

ABOUT TikTok

OPERATIONS AND MARKETING



itsZev

GuangZhou City

www.itszev.com (待开放)

business@itszev.com

任何火过的打法，都值得在新平台上再做一遍



市场红利，兵贵神速

写在前面

大家好，我是 Zev。

距离上两篇分享，已经有一段时间了。可能上两篇文章讲的东西对于大家来说是太过蜻蜓点水。其实懂的人一看就明白其中的章法，不懂的人问题铁定很多。

到目前为止，我们团队手上的变现链路真正收入钱的，有 5 套打法，但是变现都不稳定，数据不是很漂亮。

TikTok 目前的转化率低是事实：我推断的原因有：

- ①使用人的平均年龄低；
- ②人群消费习惯尚未养成

就我这边测试而言：一个不垂直的账号，就算你有 100W 的粉丝，单视频上千万的播放，想出一单都难；如果视频内容垂直，播放量一般，再懂一点跨境运营的套路，出单有时候也有不错的效果。总之做短视频：**三分运营，七分内容**；同理可得跨境电商：三分运营 + 七分产品等于高转化。

不管 TikTok 转化率目前如何，长期都比较看好。

起码现在跑通了路径，为黎明做准备。

愿你们在这篇文章里

得到的不只是干粮，而是一把猎枪。

不能再扯了，病还没养好，Airpods 也接着坏了，虽然医院的 WiFi 很快，但团队还等着我搬滚滚的砖。

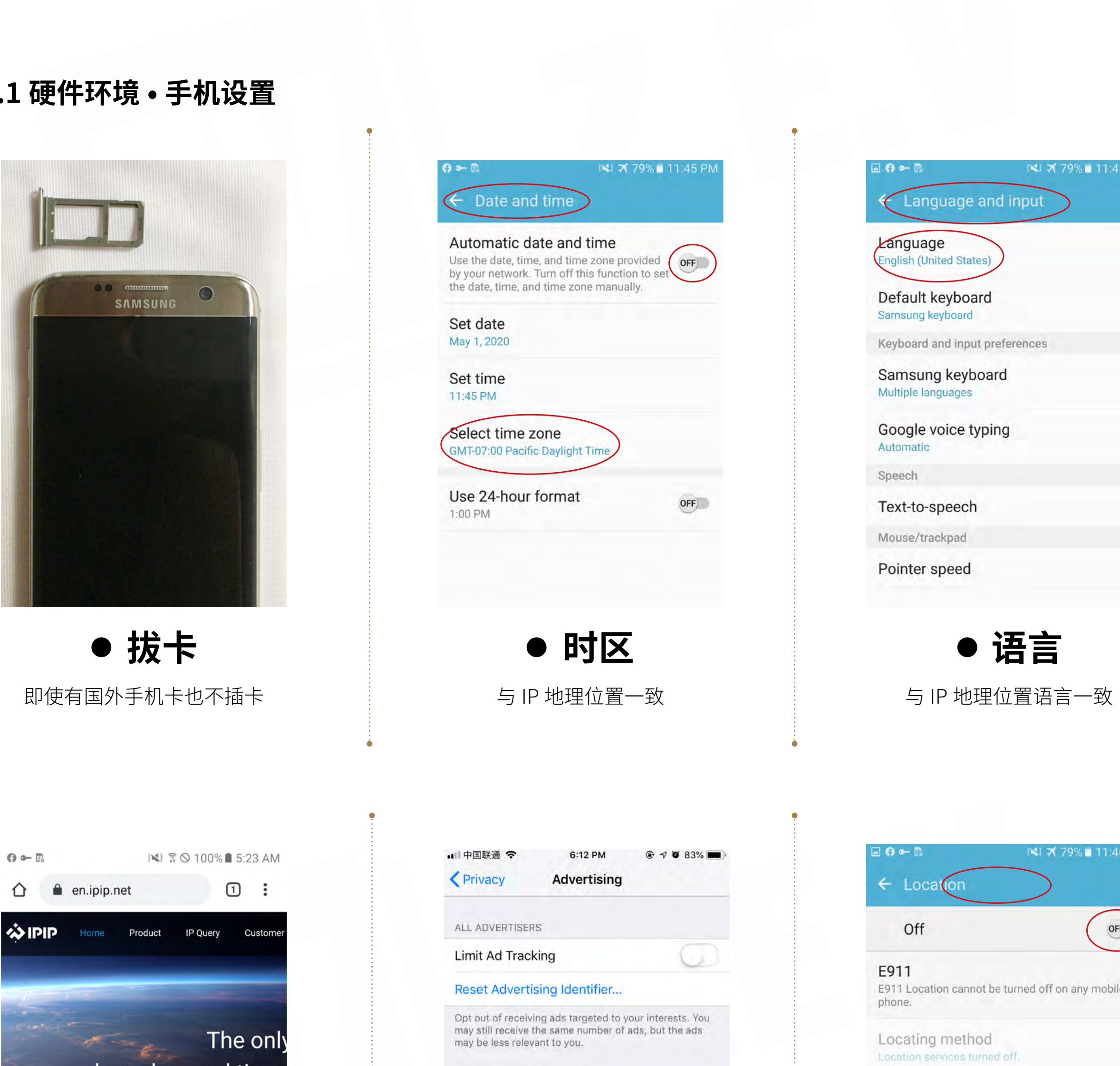
废话说得多了，以下为正文。

关于 TikTok • 起

精简而言，TikTok 的运营不管账号运营或者变现打法，都有迹可循，国内抖音是最好的老师。

以铜为镜，可以正衣冠，以史为镜，可以知兴替。任何火过的打法，都值得在新平台上再做一遍。

我把思路汇聚成下面附件的思维导图，进阶的玩家可以从中捋一下思路，手上有什么资源，做什么变现打法。



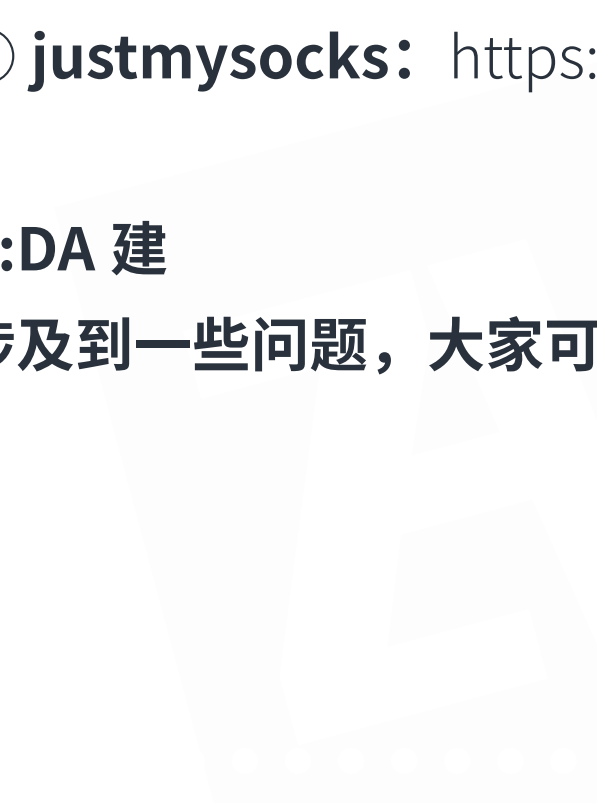
TikTok 运营 & 变现逻辑

关于 TikTok • 硬件环境

- **硬件环境：绝大部分播放为 0 是硬件环境没解决好**

- **软件环境：注册与运行稳定的关键**

1.1 硬件环境 • 手机设置



● 拔卡

即使有国外手机卡也不插卡



● 时区

与 IP 地理位置一致



● 语言

与 IP 地理位置语言一致



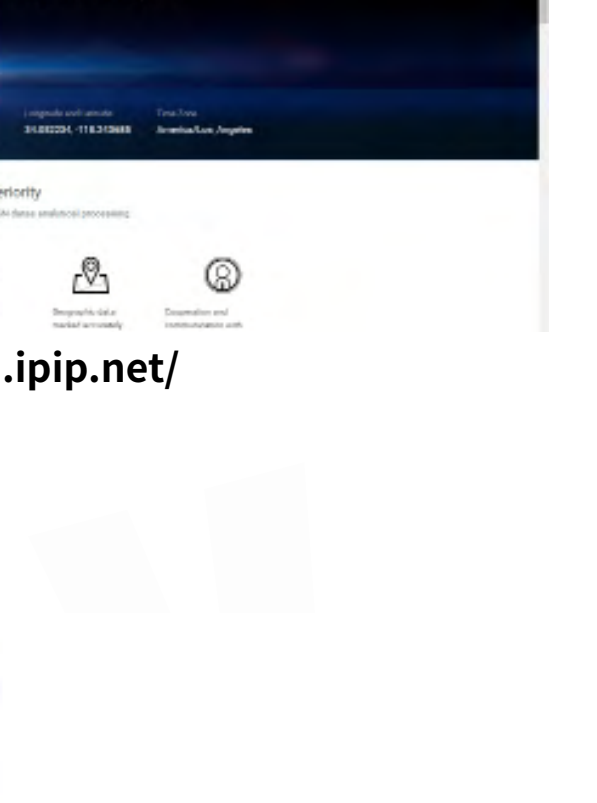
● IP

定位在中国大陆以外，一般要目标市场的 IP 较好
注意：VPN 一定要开全局模式！！



● 广告

关掉广告（仅苹果手机需要）



● 定位

关闭定位

1.2 硬件环境 • IP

A: 购买

- ① Astrill: <https://www.astrill.com/pricing>
- ② justmysocks: <https://justmysocks2.net/members/cart.php?gid=1>

B: DA 建

涉及到一些问题，大家可以自行了解。

1.3 硬件环境 • IP 环境检测

- **是否全局 IP**



1: <https://whoer.net/>

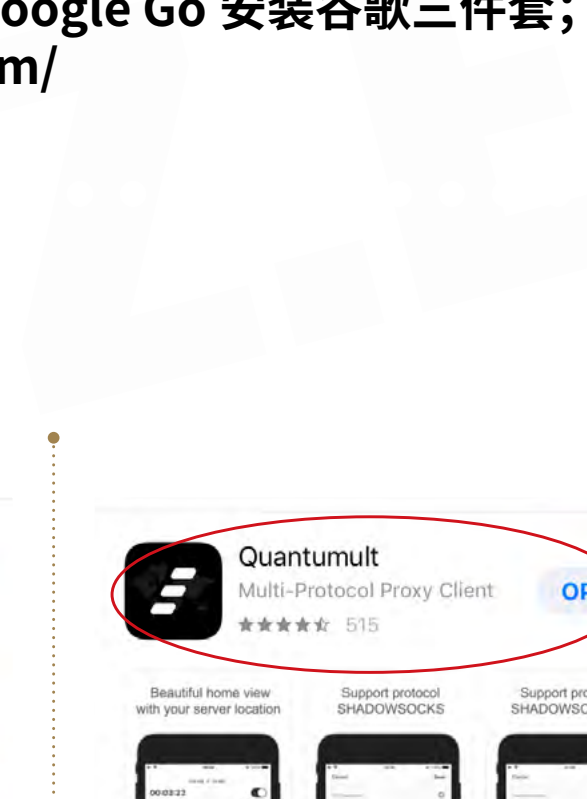


2: <https://en.ipip.net/>

- **是否原生 IP**



1: <https://www.maxmind.com/en/geoip-demo>



2: <https://bgp.he.net/>

1.4 硬件环境 • 手机型号

HTC 10	红米 4X	IPONE 6s Plus
三星 S7/S8	红米 Note4	IPONE 6S
谷歌 Pixel	OPPO 努比亚	IPONE SE
LG G6	...	IPONE X

- 国外安卓（建议）
- 国产安卓
- 苹果（国行 / 水货均可）

注：
1: 4g+32g 以上安卓均可；
2: 不建议使用华为手机布控（杀后台 + 谷歌框架难安装）；

关于 TikTok • 软件环境

2.1 软件环境 • 谷歌三件套（提供安装包，苹果不需要）

谷歌三件套

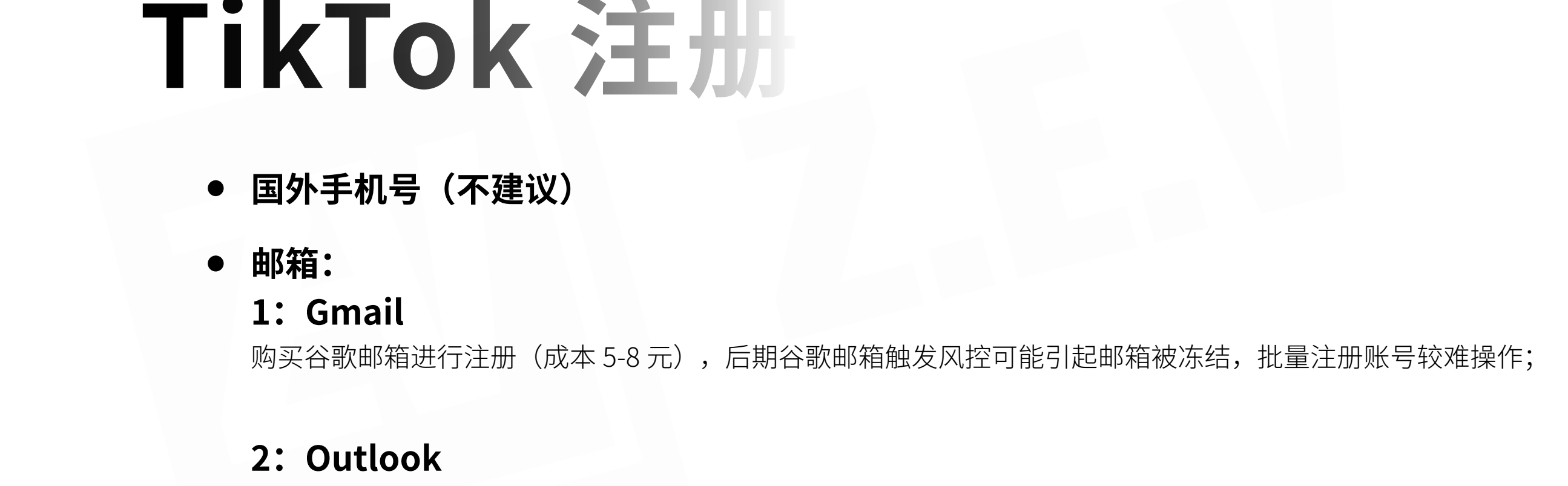
- Google Service Framework 服务框架

- Google Play Service

- Google Play Stores

注：
1: 国外安卓机器自带谷歌三件套，不用折腾；
2: 国内安卓可以用豌豆荚等先安装 Google Go，再从 Google Go 安装谷歌三件套；
3: 可以自行下载安装包：<https://www.apkmirror.com/>

2.2 软件环境 • V*N App 安装 | 苹果



● Astrill

● i2ray

● Quantumult

● Shadowrocket

推介 - 最快

较多人用 - 便宜

2.2 软件环境 • V*N App 安装 | 安卓



● Shadowsocks

● ShadowsocksR

● V2rayNG

可以自行下载：<https://www.apkmirror.com/>

2.3 软件环境 • TikTok 安装

TikTok 安装

- APPLE APP Store
- Google Play Stores

必须从应用商店下载，很多人后期出现播放为 0，有可能是这个原因。

2.4 软件环境 • TikTok 注册

TikTok 注册

- 国外手机号（不建议）

● 邮箱：

1: Gmail

购买谷歌邮箱进行注册（成本 5-8 元），后期谷歌邮箱触发风控可能引起邮箱被冻结，批量注册账号较难操作；

2: Outlook

目前已注册不了；

3: 企业邮箱

推介

2.4.1 软件环境 • TikTok 注册 - 企业邮箱注册（该部分学习于星球里的：meek）

- 目前国内企业邮箱（168、腾讯等）差不多全军覆没，而我是用国外的主机建的邮箱，幸免于难。活在当下的同时，没忘记 seven 对我的教导，多与大家分享，所以借花献佛，有了下文

1: 购买域名

购买网站：

1: GoDaddy

<https://sg.godaddy.com/>

2: Namecheap

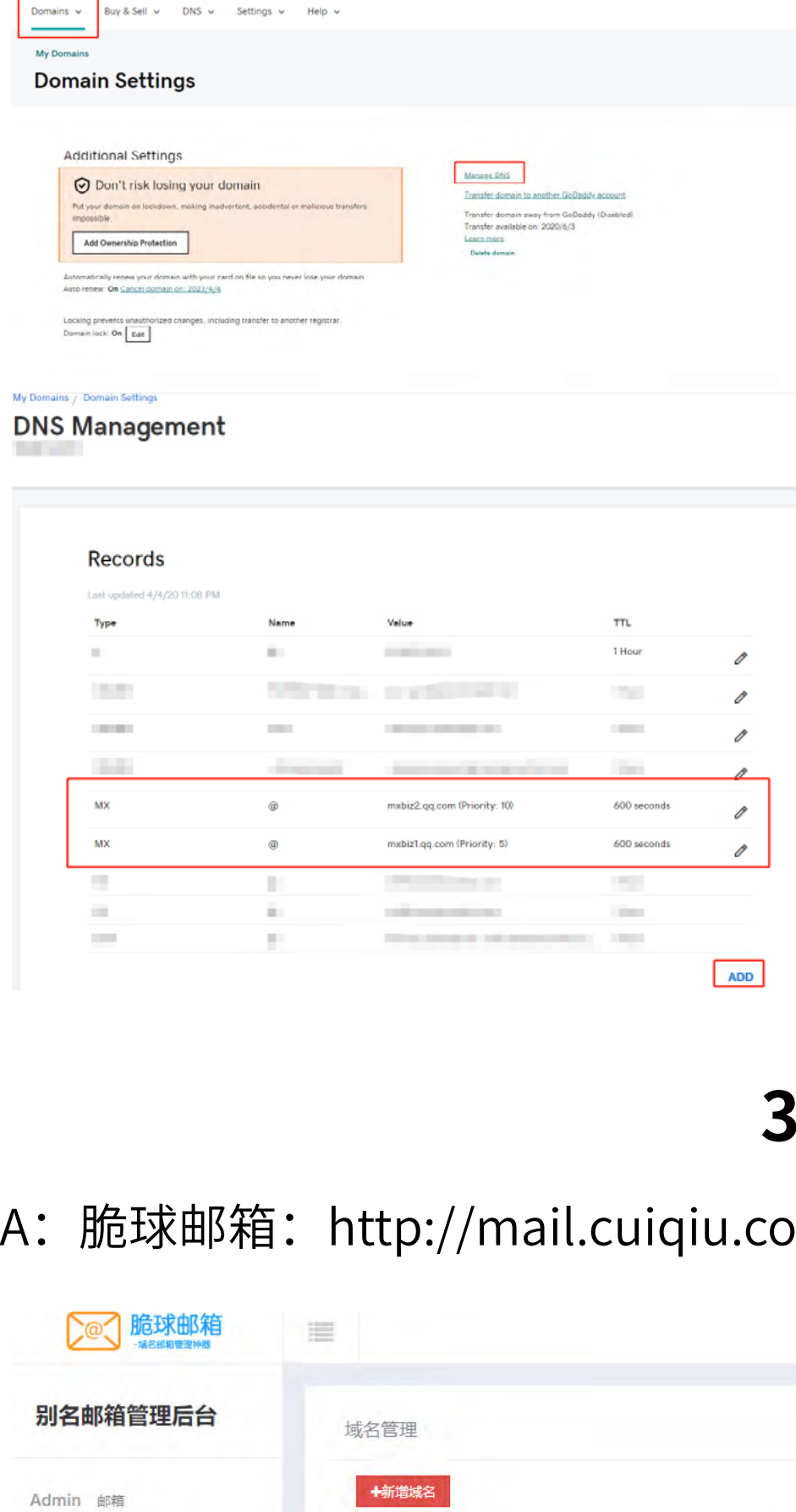
<https://www.namecheap.com/>

A: 都可以用支付宝进行购买，成本 14-80 元人民币左右；

B: 建议使用 .com 结尾的域名；

C: 后期独立建站也可以这个域名，建议域名的名称可以与品牌或品类相关

2：设置 DNS



- 找到域名管理

- 找到 DNS 管理

- 添加一条 MX 记录
MX @ mail-server.cuiqiu.com 5 600

保存

3：设置邮箱

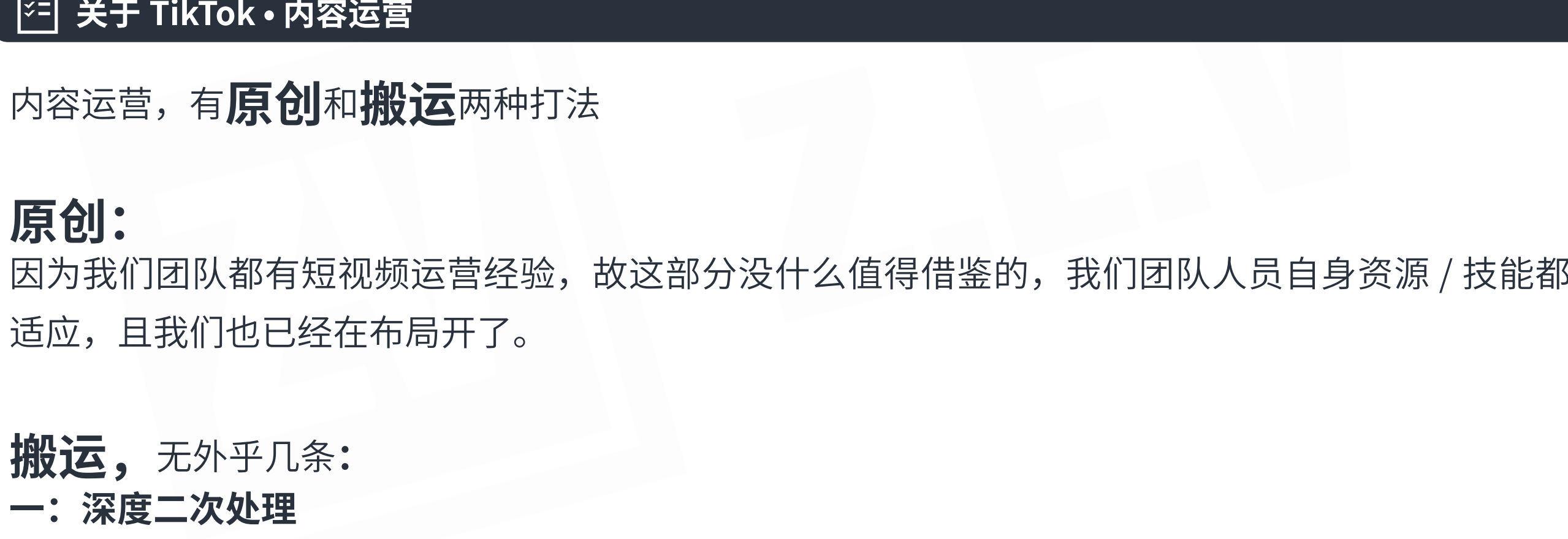
A：脆球邮箱：http://mail.cuiqiu.com/ 注册一个账号，然后点击：新增域名



B：输入你的购买的域名，创建域名邮箱

C：域名邮箱创建成功之后，你会在域名底下看到自己的域名网址，跟着点击：管理邮箱

D：新增邮箱



注：

1：脆球的邮箱不支持发送邮件

2：所有邮件都会转发到 admin 账户里

关于 TikTok • 内容运营

内容运营，有**原创**和**搬运**两种打法

原创：

因为我们团队都有短视频运营经验，故这部分没什么值得借鉴的，我们团队人员自身资源 / 技能都适应，且我们也已经在布局开了。

搬运，无外乎几条：

一：深度二次处理

二：蹭热点

三：内容定位

四：文案引导

一：深度二次处理

①采集工具：53 合一批量下载工具

②剪辑工具：PR | 剪映 |

③处理方式：

镜像 - 画中画 - 色相饱和度 - 对比度 - 添加小元素啊（如表情包、时钟等） - 加字幕 - 加快视频 - 放大视频

二：蹭热点

①贴热门标签 tag

②合拍热门视频

③使用热门音乐

三：内容定位

内容定位需要提前想好变现路径，我这边测试的变现情况（电商部分）：一个号，就算有上百万的粉丝，内容与带货不相符，一单都出不来；而垂直类目的账号，就算有 1、2 万的粉丝，都能形成带货变现——**变现与视频内容、选品、视频播放量有关，与粉丝数不会太相关**：这也是字节跳动去中心化算法的内涵相适应

当然，**培训 | 卖号 等这种变现最快的途径**不在电商变现的讨论范围内。

再当然，以上也有可能这仅是我这边的测试总结，别的高手可能和我的结论不一样。扯远了，再回来讨论内容定位。

①**变现路径为电商平台 & 捐赠 & 测评（Amazon | Shopee | 独立站 | 速卖通 ...）**

可以选择直接产品出镜的视频内容，然后同步链接供应商，找好货源，如若爆单或后面购物车开通，可快速反应，为未来做准备。但要做好心理预估这类账号可以带货，但成长周期慢。

②**变现路径为广告（YouTube | Fiverr）**

可以选择泛娱乐类，搞笑 | 宠物 | 手工 ... 等，这类内容的特点是流量大，但是带货变现效果不大。可以将流量转移到 YouTube 增粉，拿广告分成，这个最成功的案例是李子柒。

③**没想好做什么内容变现，就想做着玩一下的**

好，为你们准备好了，只需快速搬运

a：飞瓜数据 / 抖抖乐最新视频，泛娱乐类，盘它

b：打开快手，刷前 50 条视频，泛娱乐类，盘它

四：文案引导

多看国内抖音，文案直接抄过来，谷歌翻译；**但天下文章一大包，也不是什么都得抄**，抓住三个点：

①**共鸣性**

句式：人物 + 状态 + 情感宣泄

Example：Don't be stupid, you can't beat a team no matter how strong you are

②**引发好奇**

句式：描述事件 \ 观点 + 留出悬念

Example：People are all kind, but... ..

③**勾起互动**

句式：主体 +（情景）+ 问句

Example：In such a situation, what would you do?

关于 TikTok • 变现

准备了那么多，最终还是来到了大家**喜闻乐见**的环节了。

如果能帮助大家出单赚美刀，那也算对得起我**日渐稀少**的头发，和我那刚刚逝去的**Airpods**。

日前我在生财星球里分享了我们团队 **TikTok+Shopify & TikTok+Etsy** 的两个案例，可能因为文字稀少的原因，大家可能看得似懂非懂。

好，分享给大家。这次不讲我们第三套变现打法，就细讲第一套变现：**TikTok+Shopify**

还是那句老话：**七分选品，三分运营**。既然选品那么重要，那就从选品开始。

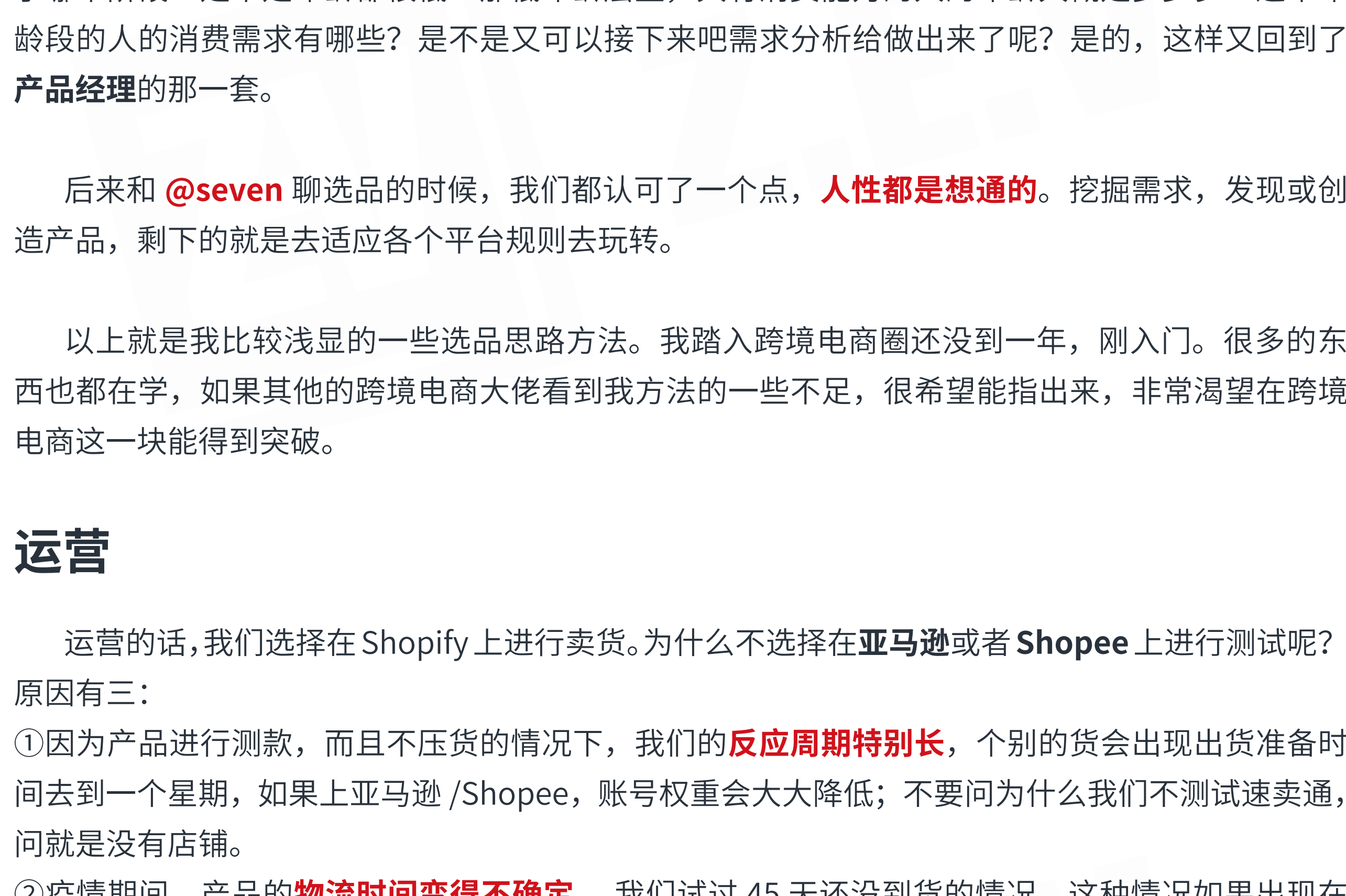
选品

1.TikTok 爆款视频 + 抖音爆款视频监控

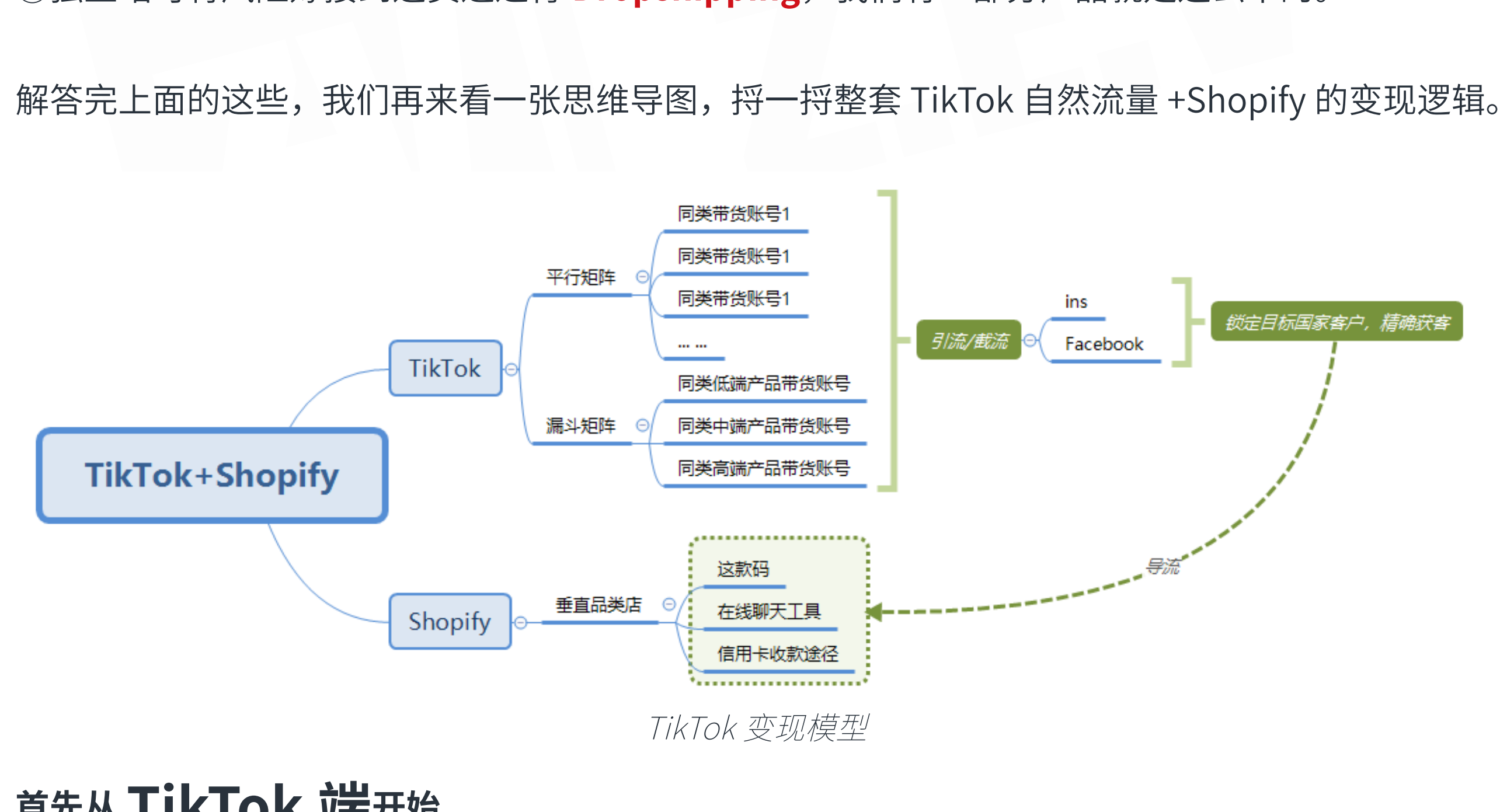
因为中国玩家带节奏，现在的 tiktok 带货视频很多都是从国内抖音搬过来的，搬运的时间周期越来越短，短到一定程度就会形成同步带货行为。如荧光棒舞蹈视频。这款产品 4 月期间，我们发现抖音 & tiktok 上都有出现，且热度不低。

2. 切入数据分析

上面的灵感来了之后，我们就可以进行切入数据分析，数据分析端口我惯用 **Google Trends/ Helium10：搜索关键词 Glow stick dance**



峰值点在 4 月 19-25 日，我在 TikTok 4 月 18 日检测到这款产品**异常值**，立马切入观察。



当时 helium10 的数据没截图，这个是我为写文章再次调取 30 天内的数据。现在的数据虽然下降，表现也还算不错。但 4 月 18 的时候，数据是爆掉的，亚马逊最高销量的卖家估计 1 天 1000-2000 单之间。

当然，这个时候，Shopify 可以选择跟进，分一杯羹。

3.TikTok 人群分析选品

如果 1+2 的选品方式太考验选品者的**市场敏感度**，那第三种方式的更适合普通跨境从业者在一段时间内作业。

宏观维度：首先需要分析 TikTok 这个**产品的生命周期**现在正处于成长期，它的老师抖音现在接近成熟期：TikTok 同属于字节跳动的产品，他的成长路径应该不会偏离抖音太远。相信玩过抖音的都有一种感觉，目前 TikTok 很像 18 年的抖音。

有了这个大的思维框架，我们就可以拓展思考：18 年的抖音，玩家们能变现的产品是怎样的呢？玩法是怎样的呢？

注意，这里说的产品，不是说 18 年哪个产品卖的好就卖哪个，而是要分析这个产品背后的**需求画像、人群画像**。

微观维度：对上面宏观维度的一个细化；比如人群画像，思考一下：TikTok 现在的人群年龄层次处于哪个阶段？是不是年龄都很低？那低年龄层里，具有消费能力的人的年龄大概是多少岁？这个年龄段的人的消费需求有哪些？是不是又可以接下来吧需求分析给做出来了呢？是的，这样又回到了**产品经理**的那一套。

后来和 @seven 聊选品的时候，我们都认可了一个点，**人性都是想通的**。挖掘需求，发现或创造产品，剩下的就是去适应各个平台规则去玩转。

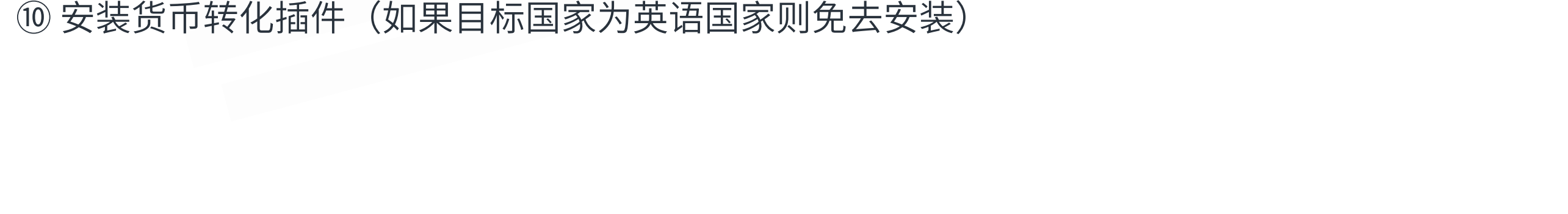
以上就是我比较浅显的一些选品思路方法。我踏入跨境电商圈还没到一年，刚入门。很多的东西也都在学，如果其他的跨境电商大佬看到我方法的一些不足，很希望能指出来，非常渴望在跨境电商这一块能得到突破。

运营

运营的话，我们选择在 Shopify 上进行卖货。为什么不选择在**亚马逊**或者**Shopee**上进行测试呢？原因有三：

- ①因为产品进行测款，而且不压货的情况下，我们的**反应周期特别长**，个别的货会出现出货准备时间去到一个星期，如果上亚马逊/Shopee，账号权重会大大降低；不要问为什么我们不测试速卖通，问就是没有店铺。
- ②疫情期间，产品的**物流时间变得不确定**，我们试过 45 天还没到货的情况。这种情况如果出现在亚马逊/Shopee，我们的账号承受不起。我们是小卖家，只有一个账号，玩不起这种心跳。
- ③独立站可将风险嫁接到速卖通进行**Dropshipping**，我们有一部分产品就是这么干的。

解答完上面的这些，我们再来看一张思维导图，捋一捋整套 TikTok 自然流量 +Shopify 的变现逻辑。



首先从 **TikTok 端** 开始

我们会做两组矩阵：**平行矩阵 | 漏斗矩阵**，这种打法确实比较劳民伤财，但是我们当时的目的就是要测通变现路径为以后做准备。

平行矩阵：说白了，就是多账号带同类产品，**捋流量**

其实多账号捋流量是国内自媒体惯用的套路，我只不过是把抖音的打法搬运到了 TikTok 上。新瓶装旧酒。比如你的产品手机壳，那就多做几个手机壳的账号去捋流量。多帐号的好处还有辅助 IP 定位，这点我下面进行解析。

漏斗矩阵：同一类目的内容产品进行分产品定位高中低进行多账号发布

同一类产品具有低端、中端、高端产品的时候，我们是分账号进行布局。低端的产品用一个 TikTok 账号带，中端产品用另一个账号带，高端产品用第三个账号单独带。而且分别导向相对应的产品界面。

矩阵的目的不仅仅是扩充流量的来源，亦是 IP 国家相对精确导流的一个方案。

为什么会这样说呢？不知道大家在做号的时候，有没有仔细观察过，一个账号在流量很小的时候，它的流量是在 IP 国家活动的；当他的流量爆发之后，视频向全球去输送；当流量大到一定的程度，它又回到了 IP 所在国家。

那我们做矩阵的目的就是，保证了视频爆发的情况下，做到保证部分流量是精确目标地区人群的，从而**提高产品的转化率**。

Shopify 端

考虑到读这篇文章的，有部分小伙伴没做过外贸，那我们从建站开始讲。

Shopify 建站：

进入后台，填写域名

去淘宝买个模板，上次，使用模板

其他的步骤可以去 YouTube 或者其他课程去自己学习一下，或者等我的星球开通，我会把更加详细的步骤写出来

设置里面资料完善

① Privacy policy、Refund policy、Terms of service 条款页面

② 安装 Google Analytics

③ 安装 Facebook Pixel

④ Contact us 条款页面

⑤ 店铺名称、标题、描述

⑥ 收款方式 PayPal+Stripe

⑦ 运费原则，我一般是目标国家免邮

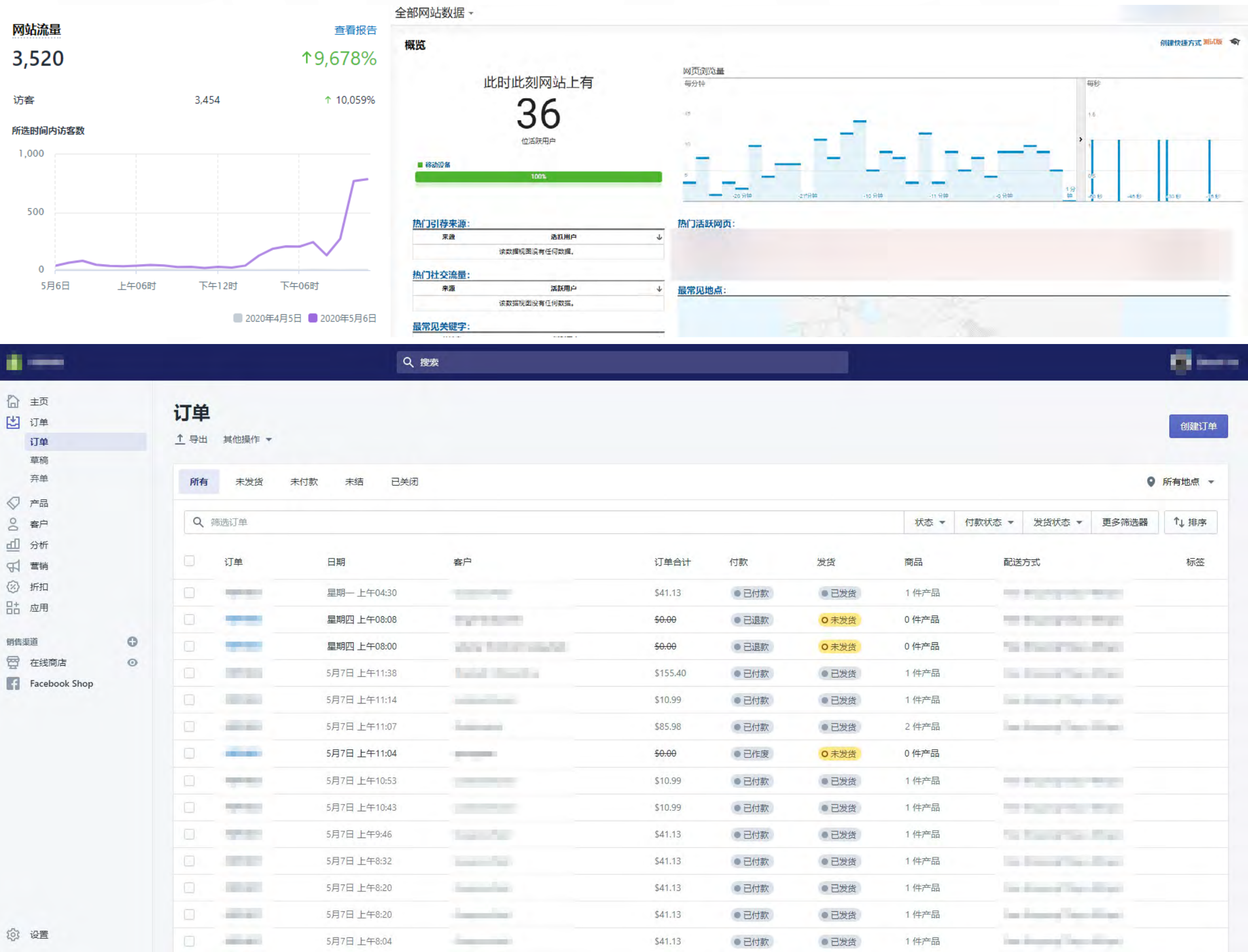
⑧ 安装客服插件

⑨ 安装 Oberlo 插件

⑩ 安装货币转化插件（如果目标国家为英语国家则免去安装）

然后就可以上产品了，产品可以组合一下，标品部分 Dropshipping，特殊部分自己自发货。自发货的物流商很多，飞特、燕文、云途，还有很多不知名的小货代，我们都是自由组合发货，看什么产品发哪个渠道。

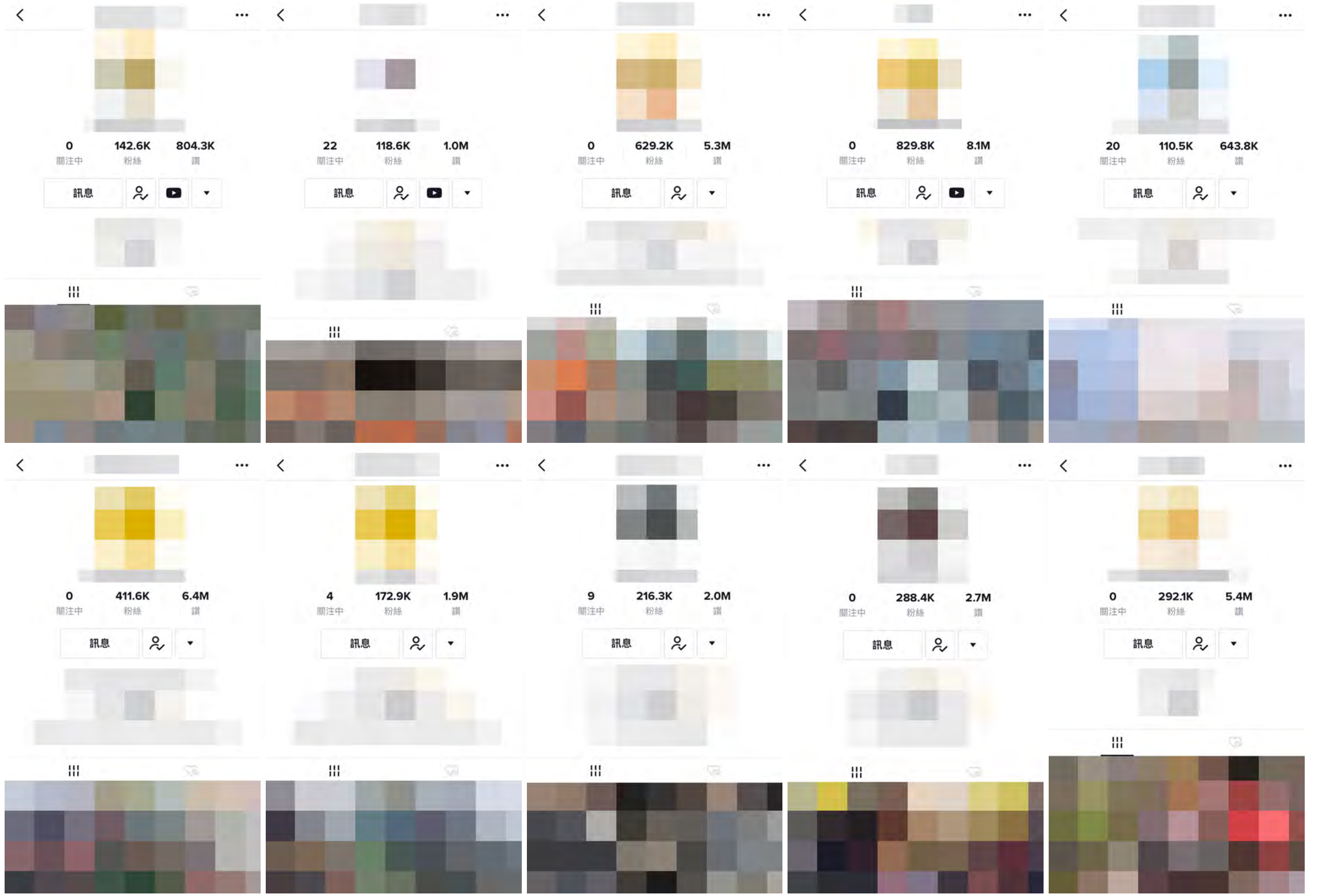
我们刚开始单量不多，隔三差五的出单，中间也爆过一次。



5月7日爆单，后台数据显示实时流量没有跌下30的，欧美精确粉丝带来的流量，转化能力还是很强的。期间没有投放任何广告，全是tiktok的自然流量。

但爆过这次之后，我们后面没有再出现过爆发的案例，日常出单又恢复到三三两两，不过好现象是，有时候一些流量平平的产品，出单居然表现不错。

这也传递了两个信息：①选品很重要；②tiktok用户的消费习惯正在养成。



我们的账号矩阵，我们目的是变现，不追求超级大号。账号还有很多...就不一一展示了

TikTok 玩法从硬件环境 - 运营法则 - 变现逻辑，我按照我的逻辑去理出来的就这么多了。剩下的我们做一下 Q&A

Q & A

Q1: 关于 0 播放

A1: 这个问题确实前期会难倒很多人，这个问题的核心是解决 IP 和视频内容

① IP 问题

还是检测 IP 的伪装程度，用 whoer.net 去验证

②视频内容

一般就是搬重复了，深度处理一下。然后每天单账号多视频强撸一下，看看有没有流量。再者就是去其他大 V 的账号下评论截流，有 for you。最后就是原创拍一下视频，拍两天看一下有没有效果。还没的话，我就不抢救了。

Q2: 关于企业邮箱

A2: 企业邮箱除了上面的脆球邮箱外，做独立站的可以试一下 SiteGroud 美国主机，自带邮箱。

Q3: 快速起号有什么方案

A3: 做好基础建设之后，除了砸视频还是砸视频，简单粗暴。邮箱不用钱，不用打得小心翼翼的。我们一个多月 45 个万粉号就是这么起来的。但可能也有一个原因，我们穷，只能开启修罗模式，疯狂做号。穷人家的孩子没有伞，下雨只能拼命奔跑，哈哈哈哈哈。

以上就是我们 TikTok 做号，Shopify 变现的全部步骤策略。

有一天，seven 问我，毫无保留分享出去，对你团队真的没有影响么？我想 seven 不也一样么，把自己压箱底的东西全都毫无保留掏出来跟大家分享。

我们做技术出身的，没那么多套路，就真诚待人，认真做事，剩下的交给天意吧。

最后还是借用清华大学校长蒋南翔的话，送给大家。

愿你们带走的不仅仅是干粮，更是一把猎枪。

此致，以上。