

抖音服饰行业直播间投放引流怎么做

| | |
|------|----------------------------------|
| 产品名称 | 抖音服饰行业直播间投放引流怎么做 |
| 公司名称 | 佛山市微禾网络科技有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 佛山市禅城区张槎古新路南新创业园E区南座3楼301室(住所申报) |
| 联系电话 | 17576014848 |

产品详情

抖音服饰行业直播间投放引流怎么做

抖音直播间投放引流是越来越多的行业尝试加入了，其中包含有电商、教育、旅游、家居以及本地门店的引流，很多行业尝试做引流都取得了不错的效果。抖音直播间投放引流主要是帮商家把直播间推广到抖音推荐流以及开屏广告，以获得更多的公域流量粉丝的关注，给抖音直播间带来更多的观看人数。

本篇案例带来的是关于服饰行业的案例，广告主是某男装品牌店铺和某运动用品店铺通过抖音直播间投放引流的案例，

商家典型案例

Case1：自播券+双向促进转化

商家画像：某男装品牌店铺

主营类目：男士服装

商家基础信息：

月销售金额处于行业内中腰水平

运营团队4-6人

抖音侧与线下门店商品保持一致

直播打法：

直播基础信息：每日循环自播(官号93w粉丝)，平均观看人数700

营销工具玩法：投放feed流来给直播间引流，营销工具促进直播间转化

营销工具使用效果

使用优惠券的订单流水占比全店61%左右

直播数据：8月环比7月，优惠券成本增加3w，优惠券带来的GMV增长48w，整体GMV8月较7月增长110%

营销工具使用方式：

工具组合：券+

使用方式：每场直播购物车内的所有商品都按直播时长设置(限时特卖)，营造直播期间商品全部限时优惠的氛围，开播时手动触发全店无门槛优惠券在讲解过程中间歇性指导用户如何领取使用，每个进入直播间的用户可直接看到左上角弹窗。

其他小技巧：

口播介绍日常价格及优惠后价格差距

引导已购买用户发评论提示剩余用户库存不足

主播手把手演示指导用户下单操作

下单用户截屏抽奖免单的形式进一步营造直播间福利氛围

Case2：自播券打造爆品

商家画像：某运动用品店铺

商家主营：运动周边

运营团队2-4人

主营抖音平台店铺，所有类型的商品均在抖音发售

直播基础信息：每日循环自播(官号143w粉丝)平均观看人数4500

营销工具玩法：自播，通过营销工具的视觉效果及优惠力度使自家店铺商品脱颖而出

使用优惠券的订单流水占比全店48%左右

单场直播数据：8月环比7月，整体GMV增长32%

工具组合：优惠券

使用方式：对冲销量或重点推广的个别商品，配置全网自动推广类型优惠券，用户在直播间小黄车中点击【领券购买】可自动领券并进入结算页面。其余商品不做营销推广，通过对比凸显示出重点推广商品的优惠力度。在商品名称下配置“限时领券”的文案，促进用户下单转化。

