

# 短视频技术在电子商务运营中的应用研究

陈志远

泉州华光职业学院

DOI:10.12238/mef.v4i3.3515

**[摘要]** 通过内容信息推送和双向互动反馈的新型方式,优化短视频达人引流和短视频推广 IP 矩阵技术,开发短视频技术包括的文案策划、拍摄、剪辑、特效合成等技术,与电子商务营销天然切入,通过丰富的流量、营销推广方式为电子商务营销提供带货能力,帮助电子商务卖家提高商品转化率。

**[关键词]** 短视频技术; 电子商务运营; 应用研究

中图分类号: G648

文献标识码: A

## Application Research of Short Video Technology in E-commerce Operation

Zhiyuan Chen

Quanzhou Huaguang Institute

**[Abstract]** The new way of content information push and two-way interactive feedback optimizes the short video celebrity drainage and short video promotion IP matrix technology, develops the short video technology including text planning, shooting, editing, special effect synthesis and other technologies, and naturally cuts into e-commerce marketing. Through rich network flow and marketing promotion methods, it provides marketing capacity for e-commerce marketing to help e-commerce sellers improve commodity conversion rate.

**[Key words]** short video technology; e-commerce operation; application research

随着移动互联网时代经济的不断进步与快速发展,以及各类信息社交网络平台的不断创新与广泛应用,短视频迅速进入到我们的日常工作与生活中,使得当今人们的视觉观察力与各种视听感受方式都随之发生了巨大改变。短视频赋值功能给予每位活动参与者非常大的推动作用,并且已经发展成为一种全新的主流话语。短视频已经逐渐发展成为人们探索现实世界和美好生活的重要传播平台,也为品牌形象的牢固树立和内容传播提供了新的网络媒体传播介质,快速、简洁、生动、精准已经成为了短视频内容营销的一大重要优势。如何抓住这一新的流量入口,打造“短而精致,简而生动,小而美好”的营销,成为移动互联网营销的必答题。短视频

对中国电子商务的未来快速发展具有重要推动作用,而且也成为企业发展和宣传的最优广告媒体。

### 1 我国短视频行业的发展与现状

近年来,我国短视频行业迅速发展,短视频行业目前处在平稳期,竞争格局逐渐稳定,短视频平台探索更多元化和更深层次商业变现模式。我国短视频行业产业链逐渐形成,产业链参与主体众多。新冠肺炎疫情的爆发进一步挖掘了短视频信息资讯传播的巨大潜力,短视频的用户数量也进一步扩大。截止2020年6月,我国的短视频的用户已规模达到8.18亿,占网民整体的87.0%。

### 2 短视频类型、特点和模式

#### 2.1 短视频类型

(1) 短纪录片:国内较早诞生和迅速出现的短视频产品内容制作产业群体,其产品内容和呈现形式多数以电视纪录片直接进行视频呈现,节目制作精良,通过各种渠道整合打开了短视频产品内容变现的中国市场。

(2) 网红ip型:在中国移动互联网上已经具有很高的用户受众度和认知率,其产品设计制作更加贴切,接近现实生活,庞大的直播粉丝群、海量用户基数与庞大用户群体黏度背后必然蕴藏着巨大的直播商业价值。

(3) 草根式恶搞型:以“快手”用户作为主要用户代表,大量的草根网民用户借助于短视频的风口向一些新媒体平台输出了很多搞笑的视频内容。

(4) 情景短剧:所谓情景短剧指的

是以幽默搞笑和富有创意的内容为主,在互联网上已经有广泛的观众体验和传播。

(5) 技能共享: 随着短视频的热度不断上升,技能共享这一类短视频也已经在网络上得到了很大范围的普及和传播。

## 2.2 短视频特点

不同于其他传统的点播微电影和网络直播,短视频制作流程简单、成本门槛低、制作周期短、参与度高,比传统的直播微电影更加具有社会宣传价值。

## 2.3 短视频营销模式

在互联网时代,抖音、快手等短视频软件下载量相当惊人,短视频已经成为了人们娱乐消遣的重要方式,因此短视频营销也就成为了企业营销推广的主要方向。网红广告植入式营销主要是借助网络红人的粉丝来进行推广,吸引消费者进行消费;场景沉浸体验式营销,很多消费者比较关注产品的特性,广告主可以通过产品的特性去塑造场景,增加产品体验,激发购买欲,实现产品重要特性的趣味传递;情感共鸣定制式营销,借助社会热点进行传播,借助短视频引发用户情感共鸣与反思,多角度、深层次向大众传递企业价值观,提高大众对企业认同感。

## 3 短视频技术在电子商务运营中应用的研究方法和步骤

### 3.1 研究方法

优化短视频技术打造抖音推广、快手推广、美拍推广等,通过互动大数据跟进短视频的流量变化趋势,监测短视频上线后的粉丝和涨粉情况变化,互动小数据的变化,占领流量入口,打造品牌IP,打通营销路径,做好移动营销。

### 3.2 研究步骤

(1) 聚势粉丝营销,打造明星爆款:在短视频内容里加入明星元素,借助明星粉丝效应,发布品牌内容短视频,打造粉丝经济,形成消费观念认同,刺激用户产生购买行为,打造明星爆款。

(2) 积极整合聚拢其他网红专业达人的品牌资源,扩散自己的网红品牌达人声量:通过短视频+网红品牌达人资源联动霸屏,再通过短视频+微信等多种社交网络媒体多种形式实时发布与网红品牌密切息息相关的短视频。通过多渠道的品牌曝光,吸引越来越多的网红用户增加流量,构建对网红用户的品牌价值观和认同,让用户产生购买欲望。

(3) 以各种形式的内容输出品牌话题:制作高价值的内容型短视频吸引更多的用户;与其他用户形成共同价值个性化人群的各种类型社区;制作售后服务短视频,增强了品牌的信任度,提升了品牌的美誉度;制作产品展示式短视频,在进行短视频制作的过程中能够营造出更多的代入感和更多的神秘感;增加用户对企业的满意度,进一步推动了产品的销售。

(4) 利用短视频推广IP矩阵技术,进行多渠道、多平台、多账号营销,精准匹配打造品牌爆款。

## 4 短视频技术在电子商务运营中的应用

### 4.1 增强现实技术与短视频内容相结合

随着5G网络时代的进一步来临,短视频内容广泛播放的信息流畅程度大幅得到了提升,为广大用户群带来了更加优质的应用体验,为移动端应用进行短视频内容广泛营销的环境建设提供了有力的技术支持。通过短视频内容的展示和电子商务应用领域的整合,给用户带来新颖独特的产品呈现方式和互动性更强的营销感受。在短视频中通过内置AR技术,让用户通过短视频所显示出来的不同属性效果进行试穿、测量以及试戴,带来新颖独特的产品呈现方式和互动性更强的购物体验,增强其真实性和趣味度的同时,也为广大商家们带来了更大的利润。

### 4.2 短视频内容信息推送和双向互动反馈

随着5G技术的快速发展,短视频平台迎来了爆发式增长。每个用户在短视频上留下的每个视频都会通过人工和机器的方式给内容打上标签,比如你喜欢文案,你就会更多的看到文案相关的视频作品。基于商品标签的各种个性化推荐算法,利用不同类型和需求的用户标签,通过大数据的信息化处理技术把用户所需要的商品放置于首选位置,再通过智能化的商品内容推荐机制及大数据分析和图像识别技术的应用,使短视频和电子商务网络营销中的内容数据和商品用户数据更加准确和精细化;通过大数据算法实现短视频智能推荐技术,使短视频内容和客户行为准确匹配,将合适的短视频内容传递到终端客户,从而真正达到电子商务“千人千面”的营销效果;通过短视频平台的智能商品推荐规则和短视频内容信息推送规则,使商品本身的热点关键字和所在领域的热点话题热点事件相结合。当目标受众用户一旦看到标题,就会清楚地认为这个区域是自己需要关注的焦点,那么就可以有效地增加目标受众的点击量,最后再通过垂直化的短视频内容直击目标受众,完成品牌和受众之间的无缝对接。

### 4.3 多渠道多平台多账号营销推广打造爆款

无论是自己的品牌还是企业公众号,所想要呈现展示出来的产品内容怎样,这些就是用不同的思维方式去不断获取自己更加富有实用价值的产品信息和增加流量。短视频本身其实就是为了快速打造自己的个人品牌IP,是引流和价值变现的不错选项,papi酱是一个独立女性人设、李佳琦是专业的美妆达人、李子柒是接地气的美食达人等,在大家的心里他们的形象已经根深蒂固,只要提起这些关键词,脑海中想到的就是他们。

在这个拥有互联网移动电商和网络营销的新业态时代,产品越来越多,

品牌也越来越多,能够真正让很多人记住的只有品牌IP,想要让很多好的商家主动找到你,就必须让你的品牌网站和产品视频能够拥有持久的市场曝光率。打造短视频移动获客管理系统,通过一套完全自动化的企业智能网络营销管理系统即可实现短视频的高效网络营销和移动推广。通过管控技术对多个短视频粉丝账号流量进行全程智能管控,获取粉丝点赞、评论、私信、关注粉丝圈粉、截流等多种功能,进行各种矩阵式的内容转发和传播助推,享受短视频流量的巨大红利,从而有效实现流量变现。

4.4 “短视频+电商”在电子商务平台中“带货”的应用

在当前互联网时代的内容视频化发展大潮中,众多垂直领域的内容创作者大量从图文态内容创作转移到视频化内容创作,不但数量迅猛增长,也提升了垂直领域短视频内容的丰富性。短视频电商主要是基于短视频的内容性特点与交互式功能,满足用户的各种购物需要。所以,把短视频技术和电商平台店铺相结合,制作产品相关视频,利用场景特效化植入,增加用户的购买体验,加深用户对

产品的依赖和好感,提升店铺产品的转化率。

4.5 短视频技术在电子商务运营中的创新运用

开发和优化短视频内容信息的推送和双向互动反馈等技术,结合短视频平台的智能推荐规则,把商品标签以及相应的关键字进行推荐到平台的目标粉丝和目标人群,可以通过互联网平台增加对目标消费者的点击量,促进用户购买,提高商品转化率。通过短视频矩阵推广引流吸粉技术,优化多个平台或者多个账号的营销方式,打造更多流量入口,让不同的平台或者账号之间能够进行信息和资源的互换,可以高效地提升总体粉丝人群。优化视频特效合成技术,用2-3分钟的演示视频快捷生动地展示商品的主要功能属性和优缺点,为广大受众用户传递有效购买信息,容易快速达到用户下单的有效转化效果。

## 5 结束语

短视频传播是一种新型的网络营销传播手段,它本身具有很大的信息传播潜力,可以极大地提升消费人群对于各类商品信息共享的网络营销互动效

果。5G的应用有效降低了创作者的门槛,短视频用户体验将越趋丰富。通过短视频技术和电子商务平台共同构建的营销逻辑,建立了一种新型的电子商务营销方法,提供了更具有个性化需求的购物方式,吸引消费者实现购买行为,真正实现短视频技术与互联网营销相结合。

## 基金项目:

2019年福建省教育厅中青年骨干教师教育科研项目(科技类):短视频技术在电子商务运营中的应用研究(编号:JAT191625)。

## [参考文献]

[1]林凯怡.短视频广告在电子商务营销中的应用[J].合作经济与科技,2016(9):134-135.

[2]李瑞.短视频营销在电子商务领域的应用研究[J].科技视界,2018(10):207-208.

[3]丁旭光.短视频在电商营销中的应用[J].合作经济与科技,2020(5):106-107.

## 作者简介:

陈志远(1984--),男,汉族,福建莆田人,讲师,本科,研究方向:电子商务。