

体育赛事可以给平台方带来更多流量吗？答案可能是肯定的，不过平台方在吸引流量过来的同时，还需要思考如何才能把流量沉淀下来。那么在世界杯结束之后，我们可以如何解读抖音的流量沉淀过程？不如来看看作者的解读。



这样呈现的方式，资深球迷其实并不陌生，无论是优酷世界杯，还是往届央视转播，这样的内容设置都是成熟的打法。在理想的情况下，抖音通过多个个人与栏目IP的打造，从专业人群切入进而覆盖更广泛的群体，即便世界杯结束之后，这些内容创作者并不会离开，而只要持续更新内容，世界杯的流量也会跟随创作者留在平台之中。

但仔细看去，这套内容运营思路“仓促感”与“功利性”极强，开赛多日，细看官方公布的几位入驻抖音的体育明星，其内容可以说是相当“敷衍”。

贝克汉姆的短视频内容，几乎全部来自于其他视频剪辑，原创视频极少，更无法谈及平台专属内容。前英格兰国脚迈克尔欧文作为此次抖音世界杯期间最为卖力的体育明星，其短视频更新数量非常之多，但内容却与世界杯关联度非常弱，从带货小游戏，到接龙挑战，来到抖音之后几乎没想要“久留”，账号的打法与用心沉淀粉丝关系不大。另一些足球体育明星，罗纳尔多、内马尔等几乎都在世界杯期间停更

•