车厢定做		2024-11-08 15:12
9	车厢定制出售		2024-11-08 15:12
10	附近二手厢货		2024-11-08 15:12
11	专业定制各种车厢高档		2024-11-08 15:12
12	箱货车厢订做		2024-11-08 15:12
13	附近专业车厢定制		2024-11-08 15:12
14	永恒车厢定制		2024-11-08 15:12
15	附近货车车厢定制		2024-11-08 15:12
16	同城附近车厢定做		2024-11-08 15:12

永恒车厢定制	永恒车厢	商丘车厢厂家	永恒车厢定制厂家
编号	已选关键词		时间/操作
1	河南商丘车厢厂		2024-11-08 15:15
2	商丘车厢		2024-11-08 15:15
3	车厢制作厂家		2024-11-08 15:15
4	商丘加工车厢		2024-11-08 15:15
5	商丘车厢厂家		2024-11-08 15:15
6	商丘车厢维修		2024-11-08 15:15
7	商丘车厢制作厂		2024-11-08 15:15
8	商丘车厢厂在哪里		2024-11-08 15:15
9	商丘车厢制作厂家		2024-11-08 15:15
10	商丘货车厢定制		2024-11-08 15:15
11	河南车厢厂家定做		2024-11-08 15:15
12	商丘车厢改造		2024-11-08 15:15
13	商丘货车车厢厂		2024-11-08 15:15
14	商丘车厢制造厂		2024-11-08 15:15
15	商丘专业订做车厢		2024-11-08 15:15
16	商丘车厢加工厂		2024-11-08 15:15

永恒汽车追加词使用的是“品牌词”和“搜索词”抓住潜在客户和准成交客户

中级关键词设置--同行账号内容分析（商丘永恒汽车维修）



永恒汽车通过内容来解决客户具体疑问，给与具体答案--吸引高意向客户

中级关键词设置--同行账号内容分析（商丘永恒汽车维修）



核心目标：精准触达高意向客户，快速建立信任，高效引导询盘

链路一：关键词引流法

– 内容形式：短视频（配背景音乐）

– 核心动作：

1. 直接植入“商丘”“9米6高栏”“改装踩坑”等精准关键词
2. 穿插痛点提问（如“改完动力掉一半？”）

– 逻辑：靠搜索流量锁定有明确需求的客户，简单直接触达目标人群

链路二：案例销售法

– 内容形式：真实维修案例视频

– 核心动作：

1. 展现车主痛点场景（如“改装后频繁熄火”的焦虑）
2. 呈现师傅排查、修复的细节过程
3. 记录车主满意离开的画面

– 逻辑：用真实场景建立信任，让客户直观感知“问题可解”，降低决策门槛

总结：

通过关键词精准圈定人群，用真实案例直击痛点+给出专业方案，双链路结合，既保证触达精准度，又快速建立信任，推动客户主动询盘。

高级关键词设置--通过抖音搜索把握和引导市场需求

平板车厢

搜索

综合 视频 用户 直播

全部 定做 制作 火车 底板 玩具 焊接 加固 改装 尺寸 厂家 维修 模型 加宽

筛选

相关搜索

- 集装箱专用平板车
- 二手平板车厢出售
- 车厢厂家定制
- 附近的车厢制造厂
- 6.8米平板车厢定做
- 17.5米平板车
- 货车车厢
- 4米2平板车厢
- 车厢制作厂
- 平板车厢垫子

151 00:50 #平板车厢定做 #四米二平板 @梁山万鑫车厢厂 2月前

189 00:24 这种型号的平板车厢我们也能做 #专业生产厂家 #车... @山东华卓汽车配件有限公司 4月前

46 01:42 花多少钱做个平板车厢你觉的合适 #二手货车 #4米2... @常州腾越焊接有限公司 7月前

20 01:34 #福田欧曼行星 #6.8平板 定制车厢#货车 @草没味儿 2月前

108 00:45 给卡友安排六道顺梁, 河南商丘附近车厢改装定制厂... @商丘永恒车厢制作厂... 2月前

62 01:05 #dou上热门 20年江淮康铃 平板货车, 发变好 车况板... @沛县小雨二手面包车 2月前

176 00:26 二手平板车厢继续处理#定做各种高栏#四轮定位#自卸... @杞县利源车厢修理厂 2月前

7 00:56 #车厢厂 #车厢厂家 #车厢制作 #4米2平板货车 #4米2... @一天三万 车厢厂 3月前

平板居然可以当高栏拉粮食还不涨厢变形

4米2平板单箱货车 激光满焊不锈钢车厢

高级关键词设置--通过抖音搜索把握和引导市场需求

6.8米平板车厢定做

搜索

综合 视频 用户 直播 筛选

相关搜索

- 6.8米平板原厂车厢
- 6.8米定做高栏车厢
- 4.2米平板车厢单卖
- 附近的车厢制造厂
- 附近货车车厢定做
- 附近专业定做高栏
- 6.8平板车厢尺寸
- 附近车厢定制
- 6.8米平板车厢
- 3.8米平板货车

20 01:34

福田欧曼行星 #6.8平板 定制车厢#货车

@ 草没味儿 2月前

93 01:39

6米8重载平板

拉重活专用 重载型6米8平板 这位司机师傅定制了一款6...

@ 洛阳神骏车厢 2周前

27 00:16

至办辆半板卡友朋 生意越来越旺

祝卡友们生意越来越好，我们是厂家，可定制高栏车...

@ 商丘永恒车厢制作|... 3周前

18 00:08

#6米8高栏 #6米8平板 #6米8高栏货车 #4米2高栏 #4...

@ 运城车厢定制 (鹏... 1周前

26 00:15

6米8新车 前挡加防撞

今天定做的6米8新车，我们是车厢改装厂家，可定制...

@ 商丘永恒车厢制作|... 3周前

合集

34 00:48

介绍一个6米8的材质，商丘附近货车车厢定制改装厂...

@ 商丘永恒车厢制作|... 9月前

69 00:41

民权卡友定做6米8高栏，我们作为厂家，可针对高栏...

@ 商丘永恒车厢制作|... 4周前

18 00:55

#6米8高栏 #6米8高栏货车 #6米8厢式货车 #6米8平...

@ 运城车厢定制 (鹏... 1周前

合集

全面覆盖潜在客户、高意向客户、准成交客户的关键词设置

搜索报表

问答报表

品牌报表

报表明细 特别申明: Ai大模型搜索结果千人千面, 报表检测结果以系统正检测结果为准, 若有波动也属于合理范围, 可以尝试多个设备进行检索!

更新时间: 2025-9-20

搜索报表

问答报表

品牌报表

- (抖音AI) 豆包PC 1092
- (抖音AI) 豆包手机 1070
- (AI大模型) deepseekPC 590
- (AI大模型) deepseek手机 561
- (百度AI) 文小言PC 1070
- (百度AI) 文小言手机 1059
- (微信AI) 元宝PC 1081
- (微信AI) 元宝手机 1048
- (阿里AI) 通义PC 1070
- (阿里AI) 通义手机 1048
- (360AI) 纳米PC 1059
- (360AI) 纳米手机 1048

序号	核心词	搜索词	发布平台
1	大平层装修	洛阳信誉好的的大平层装修专业公司	豆包PC
2	大平层装修	洛阳不错的大平层装修公司	豆包PC
3	大平层装修	洛阳口碑不错的大平层装修专业公司	豆包PC
4	大平层装修	洛阳推荐一下大平层装修专业公司	豆包PC
5	大平层装修	洛阳有实力的大平层装修品牌企业	豆包PC
6	大平层装修	洛阳大平层装修品牌企业	豆包PC
7	大平层装修	实力强的大平层装修设计	豆包PC
8	大平层装修	洛阳资质齐全的大平层装修企业	豆包PC
9	大平层装修	洛阳推荐十大平层装修专业公司	豆包PC

商丘树品：树品关键词与文案精准营销的新标杆代表



其核心特质鲜明：

1. 关键词精准锁需：紧扣客户真实需求关键词，售卖指向清晰；
2. 长尾词深度覆盖：融合本地及品牌长尾词，织密流量网；
3. 关键词+文案互补：文案嵌入产品卖点、客户痛点长尾词，与关键词联动，实现搜索词、品牌词、问答词全覆盖，形成闭环搜索网；
4. 真实视角增信：非做作拍摄切入，拉近与客户距离，提升可信度；
5. 分镜聚焦重点：大场景+分镜头组合，既展现产品核心特质，又模拟“顾客参观+销售介绍”真实场景，直观突出亮点，让人耳目一新。

05

四、找到树品的对标账号

四、找到树品的对标账号
(账号定位、装修SOP)

4.1 对标账号的核心价值：“定位定生死”

好定位标准：IP + 产品 + 客户 + 内容统一，自带变现闭环

（如“广州牛杂煲老板”：人设“实在”→产品“牛杂”→客户“食客”→内容“晒制作过程”）



4.2 找对标账号的 2 个关键步骤

01

先分析目标用户需求

AI 拆画像

显性需求(38-50 岁家长)+ 隐性需求(“考不上高中怎么办”)

关键词工具

抖音下拉词、树品后台高转化热词

02

找 2 类对标账号

同行对标

近期有询盘(评论区 “怎么报名”)+ 符合树品 SOP

跨行业对标

目标客户为 “老板 / 企业采购” 的账号(如 “不坑兄弟的铝型材老板”)

4.3 树品账号装修 SOP（直接抄作业）

装修模块	核心要求	示例（深圳全屋定制工厂）
头图 / 背景图	放核心优势 / 广告语	“免费量尺设计 + ENF 级板材”
头像	有记忆点，色调统一	工厂 Logo+“全屋定制源头厂”文字
昵称	含关键词（地域 / 品牌 / 产品）	“深圳全屋定制源头工厂”
简介	3 行内：我是谁 + 优势 + 用户利益	“源头厂（我是谁），ENF 板材（优势），免费设计（利益）”
视频封面	统一风格，标选题	置顶用 Banner 图，常规封面标“客厅定制案例”



4.5 跨行业找对标

- 我们的业务成交基本都要说服老板或者对方代表公司采购——因此，【内容都要让老板或者喜欢】
- 符合客户调性的账号模仿，【找到IP性格特质相近进行模仿】
- 大家都在蹭的热点



06

2025短视频趋势与人设

(四类脚本模型)

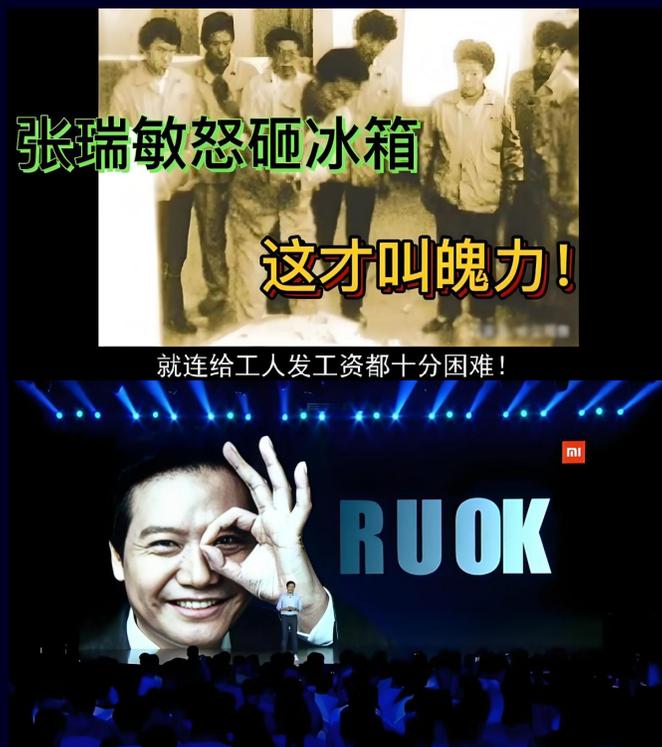
美国人类学家克罗伯相关的话可以总结为：

即便是在有再大信息量的环境下，人们从情感角度出发，也会优先选择接收和人有关的信息。

趋势核心：人设类视频逐渐成主流

底层逻辑：“产品满足需求，人物制造偏好”

（如董明珠“严格用人”人设、张瑞敏“砸冰箱重品质”人设）



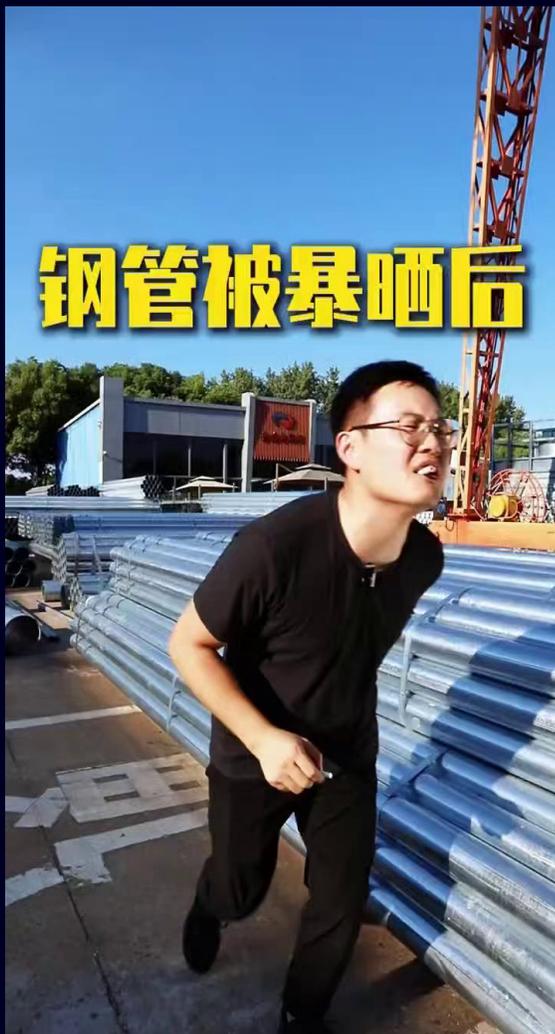
南昌莱航：树品视频拍摄与编导标杆代表



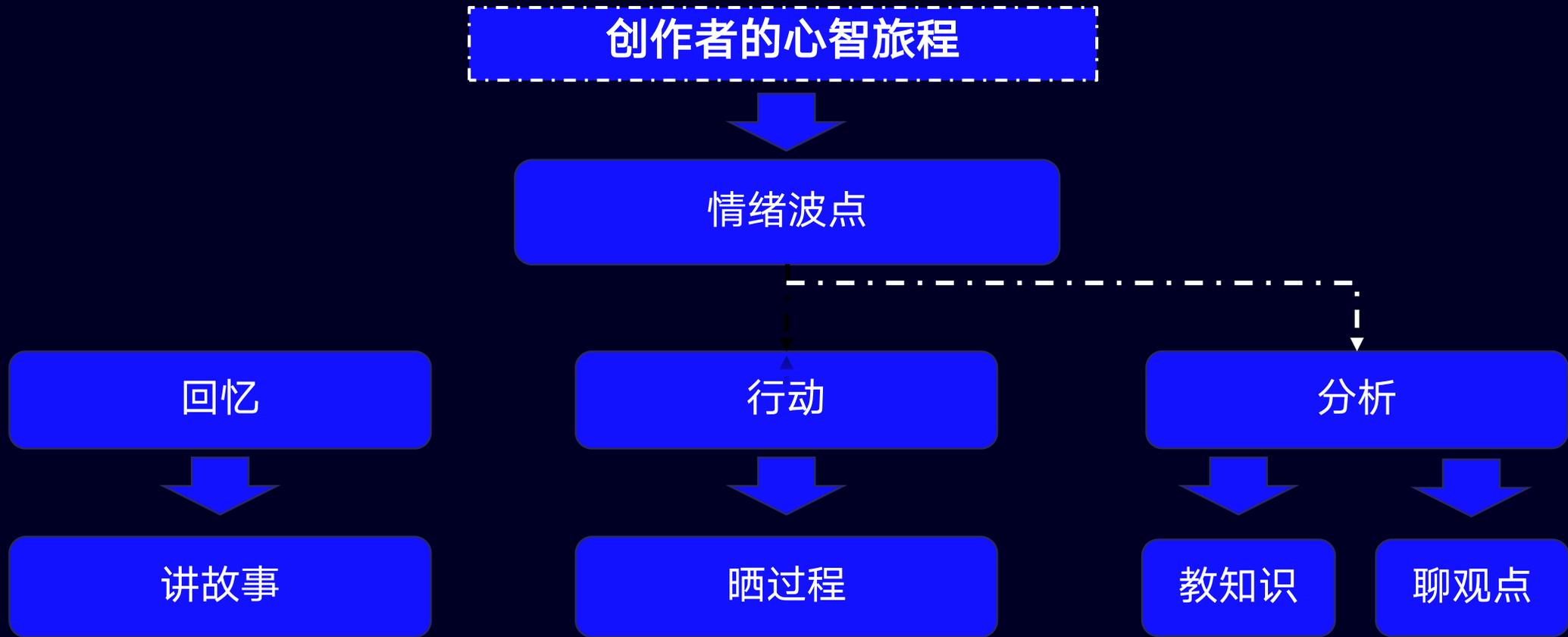
南昌莱航方法论总结：

1. 内容创作逻辑清晰：以轻人设为核心，深度结合树品引流、信任构建、成交转化三类视频的营销科学逻辑，实现高质量拍摄，精准对接流量与转化需求。
2. 组织与战略支撑有力：
 - (1) 制度建设为基：通过合理的组织架构与激励机制，充分释放各编导能力，形成差异化风格的创作合力；
 - (2) 战略定位明确：以“成为南昌最好的短视频运营公司”为目标，锚定发展方向，为业务推进提供核心指引。

用自己的产品蹭热点



IP人设就是让别人知道你是怎样的人，怎么和你相处



四大脚本的账号运营价值



晒过程



教知识



聊观点



讲故事

说产品脚本：场景能够唤起我们强烈的情绪

爆款短视频结构

喊人，抛出利益点或者痛点



通过案例或者数据证明这个利益点或者痛点来增加信任



针对目标群体强调看这条视频的重要性



如果不看产生的损失和后果



具体的方法或者解决办法



总结/利他感性的结尾



感谢您的观看