

新媒体文案策划案例(汇总8篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

新媒体文案策划案例篇一

把文字稿本写出的画面意义，分为若干个镜头、镜头组去表现。

2、分镜头的依据

- 1、依据视觉心理的规律怎样看得更清楚被摄对象的心理活动。
- 2、依据蒙太奇组接的原理运用蒙太奇手法去进行组接。

3、什么是分镜头稿本：

以文字稿本为基础，将文字稿本中的内容改编(分解)成一个个可供拍摄的镜头，以及把它们组成镜头组，这个工作称为“分镜头”。由分镜头组成的稿本称为“分镜头稿本”。

4、分镜头稿本的主要内容有：

1. 将文字稿本的画面内容分解成一个个可供拍摄的镜头；
2. 把镜头组成镜头组，并说明组接的技巧；
3. 确定相应镜头组的解说词；
4. 确定相应镜头组或段落的音响效果与音乐

5、镜头与镜头组

“一个镜头”——是摄像机从开机到停止所拍下来的一段连续画面。镜头不管是长是短，它是构成片子的最基本的单位，相当于“词”。长镜头——增加真实感。短镜头——会加快节奏，调节气氛。

镜头组由若干个镜头组合起来的片段，相当于“句子”，有一个完整的意思。由若干个镜头组去构成影视的段落，再由若干个段落则构成一部完整的作品。

6、镜头的类别

(一)根据视觉距离的不同，形成不同的景别。可分为：远景、全景、中景、近景、特写等。

(二)根据摄像机镜头运动方式不同，有不同拍摄技巧的镜头：推、拉、摇、移、跟、甩、升、降等。

(三)根据表现方式不同，可分为主观镜头和客观镜头。

(四)根据拍摄角度不同，有仰拍、平拍和俯拍的镜头。

(五)根据镜头的时间长短，可分为长镜头和短镜头。

(六)画面中没有人物，只拍自然景色的“空镜头”。

7、摄像机在运动中进行拍摄。其运动分为三种：

第一种是镜头焦距的变动，变动镜头焦距拍摄的镜头有推、拉镜头；

第二种是镜头光轴(也可理解为镜头方向)的变动，变动镜头光轴拍摄的镜头称为摇镜头；第三种是移动机位，移动机位拍摄的镜头有移动镜头、跟镜头。

运动镜头一般是由三部分构成的——起幅、运动、落幅

8蒙太奇的含义

“蒙太奇”是法语“montage”的译音，原是建筑学上的用语，是“装配”、“构成”的意思，即把各种建筑材料、构件安装装配起来，构成一个完整的建筑物。“蒙太奇”的术语引申到影视创作中，最基本的含义是剪辑和组合的意思。也是影视艺术构成形式和构成方法的总称。前苏联电影大师库里肖夫指出“把动作的各个镜头在一定顺序下连接(装配)成一个完整的艺术作品，这就叫“蒙太奇”。

9、蒙太奇的三层意思：

- 1、作为影视反映现实的艺术方法，即独特的形象思维方法，蒙太奇思维和蒙太奇原理。
- 2、作为影视的基本结构手段、叙述方式。包括分镜头和镜头、场面、段落的安排与组的全部艺术技巧。

新媒体文案策划案例篇二

1. 上传照片抽奖

品牌：乐事

行业领域：食品

活动奖品：大众点评免费品尝券/用餐抵用券

活动机制：

1) 关注【乐事】官方公众号

3) 上传你与美食的照片，测试颜值数后，参与抽奖

活动效果：

适合拥有一定的粉丝数目，采用上传照片的互动模式，维系与老粉丝的关系

2. 上传图文抽奖

品牌：九阳厨房电器

行业领域：电器

活动奖品：壁料理机/豆浆机/空气炸锅

活动机制：

1) 将爱的宣言+爱的照片在朋友圈@ta[]截图发至官微

2) 选择10名幸运儿，奖励最有爱的人

活动效果：

适合拥有一定的粉丝数目，采用图文互动并转发朋友圈方式，直接扩大活动影响力

3. 上传语音抽奖

品牌：希思黎

行业领域：化妆品

活动奖品：法国希思黎黑玫瑰珍宠滋养精华油体验装

活动机制：

新媒体文案策划案例篇三

最近在某信公众号上看到一个叫“百天进步计划”的活动！

主要是100天，2万人一起读完3本英文原著。

每天花10分钟读英文，有打卡、有日签、有一对一英文指导、有奖励、有社群陪伴等等。

它的逻辑非常清晰，一条一条的递进式推进，每个点都有得可说。

这里给大家简单拆解浅析一下。

首先，一进入这个产品介绍页，直接就点明了活动主题的相关信息，既说出了活动核心价值点，又给出了关键性背书，提高用户兴趣。

而在“学什么”这个版块，我比较喜欢“100年内被超过5亿人检验过阅读价值的书单”这样的表达方式。

这个类似于一句slogan，精简又直接，“100年”、“5亿人”，时间和口碑都经得起考验，有很强烈的社会认同暗示。

这是一种降低损失的自我暗示：如果不从众，感觉会损失什么。比如就餐时，大家都会认为门店外排队长的肯定好吃，纸质书的“畅销多少万册”会让你更愿意掏钱。

道理是一样的。

接着，是这个书单制定的规范性和专业教研团队介绍。

看到这马上就会觉得这个书单很专业，团队不是哥伦比亚大学就是剑桥大学，还特别加红了剑桥大学，这也是一种心理

暗示，马上会让人感觉很权威。

这也就是我们常说的权威转嫁。

新媒体文案策划案例篇四

新媒体最基础的工作就是输出有价值的新媒体文案，但是怎样才能现在大量的内容中脱颖而出，对用户产生吸引力是每个都在不断思考的问题。

今天给大家分享新媒体运营10w+技巧攻略的三个撰写新媒体文案的思路，希望能给大家有所启示。

1、借鉴

在没有思路的时候，可以通过借鉴的方式去进行 的撰写，通过大量的阅读，积累素材，了解生活和工作中发生的各种消息，进行素材库的构建，通过量变来达到质变。很多的都会通过这种方式来寻找 输出的方向，从积累的素材库中寻找，直接调用合适的内容，不必在浪费大量的时间去寻找，有效的提升了工作效率。

好的思路一般都会需要外物的来产光一闪，需要有一定的实际和理论基础。所以在日常生活和工作中要学会多借鉴，积累素材。

2、转化

通过借鉴，大量的阅读，素材的积累，将素材内容进行分类和统计，找出其中的逻辑，总结规律，寻求本质，转化成适合自己使用的东西或思路。

3□

通过 现有的实际情况，将事物互相连接，然后重组。比如可以结合产品、服务、用户，也可以结合任何在借鉴的过程中发现的新元素。

想要有创意、有想法、多思路，技巧只是辅助，每个人的认知都是基于过往所有的经验和知识积累，所以长时间的大量积累是一个必然的条件，对于任何行业来说都是需要做好的前提。

- end -

以上就是与优秀新媒体文案范文相关内容，是关于素材的分享。看完新媒体文案范例后，希望这对大家有所帮助！

新媒体文案策划案例篇五

这个建议说起来简单，就象小学生功课一样，其实极考文案功力和所下的实际功夫，最后作品好不好，全看这几个点到不到位。其实是最艰难的功课。

最近就有这么一个案子，拿来与大家研究：

我们在做一个顶级时尚购物商场的平面广告，客户的要求是要表现出极其卓越的时尚生活购物感受。由于这个要求有点象中兴百货，我们的创意人当然会很有兴致并有野心超越意识形态，但实际做起来全然失控，怎么做都象中兴百货广告的低等翻版。

于是，我要求创意人暂不管创意，先去做功课，将要表现的概念列出来，并给概念找出为什么该购物中心能这样表达的三个最重要理由。

概念列出来，都是绝对、极至、欲望、快乐等中兴百货广告用过的东西，这已经很大问题，想不出暂且不管，那就找支

特点吧。这一下就更看出问题来了。

文案交给我的支持点是：东西好，购物环境好。怎么好？回答是灯光，气氛等。再具体些，想不出来，或者就是干巴巴的。

等到文案写出来，清一色谈概念，和产品本身的联系非常弱，不实在，不打动人，全是将中兴百货的某种东西翻了版又说不出自己的东西，除了形容词用得比意识形态多之外，除了空洞，还是空洞。

问题出在，如果要找理由，绝对不能只是“购物环境好”，或者“灯光、气氛什么的”，这样挖不出产品真正独特的特色体验，对消费者的洞察也不足，最后的概念只能是拾人牙慧。

怎么挖下去呢？必须去分析这个商场的实际情况，它卖的全是国际顶尖品牌，而且都是专卖店形式，相邻的两家百货公司则产品高低档次不等，而且总是人潮涌涌，缺少个人空间，相反我们的商场购物空间非常个人化。

怎样去描述呢？至少要这样：“这里有真正属于你个人的私隐性购物空间，你甚至可以独享。”至少，找到这一点，就可以做出真正体现商场真正特色的文案，和中兴百货的不同也出来了。其他两点，可以继续这样找出来，除了环境，我们还可以谈卖的品牌，顾客得到的服务等，但都必须挖出真正的体验，并用简炼的文字表达出来。这些理由是想象的基础，如果能找到更独特的真实理由，那广告还可以更好。

下面再抄录一段实例——

睿智moto□的五大理由)

* 智能语音识别 完美人机对话

- * 超长影音录放 尽兴时刻全情记录
- * 手写输入连笔草书识别 聪慧灵巧更迅捷
- * 超级内存 超强应用
- * 强大数据传输 多快好省样样全

以上的内容就是从印刷品广告上抄录回来的，非常简洁，将产品功能点和消费者利益点前后列明，这正是一个广告文案应该做的工作。再次强调，别以为小儿科，你真的认真去做，就明白做到睿智moto这样已经很不容易！

新媒体文案策划案例篇六

也就是大家常说的选题。

其实我们在工作中选题的确定往往不是由我们自主决定的。要么企业规定、要么跟着活动、要么团队商讨决定...

如果选题是你的难题，你可以先把你所能想到的选题写下来，最少写10个（据说咪蒙团队是最少50个），以投票的形式发到你的粉丝群/朋友圈或者团队里，让他们投票选择，然后考虑选择票数最多的那几个。

选题必要的4个准则：

我们写的文章能不能为粉丝带来价值：知识价值、情感价值、资讯价值？有价值的文章更容易获得读者关注和认同。

考虑完以上3个准则，如果还有几个选题可选，请写你最拿手的那个，更有把握，更有话可说，更容易写出真情实感与读者共鸣。

新媒体文案策划案例篇七

20xx年9月2日-9日

商务英语学院全体在校学生

以自愿报名为主，吃苦耐劳、乐于奉献、热情大方，有志愿者经历或曾担任团学干部、干事者优先。

（一）宣传报名

- 1、以短信形式通知各班班长，在各班做出口头宣传。
- 2、将报名表（详见附表一）挂至辅导员及各班长空间，有兴趣的同学自行前去下载并打印填写，填写后上交班长，班长于9月4日前将报名表交至辅导员处。
- 4、报名时间：9月2日-3日

（二）选拔审核

- 1、时间：9月4日
- 2、地点□b栋602会议室
- 3、由辅导员和学生会干部对面试人员的报名表进行审核，审核结束后确定入选同学名单，短信或电话通知入选同学并制作入选同学的信息电子档案。

（三）公示

9月5日张榜公示入选志愿者名单

（四）志愿者培训

9月5日-9日对志愿者进行集中培训

新媒体文案策划案例篇八

创意目的：突出跑车的吸引力，即使被裹上了黑布也无法挡住跑车的光芒。

广告内容：

画面一：一个男子走进了一家卖音乐cd的音像店。音像店里正在播放一首优美的女声歌曲，男子伴着音乐轻盈地走在店里挑选cd.突然，音乐里没有了女声，只有伴奏带的声音。店里的人都发现了这一点，转过头看着店主。

画面二：店主一脸茫然的拿出了那张cd,换了另一张进去，音乐又响起来，也是一个女声唱的歌曲。

画面三：一切又恢复了正常，大家又享受着音乐挑选着自己的cd突然，音乐里的女声又消失了，只剩下伴奏声。老板被弄得很莫名其妙，他又换了另一张cd同样是女声，过了一会儿，同样的事情又发生了。

画面四：第一个画面中走进音像店的那个男子突然明白了什么似的，冲出了商店，来到了停在商店门口的一辆裹着黑色油布的小车前，他打开了车门，里面出现了三个美女，这三个美女正是刚才那三张cd音乐里的歌手。三个美女都笑着看着他。

画面五：他笑着摇摇头，一只手潇洒的掀掉了盖在车上的油布，一辆华丽的xx牌跑车出现在了画面里。他上车发动了车子。

画面六：镜头里那辆载着三个女歌手的轿车越开越远。

画外音：跑车，遮不住的光芒。