

抖店直播代运营电话？抖音店铺直播代运营电话？

产品名称	抖店直播代运营电话？抖音店铺直播代运营电话？
公司名称	杭州北抖星网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市西湖区西湖广告大厦A1幢3楼
联系电话	18989452098 13605817015

产品详情

抖音直播的风浪一波又一波，无数人涌进直播间又被淹没，还有一批人徘徊在直播门外，想进却不知道怎么进，因为不知道抖音直播带货怎么做！抖音直播带货运营需要了解什么？

本文通过对直播前、直播中、直播后三个阶段的具体运营工作，进行了详细的细节梳理和运营要点划分。

纯干货！

一、直播前

前期的筹备工作非常重要，是正常进行抖音直播带货的前提。

1. 开通抖音直播带货功能

想要在抖音直播间带货，先得开通抖音直播带货功能，才能在直播间添加购物车售卖商品。

那么，抖音直播带货功能怎么开通呢？

第一步：进入我的个人主页，找到【创作者服务中心】，如下图，进入后，在【变现能力】板块中，点击【商品分享】的图标进入商品橱窗的页面。

第二步：如下图我们可以看到，商品分享权限中显示，可在视频/直播中添加商品分享，意思就是，开通商品橱窗功能后，我们就能够在直播间添加商品。

但是商品橱窗分享功能需要满足3个条件：

完成实名认证

个人主页视频数（公开且通过审核） 10条

账号粉丝量（绑定第三方粉丝量不计数） 1000条

2.直播团队组建

主播2~3位

分别为:主播、副播、助播

主播:主要活动介绍、介绍产品、统筹全场、粉丝互动;

副播:带动气氛、介绍促销活动、提醒活动、卖点提醒、引导关注;

助播:实时了解销售额、订单数、提醒主播,画外音互动

门店导购或店长2位

导购或店长:主要辅助主播介绍产品特性、特点、种草产品同时协助主播与用户互动;

场控1位

场控:负责现场产品秒杀改价、库存核对、活动优惠设置、小店后台设置、PC直播端产品讲解配合;

运营1人

运营:主要负责视频、直播数据运营、推广等,视频拍摄创意;

拍摄剪辑1人

拍摄剪辑:负责直播前,视频拍摄及剪辑工作;

客服及售后2人

客服及售后:负责直播过程中客户售后问题、尺码解答、售前咨询等;

以上为算是高标的人员配置,如有条件,商家直播可进行以上人员配置的团队组建,这样才能发挥更大效果。

如果条件有限,也可以按照最低配置来进行人员安排,最低配置为主播1名,直播运营1名。

3.选品

直播商品价格通常区别于正常售价,直播产品组合结构也很重要,通常分为:引流款、利润款与品牌款(标品、非标品)3类。

引流款:像是秒杀福利之类的品类,一般指价格低至1元、甚至0元的产品,目的是帮助直播间拉新,不存在盈利。

利润款：这类产品以盈利为出发点，价格较高，利润也高。

标品：具有统一市场标准的产品，价格透明，比如手机、电脑、家电等都属于标品。

非标品：没有明确规格和型号的产品，比如女装、女鞋等，因为产品款式、创意、服务、质量不一样，价格差距大。

多种产品结合，方能扩大受众，同时提高销量和利润，毕竟单一的产品受众窄，而且利润有限，也不利于直播间流量的维持和增长。

4.策划抖音直播脚本

策划抖音直播脚本的目的在于，让直播按照我们设定的脚本流程走，避免直播过程中出现不必要的错误。

那么，抖音直播带货脚本中需要准备哪些内容？

直播时间与时长：根据团队计划保证直播频率的稳定，并提前做直播宣传计划，让粉丝和观众知道直播时间。

直播内容模块：根据直播主题，以10分钟/30分钟/1小时分配时间段，确定直播内容模块。

预算和玩法：单场直播成本的预算，根据自身条件与预算计划好本次直播的玩法。

5.直播预告

直播预告也就是直播间引流，目前直播间引流手段主要有：

账号昵称：直播前添加直播时间预告，

短视频预热：提前2小时发；

6.抖音直播间打造

一个优质的直播间和一个热情干净的主播，一定程度上能够留住进入直播间的观众，所以直播场地设备和主播的状态很重要。

直播环境干净整洁，光线明亮但不能过度曝光。

直播信号要稳定，直播手机配置要高，画面清晰不模糊，选择合适的声卡和耳麦，提升直播声音效果。

主播的妆容尽量干净自然，和背景及服装造型保持一致。

主播要有饱满的热情和精神状态，讲话时口齿清晰，表达流畅。

二、直播中

1.直播过程循环强调以下因素,引户关注、评论。

贯穿整场直播,每xx分钟进行简单循环,需要流程化、标准化设计。

互动话术:增加主动性互动引导、话题引导、关注引导,话术需要简单循环、增加疑问句的口头禅,尽量选择疑问句,冬季有没有皮肤干的问题?

发红包:红包还有几分钟就发出了,还有几分钟开抢;

促单话术:一定要买,手速一定要快,慢了就抢不到;

循环提示话术:宝宝们,原价999的粉水,今天直播间只需要xxx元..

2.助理工作

全程观看直播情况,确保用户端观看正常,需要关注的点包括但不限于:上述直播场景包含全部的重点,尤其重点确认收音、网络、灯光等基本点。

需要与主播分工明确,比如主播讲商品,助理循环提示关注主播;

需及时提醒主播节奏,相关产品情况及时配合;

主播空档时候,助理就需要出来说话,避免冷场;

时刻提醒观众去关注主播;

直播间改价格;

直播内容合规:提前了解直播规范,确保直播过程中话术符合直播规范;

3.直播中运营操作

商品秒杀玩法:增加改价环节,提升粉丝转化。

确保商品已经添加到小店,已经在抖音app添加到橱窗。

直接使用改价/改库存方式实现秒杀:直播过程中,在小店后台的商品价格进行改价/改库存,实现秒杀。

商家——小店后台使用限时秒杀活动:提前设置秒杀活动,在直播过程中,添加商品进去。

多准备一些性价比高,有噱头,粉丝感兴趣的奖品,以送福利的方式或者抽奖的方式送给观众。

直播间控评:提前设置管理员,敏感词提前设置屏蔽。

4.及时引导和答疑解惑

在直播间,为了让用户能够更清晰的了解产品的功效,我们需要反复的展示商品的尺寸、口味、效果、亮点等,但与此同时,也常常会有人重复问相同的问题。

这个时候,你一定要及时的答疑解惑,并顺势引导用户下单。你要告诉他怎么下单,怎么参加活动更优惠,提升用户的购物体验。

三、直播后

1.按时发货及处理售后如果没有按时发货，可能会收到平台处罚。详细处罚标准可以参考《小店虚假发货处理标准》。

2.二次沉淀推广可将直播的业绩数据、精彩花絮等做成视频,发到抖音、朋友圈、社群等进行二次宣传。

3.数据复盘关于如何复盘，在前期的推文中详细给大家介绍和分享，不清楚的话，可以找来看看。

以上就是2020年最新抖音直播带货运营手册，不管你是新手还是老手，直播前、中、后都可以对照这份手册躬身自省，不断总结、优化直播流程。