

南阳主播培训,网红主播培训机构,直播带货培训-报名在线

产品名称	南阳主播培训,网红主播培训机构,直播带货培训-报名在线
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	2500.00/期
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

南阳企常青是一家新电商创业孵化基地，集短视频拍摄、直播培训、货源展示、电商选品、网红孵化、仓储物流、新电商创业为一体的一站式综合性产业化服务平台。

针对目前豫西南市场新电商人才稀缺痛点，基地引进强大的新电商版块专业师资，开设了直播带货和短视频带货两大课程体系，内容如下：

一、定位 二、运营 三、内容 四、拍摄 五、剪辑 六、变现 七、直播

学员可根据自己的需求选择相应的课程。我们将从Zui基础、Zui关键、Zui核心、Zui实用的切入，教学实操相结合，让大家快速上车。

直播手册

观点：直播的目的不是销售商品，而是通过直播吸引粉丝构建店铺发展的持续动力。展示的不是商品，而是主播的品味。主播的重点工作是利用好直播工具宣传良好的搭配技巧及时尚观点来引导潮流，吸引粉丝持续关注，换言之是粉丝运营。在直播过程中切勿过度宣传商品，而应该宣传主播的时尚特质。

一、直播准备工作

1.时间选择

根据淘宝流量数据，早上10-11点、晚上20-22点为流量高峰期，直播应该在此时间段。若直播时间无法发生在此时间段内，应该将预热时间安排在此时间段。预热时间不宜过长，30分钟-60分钟为佳。否则前期积累的客户容易流失。

2.商品准备

在直播前，尽量将即将主要推荐的商品信息和价格信息掌握，根据商品属性，提前制定商品价格并生成相应的商品链接。

二、直播预热

预热分为前期预热和播前预热。前期预热是指通过微博、微信、短信及店铺等方式将直播信息传达给顾客。播前预热是指在播放前一个小时内预热。

1.前期预热各方式建议

预热渠道

预热时间安排

预热内容安排

微博

滚动直播，可采取每日提醒一遍的方式

除了简单直播信息以外，还可在微博做直播品牌、品类调研，提高粉丝参与度。

微信

直播前15分钟

通知微信好友前去围观

短信

店铺

直播前2-3天开始预热

1.客服话术

2.店铺banner广告

2.播前预热

播前预热应该以与粉丝娱乐互动为主，可以设计一些营销类型的活动。可采取的活动如下：

（1）优惠券

在预热期间，发放1分钱抵10元或者其他金额的优惠券。正式开始直播后优惠券链接下架。客服根据拍下优惠券的信息，将优惠券发放到顾客淘宝账号。优惠券发放金额与直播产品特性有关。货值越高，优惠券金额越高。

（2）礼品

赠送小礼品的方式可以多样化。例如，采用与发放优惠券相似的方案将优惠券替换为小礼品；回答问题

赠送小礼品；加微博领取小礼物等。

三、直播过程

1.直播人员安排

在直播过程中应该重点展示商品，共需要2名助理，分别是1名屏幕助理，1名客服助理。

相应工作人员的责任为：

屏幕助理：主要在淘宝直播屏幕提供服务，包括但不限于回复屏幕上顾客的问题、帮助直播发布相关信息、引导粉丝进行关注操作等。此外，还需要将商品信息（价格、材质等）发送给客服助理，同时，将客服的信息反馈给主播。屏幕主播必须将直播过程中的每一款都截屏下来发给客服助理。

客服助理：回答顾客对商品的提问，并引导顾客下单。

2.主播直播技巧

（1）提前设计好直播路径，直播过程不走回头路。

例如，outlet直播可按照清仓区，新款区等区域逐个区直播，直播过程中不返回介绍直播过的商品。主播将每个区域的折扣等商品信息高速屏幕助理，屏幕助理帮助主播在直播过程中介绍价格及宣传该区域的产品特点。屏幕主播在主播介绍完毕一个产品后截屏，并将产品信息传送给客服助理。若粉丝询问其他直播过区域的情况，屏幕助理及主播应该引导粉丝咨询客服助理。

（2）注重产品，深入展示。

直播过程中，主播应该选择具有卖点的商品详细介绍，尽量展示商品的细节，今后可将该视频放到商品详情页以宣传产品。在展示商品的时候，应该展示商品的货号信息，方便客服助理在网上搜寻信息。

（3）引导粉丝关注，提高人气。

在直播过程中，应提醒顾客关注微博或者直播账号。

（4）主动与粉丝互动，提高忠诚度。

在直播过程中，应时刻关注粉丝的问题。除了屏幕主播回答粉丝的问题外。主播也应该在适当的时候对粉丝的问题进行响应。

四、直播后期维护

直播积累的淘宝粉丝应尽量引导到微博和微信，甚至微信公众号。

建议微博和微信公众号。微信公众号比较好管理，也能够容纳足够多粉丝。

微博方面：将录制视频切成片段，并在直播后发布，方便顾客查看（微博有上传视频功能）。也可以将采购商品拍摄图片，发布于微博。

微信公众号方面：一周发布一次直播商品集锦，引导微信顾客微店下单。

Tips：

1.在预热前应印刷印有微博账号的标签放置在易于看到的位置。例如，扇子、饰品等定制品上。初期可以印在纸上。

2.给屏幕助理配置平板电脑及蓝牙键盘。

3.注册直播客服号。

4.直播展示的款式上限为50。

5.直播购买的商品不提供无理由退换货服务。

6.如果提前没有具体的商品信息。可以拟定计算公式。

例如轻奢箱包，Coach和MK等为税前价格*10。针对大包，

该价格可提供直邮服务；手腕包等低金额商品只能中转。化妆品类应该提前计算价格。服装类一律中转，价格为商品价格*10+国内运费。每次直播之前应重点讨论商品定价问题。

7.直播至少提前2-3天确定直播商品的内容、预热方案等。建议形成书面材料讨论。

8.建议一周一次采购现场直播，N次非采购现场直播。非采购现场直播可以随时开始。

9.使用合适的视频录制软件，在直播之后，美工对视频进行剪辑处理。形成各商品的展示视频。

10.主播身上穿戴的配饰也可以作为营销亮点，例如口红配饰。

近期企常青会邀请资深媒体人、高一级讲师、抖音达人等分期开展直播带货培训。以实际操作+理论讲座+一对一指导+直播基地参观学习的方式对商户进行抖音、快手、拼多多、淘宝、微信等平台直播带货技巧培训。