

好内容

把门店里的真实产品、服务和案例，拍成客户看得懂、愿意问的内容。

先让客户看懂
再让客户愿意咨询

看场景 · 选工具 · 做动作 · 出结果





怎么使用这份课件

今天请拿出本店真实产品、客户或项目。我们讲一步、练一步。

- 01 讲清结果**
先把今天要解决的门店问题和合格标准讲清
- 02 完整示范**
我先按标准示范一遍
- 03 现在分组练一遍**
执行人、客户、观察员三人一组，现场纠偏
- 04 实填工具**
打开填写范例，再录入一条本店真实数据
- 05 7天复查**
写清责任人、完成数量、检查日期和未完成处理

讲完这一页就进入本模块。后面边讲边练，不重复讲培训方法。



这个模块接什么、做什么、交什么

先确认工作从哪里来、由谁完成，做完以后交给谁。

本模块做成什么

每周完成5条短内容和1场直播，咨询有人及时承接。

上游给什么

产品、案例、活动、交付现场、客户问题。

完成后交给谁

把评论、私信和直播咨询交给好引流与好客资。



谁来做，做到什么程度

先确认负责人和检查方法，练完后直接按结果检查。

责任分工

内容负责人	编排周计划、检查脚本与发布结果
出镜人	讲真实场景、产品价值和客户问题
拍剪人	完成画面、声音、字幕、封面和归档
店长	提供案例与活动资源，周复盘有效咨询

今天的过关标准

- 01 能完成选题、脚本、拍剪，并按内容目标选择发布平台
- 02 能按标准完成一场60—90分钟门店直播
- 03 能在内容中植入清晰但不生硬的行动指令
- 04 能按渠道结果复盘，而不是凭播放量追热点

结果指标：有效发布数 · 有效咨询数 · 内容获客率 · 私域承接率



每周先到“好风景全渠道内容雷达”领取任务

这是7S的核心内容引擎：总部抓取并审核全渠道信号，门店选择适合本店的题材执行。

连接位置	本模块要做的事
每周领什么	7S网站发布的本周优先题材、3秒开场、镜头清单和留资动作
本模块做什么	把问题改成标题、脚本和真实门店画面
发布前写什么	明确评论关键词、私信资料、到店体验或量尺入口
把结果交给谁	把内容编号、平台和有效咨询交给好引流、好客资

现场从本周清单选一个真实题材：确认本店有产品能拍、有人负责、能给客户一个明确下一步。



好内容的日常安排

每天处理当天工作，每周看一次效果，每月调整一次做法。

频次	固定动作
每日	完成当天内容；评论私信按门店SLA承接；更新看板
每周	复盘发布量、有效咨询、私域承接；只改一个变量
每月	按平台去留、栏目胜率和客户问题更新选题池



好内容的工作顺序

门店规模不同，可以调整数量和分工，关键顺序保持一致。

- 01 找素材** 从真实客户问题、产品、设计、交付和活动中选题
- 02 写脚本** 一句钩子+一个问题+一个证据+一个行动
- 03 拍素材** 按镜头清单一次拍齐，不边拍边想
- 04 剪发布** 去废话、加字幕、做封面、补本地关键词
- 05 接咨询** 30分钟内回复评论私信并转入客资表
- 06 做复盘** 保留有效结构，淘汰无咨询的重复选题



三个常见门店场景，选一个现场练

每个案例都能用现有员工和门店条件完成，不要求额外搭团队。

案例 1	功能沙发短视频	一名员工用手机拍“怎么坐、怎么开、适合谁”，成片控制在45秒内。	当天交付：1条可发布视频+1条评论回复话术
------	---------	----------------------------------	-----------------------

案例 2	床垫选择内容	用软硬体验、适用人群和预算差异，回答客户最常问的一个问题。	当天交付：1条口播稿+3个近景镜头
------	--------	-------------------------------	-------------------

案例 3	门店试坐直播	固定一款主品和一个主题，循环讲体验、问题、证据和预约。	当天交付：20分钟试播+问题记录
------	--------	-----------------------------	------------------

现在这样练：选一个与本店最接近的场景，换成真实产品、客户或项目，再做一遍。



案例图示：一条5000元功能沙发视频，怎样变成到店客资

画面不用追求大片感，客户看完愿意来店里试坐才有用。

门店场景

门店拍一条“5000元功能沙发，三口之家怎么选”的真实体验视频

这一页只看一件事：
做完这一步，要知道下一步。

01

拍痛点

先说预算和三口家庭的使用问题

02

留入口

评论/私信只给一个预约动作

03

当日首联

问小区、空间、预算和到店时间

04

约到店

确认试坐时间与接待责任人

证据留在表单：[打开 F09 →](#)

[▶ 点击观看 \(网页跳转\)](#)

一人演客户评论，一人演店员首联；30秒内说完第一句回复。

[打开 F09 →](#)

一张产品图，只讲一个客户会在意的点

不用把样品一次拍全，先拍清一个具体使用场景。



01 | 坐感场景

先拍人会怎么坐、靠、躺，再解释为什么更方便



02 | 空间效果

画面里保留人与家具的距离感，让客户判断大小



03 | 材质细节

近景只拍一个触感或颜色，不堆参数

现在练：每人任选一张图，先说客户会问什么；再写出门店该问的一句和下一步动作。

不要讲图片好不好看。每张图只练一次“客户会问什么—员工怎么回应—表单里留什么”。

用产品照片持续讲清客户问题

一张图只讲一个问题：画面看得懂、价值说得清、客户知道怎么联系。



先说“客户会在意什么”，我再追问：“下一步应该做什么？”

01 | 画面先讲什么

先说空间或使用场景，不先报型号和价格

02 | 员工怎么讲

用“客户担心什么—这个设计怎么解决”说清价值

03 | 最后留什么

评论关键词、私信入口或到店体验的一个动作

现在练：用本店一张真实照片，按右侧三步完成一次 3 分钟讲解；讲完立即写入对应表单。

这页不要求背稿。要求每名员工用本店一张图讲出一个客户问题、一个价值点和一个下一步动作。

内容发到哪里：先按客户场景选平台，不要一条内容全网硬发

渠道不是越多越好。先选 2—3 个主渠道做完整，再根据本店客源结构增加。

抖音 同城短视频、直播、到店体验 3米客厅/旧改前后/试坐体验；视频里加城市或小区类型 官方入口 / 上线指引	视频号 老客、熟人、本地社群信任 交付回访、门店直播、老板/店长讲解；转发到客户群 官方入口 / 上线指引	小红书 风格、搭配、装修决策前种草 户型+预算+搭配；图文先给结论，再给产品证据 官方入口 / 上线指引
大众点评/美团 客户搜索、看口碑、看门店 门店实拍、服务说明、真实评价；不要把它当短视频流量池 官方入口 / 上线指引	高德地图 客户到店前找路、导航、看营业信息 门头、停车、营业时间、电话、门店照片一定补齐 官方入口 / 上线指引	朋友圈/社群 已留资与老客的持续提醒 新品、案例、活动只发给相关人；每条带一个私聊入口 官方入口 / 上线指引

选择原则：内容平台解决“看见与信任”；地图/点评解决“搜索与到店”；私域解决“持续跟进与转介绍”。

让店长写下本店未来30天只做的两个主渠道，以及每个渠道的负责人和承接动作。

[打开 F01](#)

三个短视频示范：员工看完就能照着练

分别练家具镜头、手机拍剪和直播讲解。先不讨论播放量，今天只完成一条本店作品。

家具类短视频怎么拍

 [点击观看](#)

家具门店示范·可直接练镜头 容易触达的点：

内容只围绕家具，便于员工看懂全景、中景、近景和细节怎么衔接

本店动作

选本店一款主推产品，照着镜头顺序拍一遍；不追求大片，只检查画面和产品是否讲清

5分钟学会拍摄与剪辑

 [点击观看](#)

约5分钟·
手机可完成

容易触达的点：

从准备、拍摄到剪辑的步骤完整，适合没有拍摄基础的员工

本店动作

课上只练三个动作：镜头稳定、声音清楚、删掉停顿；当天完成一条30—45秒成片

直播产品讲解怎么说

 [点击观看](#)

3分04秒·普通员工可练 容易触达的点：

按问题、产品、证据、价格和行动组织话术，适合门店做短时试播

本店动作

换成本店一款沙发或床垫，完成一轮3分钟讲解；不照抄福利和承诺

其他平台延伸检索：

抖音/小红书检索：家居改造 前后对比、3000元沙发怎么选；视频号检索：小户型客厅布局

现在完成：选一个样本，写出好风景版的标题、第一镜头和最后一句行动指令。

先看短片，再写出自己的三句：标题、第一镜头、行动指令；不允许直接抄产品、品牌或承诺。

一张产品图，也能拍成客户愿意问的问题

好风景官方产品/空间素材，用于现场练习；实际讲解以当期产品与价格文件为准。

不要先拍全景和价格牌。先拍客户能感受到的一个点：功能位怎么打开、靠背怎么调、皮布摸起来有什么不同。

练习：用这张图写出“第一镜头——句解释——句评论/私信引导”。



先说客户会关心什么，再用本店真实样品完整讲一遍。



门店内容先做到真实、清楚、能持续

真实

拍本店、本地小区、真实员工与真实交付

清楚

一条内容只解决一个问题，不堆概念

持续

固定栏目和节奏，让客户反复看到

先围绕四类客户，建立门店选题池

客户	最关心	内容方向
新房客户	风格、预算、整家效果	户型方案/搭配/预算包
旧房客户	麻烦、工期、搬运、局改	旧改诊断/前后对比/避坑
改善客户	品质、舒适、适老	材质体验/功能场景/父母房
犹豫客户	真假、价格、交付	工厂/细节/交付证据/客户口碑



每周5条内容，按固定栏目降低创作难度

周一 | 客户问题

回答一个本周高频问题

周二 | 产品细节

讲清一个功能、材料或工艺

周三 | 真实案例

用前后对比讲客户变化

周四 | 旧改/设计

给出一个户型或搭配建议

周五 | 活动/直播预告

给客户明确时间和到店理由

六类主流平台各有任务，不能把同一文案到处复制

门店先确定这条内容要做曝光、搜索、信任还是到店，再决定平台。

平台	主要任务	适合发布	内容侧重
抖音	同城发现、即时咨询	痛点短视频、前后对比、直播	3秒说结果；带城市/小区；只给一个行动
快手	本地信任、直播转化	老板/店员真人、过程、真实案例	连续人设；说人话；重评论互动和直播承接
微信视频号	熟人扩散、私域承接	服务记录、交付案例、直播预告	方便转发；讲清服务；与朋友圈、社群联动
小红书	搜索种草、方案比较	设计、配色、户型、避坑清单	标题有搜索词；封面清楚；图文信息完整
地图/本地生活	被搜索、导航到店	门店环境、地址、服务、真实评价	信息一致；图片真实；及时回复咨询和评价
朋友圈/社群/公众号	关系培育、成交推进	客户见证、活动、服务、长图长文	分层发送；先给价值；避免连续刷屏

先看内容是什么，再选择最有胜算的渠道

一条内容选择1个主平台、1—2个辅助平台；没有承接能力的平台先不发。

门店做出的内容	首选渠道	辅助渠道	发布时要改什么
强痛点、强反差、前后对比	抖音/快手	视频号	压缩开头；先给结果；加入本地信息
设计方案、配色、户型清单	小红书	视频号/公众号	增加步骤、关键词、平面图或细节图
老板/店员真人讲解	快手/视频号	抖音	保留真实表达；一条只讲一个问题
交付过程、客户见证	视频号/朋友圈	抖音/小红书	确认授权；突出服务节点和真实证据
门店环境、地址、到店服务	地图/本地生活	视频号/朋友圈	地址电话一致；展示停车、营业时间、服务范围
限时活动、直播预约	抖音/视频号直播	社群/朋友圈	明确时间、适合谁、权益边界和预约动作



一份真实素材，按平台改成六个版本

不用拍六遍，但标题、时长和客户动作要按平台调整。

抖音版

30—60秒：痛点开头+现场证据+私信/预约

视频号版

60—90秒：案例完整、适合员工和老客户转发

地图/本地生活版

更新门店、案例和服务照片，补齐地址与营业信息

快手版

保留人物和过程：讲清为什么这样做

小红书版

6—9张图或短视频：步骤、清单、关键词更完整

私域版

3张图+一段本人观点，只发给匹配客户或社群



每条内容发布前，用五步确定平台和版本

选择结果记录到F03“发布平台”，发布后按渠道分别复盘。

- 01 定任务**
这条内容主要负责曝光、搜索、建立信任还是预约到店
- 02 看素材**
判断是强视频、强图片、强人物、强案例还是强位置
- 03 看门店**
确认谁能回复、谁能直播、谁能持续更新，不能承接就不铺平台
- 04 选组合**
确定1个主平台和1—2个辅助平台，再分别改标题、时长和行动
- 05 记结果**
在F03记录平台、发布时间、承接动作和有效咨询，周复盘去留

现场完成后，把结果和下一步写入对应表单。

[打开 F03 拍摄发布检查表 →](#)

平台规则不同，发布前必须逐项检查

规则会调整，以各平台最新官方规则和企业号权限为准。

平台	重点检查	不要这样做	门店动作
抖音/快手	价格、功效、品牌授权、直播口径	虚构优惠、绝对承诺、搬运他人素材	价格有依据；素材可追溯；直播前统一话术
视频号/微信	客户授权、群发频率、链接与二维码	泄露客户信息、无差别反复推送	按客户阶段分层发送；保留授权记录
小红书	企业身份、营销信息、站外引导、原创	伪装体验、硬广刷屏、违规留联系方式	发布前检查企业号可用能力和社区规范
地图/本地生活	地址、电话、营业时间、评价真实性	虚假地址、刷评、夸大服务范围	每月核对信息；真实回复好评和差评
全部平台	客户隐私、音乐/图片版权、未成年人	未经同意露脸、使用无权素材	客户素材先授权；敏感信息遮挡；建立素材台账



一条短视频只用四段式脚本

- 01 3秒钩子**
直接说城市、户型或痛点：××小区旧房别急着全拆
- 02 问题**
说明客户为什么会吃亏、麻烦或后悔
- 03 证据**
用现场、产品细节、图纸或案例证明
- 04 行动**
评论户型/私信小区/预约旧房诊断



拍摄前10分钟，把这五样东西准备齐

人物

谁出镜、谁拍、谁补充

脚本

打印或放在提词器，只保留关键词

授权

客户家、客户形象、施工现场先取得同意

地点

展厅/样板间/客户现场先清杂物

镜头表

全景、中景、近景、细节、结果

手机拍摄做到四个合格，就能交付

项目	合格线	常见错误
画面	横平竖直、主体清楚	乱晃、逆光、背景杂
声音	人声清晰、环境可控	距离远、风噪大、音乐盖人声
镜头	每个镜头3—5秒	一个长镜头从头拍到尾
光线	面部和产品细节可见	顶光重、色温混乱



剪辑只做六步，不要用特效掩盖内容

- | | | |
|----|---|-------------------|
| 01 | 删 | 删除停顿、重复和无关镜头 |
| 02 | 排 | 按钩子—问题—证据—行动排序 |
| 03 | 配 | 补充产品细节、现场和前后对比画面 |
| 04 | 字 | 加大字幕，关键词换色但不过度 |
| 05 | 声 | 人声优先，背景音乐控制音量 |
| 06 | 封 | 封面写城市+问题+结果，不写空口号 |



标题和文案必须让本地客户一眼知道与自己有关

本地词

城市、区县、小区、户型、面积

问题词

旧房、收纳、客厅、父母房、预算

结果词

省空间、好打理、少返工、如期交付

行动词

评论户型、私信小区、预约到店/上门



四种可直接套用的内容模板

旧改诊断

“这个客厅不是小，是动线被堵住了……”

设计讲解

“这套配色为什么耐看？主色只占……”

产品证据

“同样是沙发，坐感差别看这三个位置……”

交付记录

“从下单到安装，我们做了哪五次确认……”



一场直播分成播前、播中、播后三段





直播间只设一个主任务

主任务

预约到店或预约上门，二选一

主权益

旧房诊断/户型建议/到店体验，选择低门槛服务

主产品

用1—3个场景产品讲价值，不报一长串SKU

主互动

让客户说城市、小区、户型和问题



内容复盘看结果，不迷信播放量

信号	说明	下一步
播放高、咨询低	话题热但购买意图弱	加强本地场景与行动
播放低、咨询高	精准内容，值得持续	做同主题系列
停留低	开头慢或画面不清	重写3秒钩子
私信多、加微少	承接话术弱	明确服务和下一步



内容合规和客户授权是发布前最后一关

不承诺

不使用绝对化、无法兑现的效果和价格承诺

不泄露

客户姓名、电话、门牌、订单信息先遮挡

有授权

客户家、客户声音与形象保留书面/聊天授权

可追溯

素材、脚本、发布时间和负责人统一归档



现场打开工具，记录一条真实工作

先看填写范例，再录入本店正在推进的客户、项目或任务。

F01 内容选题库

[打开 →](#)

F02 短视频脚本与分镜

[打开 →](#)

F03 拍摄发布检查表

[打开 →](#)

F04 直播排期与复盘

[打开 →](#)

F39 A3问题改善单

[打开 →](#)

一条有效记录至少包括：负责人、当前结果、下一步和完成日期。

请两位同事说出自己的记录，店长当场判断能不能执行。



现在练：用本店真实情况做一次

动作做对、记录写清、没有违规承诺，就可以回店试做。

01 脚本演练

从本店一个客户问题写出四段式脚本

02 渠道匹配

拿3条本店素材，分别确定主平台、辅助平台和修改点

03 拍摄演练

用手机拍齐全景、中景、近景和细节

04 直播演练

完成15分钟循环并引导客户预约

每组结束后，讲一项做得好的地方，再指出一项需要重做的动作。



回店后7天要做完什么

第7天由店长检查结果。没有完成的，说明原因并安排补做。

- 01 第1天 建立30个本地选题，确定本店1主2辅平台
- 02 第2—3天 完成5条脚本，集中拍摄并拆成平台版本
- 03 第4—5天 在主平台发布3条，辅助平台发布适配版本
- 04 第6天 完成1场60分钟直播并承接咨询
- 05 第7天 分平台复盘有效咨询，保留2个有效组合

离场前写清负责人、每天完成数量、检查人和检查时间。