

0粉丝能直播带货吗？ | 抖音电商全流程实战操作指南

产品名称	0粉丝能直播带货吗？ 抖音电商全流程实战操作指南
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

今天和大家聊聊短视频这个话题，自从我们做直播带货以来，短视频这个流量入口给我们直播间贡献了大量的销售额，流量精准且免费。你可能会问，直接直播，不发短视频，能不能带货呢？能！很多账号一条短视频也没发，直播间照样几千人在线，卖货也很猛。因为咱们做直播，流量来源最大的两个入口就是直播推荐和短视频，那种账号是专门做直播推荐的流量，但如果你想要长期稳定的去做直播带货，那短视频肯定要做的，两条腿走路，走得更远！当然，你也别把短视频想得太复杂，我们做直播带货，无需像搞娱乐账号那样，花里胡哨的拍段子，我们做的是电商短视频。本文大纲如下：一、建立认知：误区：“做带货，要先涨粉再直播”认知：短视频和直播间流量互通原理分类：电商短视频的三种类型盘点定位：做好人设定位，规划内容路线二、实操方法：1.学会选题，持续提升内容生产力2.脚本策划，拍摄脚本6步法3.拍摄剪辑，基础必备技能三、运营指南：1.视频发布前的注意事项2.DOU+投放实操技巧3.常见运营问题 建立认知 1、误区：“做带货，要先涨粉再直播”很多人都有这样的一个思维误区，认为做直播前得先涨粉，特别是实体转型的一些商家，作为一个过来人，我可以肯定的告诉你，不需要！我们做直播带货，并不是一定要积累多少粉丝才能带货的，0粉就可以开播，一般是直播和短视频同步进行，我们打的是电商标签，不是为了涨粉而拍一些段子，这样就算你涨了几十万的粉，也没法变现，因为人群标签不精准。这里需要先扭正一下你的思维，粉丝并不那么重要！你可以换位思考一下，你关注了这么多大V，每次打开抖音都会再去看一遍他们吗？大概率是不会的吧，抖音是属于公域流量，你的粉丝不属于你，属于抖音。但为啥没有粉丝也可以直播呢？直播间的流量从哪里来呢？因为短视频和直播是两个不同的权重体系，现在抖音大力发展电商，直播间的流量来源主要还是直播推荐，也就是大家刷抖音，刷着刷着突然刷到的一个直播间，这样的样式，就是直播推荐，所以哪怕0粉丝，照样能够开播带货。2、认知：短视频和直播间流量互通原理 你有没有发现，有的短视频内容非常简单，量也不高，但播放量却惊人？比如我们账号的这个视频：看完以后是不是感觉内容挺简单的，从一个刷抖音的用户角度来看，这样的视频根本不具备热门视频的条件！但，这条视频总播放量122w，当天直播卖了7000多双视频中提到的拖鞋，销售额11万！视频爆了之后，我们照着这个视频反复改编剪辑，又通过软件，反复连怼N次这个视频，基本上每个视频都是1w以上的播放，不断的给我们直播间带来大量的精准流量。为什么这样一个简单的短视频会有这么高的播放量呢？这就是短视频和直播间的流量互通原理。先看下图的逻辑：短视频是直播间流量的入口之一，当短视频和直播同时出现时，用户刷到视频后通过视频上正在闪烁的头像，点击进入直播间。通过短视频进入直播间的用户产生了停留、互动、转化的数据指标以后，系统就会认为你的直播间是一个优质的直播间，从而反向给你加热短视频，根据已经产生数据的用户画像给你推流更多类似的精准用户。3、分类：电商短视频的三种类型盘点我们明确了短视频和

直播间的流量互通原理，也意识到短视频的重要性，但对于我们直播带货的玩家，一般都是制作什么样的短视频呢？（1）商品种草型商品种草视频，主要是突出产品价值，通过产品卖点种草导流用户进入直播间，主要分为两种：产品口播，产品展示。（商品口播）（产品展示）（2）直播预热型直播预热的短视频，主要用于直播前的预热，比如上面第一个口播型的视频，同时也是直播预热型，还有像罗老师这种直接预热视频：（3）娱乐营销型相较于前两个类型，娱乐营销导向型的视频创作难度会高一些，当然，这个类型的视频并不是让你去拍一些和产品毫无关联的段子，我们所有制作的内容都是围绕卖货这件核心的事情上，我给大家梳理了几个常见的类型：第一类：剧情/搞笑型，常见类目有日用品、服饰、饰品、食品第二类：知识讲解，根据产品输出专业知识，打造行业专家人设第三类：才艺展示，常见类目有服装、装饰、文具等大致罗列了以上三种类型的电商短视频，还有一些比如创业故事、商品测评相关的一些类型没有一一举例，大家可以去抖音上刷刷。4、定位：做好人设定位，规划内容路线不知道你有没有发现这种情况，就是不知不觉关注了好几个卖同样品类的账号，甚至卖的产品都极其相似，但每个账号都各有特色，带货量都很猛，各个类目里的账号，即使产品或内容跟同行高度重合，也能有高的带货量，这是怎么做到的？可以用这个方法，从三个维度来全方位设计：举例：根据上面提到的三个要素，我罗列了每一个要素下的一些具体形式，然后进行了随机组合：福利介绍+工厂老板+剧情表演+主播出境一个工厂的老板给抖音粉丝送福利，通过剧情表演的形式拍摄短视频，吸引粉丝到直播间，看到工厂老板真人出境在带货，然后直播场景还是在工厂，这样你的定位人设就非常深入人心了。通过三个要素的随机组合，就能让你做出自己的定位，并且还是差异化的定位，在抖音上，你的细分定位与其他账号高度重合并没有关系，只要你能提供其他附加价值，让你的账号极具辨识度就可以，也就是着重打造你的独特性，这一点在抖音上极为重要。上方罗列了这么多类型的短视频，并不是所有的商家都能够去持续创作的，针对不同阶段的商家，创作能力也不同，那应该如何规划短视频，可以参考下方建议：如果你是新手，完全没怎么做过视频拍摄剪辑的，建议内容的展现形式，以产品展示、商品口播、直播预告和直播切片为主；如果你有一定的短视频经验，这时候建议你拍一些进阶的知识分享、人设日常；如果你有专门的人负责短视频板块，可以增加剧情演绎、抖音梗、拍一些和产品相关的热点短视频。实操方法 接下来这个部分会跟大家分享一些具体实操的方法，学会如何做选题，具体脚本策划

，以及拍摄剪辑的方法。1、学会选题，持续提升内容生产力你可千万别把选题想复杂了，我们做抖音电商，不用像玩短视频那波人那样，天天绞尽脑汁的去想选题，我们做选题就是明确到底要拍什么样的内容，也就是上面提到内容规划的具体执行细节。（1）从产品本身找选题做直播带货拍短视频，首先要考虑的就是拍产品，在抖音电商时代产品即内容，我们做的就是电商账号，只要精准的购物粉看到我们的视频，你可以从这些角度去做选题：第一种，罗列产品卖点。通过罗列产品配合抖音的热门BGM的形式，去剪辑卡点，展示产品；第二种，产品价格优势。可通过对话或自己口播的形式，直接通过降价对比，突出福利价值，引导进入直播间；第三种，产品功能演示。通过演示产品的使用方法，同时展示产品的卖点，达到商品种草的目的；第四种，产品直接解决问题。比如165的矮个子男生这么穿显高，然后展示产品，通过产品解决用户痛点；（2）从用户角度找选题第一种，证明身份。通过视频展示自己的身份，比如选择拍摄背景选在工厂，工人们正在加工，同时你去拍个视频，再展示一下产品，让用户觉得你真的是源头工厂，从而增加用户信任度；第二种，讲解专业知识。根据产品输出专业知识，比如你是卖猫粮的，你的视频内容就输出关于养猫的专业知识，打造行业专家人设，增加信任感；第三种，剧情演绎。通过剧情演绎展示产品，同时输出价值观，赢得用户好感，这种我用个视频例子给大家演示一下（原本想每个类型都放1个视频演示的，但一篇文章最多只能插入10个视频emmm...）2、脚本策划，持续提升内容生产力当我们知道了拍什么选题，那就下来就是解决具体怎么拍的问题了，脚本就是我们在拍摄前需要去策划的东西，我们得清晰的知道有哪些关键点，每个关键点对应的目的，以及对应的数据指令。先看下面这张图表：你可以通过以上的6个关键点，进行框架组合，同一个视频可以包含多个关键点，但并不是一个视频必须要包含每一个关键点。举个例子，比如我们拍产品展示的短视频，就只需要用黄金三秒+拍摄背景+视频爆点+产品卖点我们把这个视频按照上面提到了脚本策划六个关键点，来进行拆解，如下表格：你也可以根据上方提到的关键点，围绕自己的产品，来策划一份短视频拍摄脚本。3、拍摄剪辑，基础必备技能当我们把脚本写好以后，接下来就得实操去拍摄剪辑了，拍摄剪辑是玩直播带货的基础必备技能！必须得学会！对于传统的一些商家来说，他们会认为拍视频一定要采购专业的设备、器材、道具，并且技术门槛很高。其实一部手机就能搞定！（1）短视频拍摄常见清单下图是给大家整理的拍摄常见工具：注意，并不是所有的设备都需要去购买，初级阶段买一台手机就行了，不需要用到相机，虽然相机拍出的效果和清晰度会比手机更好，但相应的操作难度也会大大增加，除非是有专人负责短视频板块。除了手机，建议在买一个手持云台，因为云台是手机稳定器的核心设备，我们用手拿着手机拍摄，镜头是容易晃动的，效果不好，云台可以让我们镜头更稳定，同时还能自然旋转，自然变焦

。麦的话，可以直接买一个领夹式的或无线的，麦的作用是帮助我们收音，打光设备的话直接用我们直播间的打光设备就行了，无需单独购买。（2）拍摄剪辑具体的拍摄和剪辑的操作技巧，我在本篇文章就不展开细说了，建议大家手机端直接下剪映，这款APP是抖音官方出品的一款非常容易操作的视频编辑工具，能够满足我们短视频绝大部分的需求，只要你不加一些炫酷的特效，剪映都能帮你搞定！完全不会拍摄剪辑怎么办？直接在剪映APP里，点击中间的按钮-创作学院，可以看到导航栏，里面有剪辑制作、拍摄技巧的免费课程，大家可以直接去下载学习。运营指南 这个部分就是讲短视频运营，通俗的理解其实就是利用运营的技巧研究平台的玩法、推荐机制等套路，让视频给我们直播间带来更多更精准的流量。注意，你并不需要去专门学短视频运营，也无需用短视频的那些数据指标、算法推荐来运营我们电商短视频，为什么？回到上文第一章的第二个点认知：短视频和直播间流量互通原理因为我们短视频和直播间是不同的权重体系，我们只需要把短视频当作我们直播间的流量入口来运营即可，依附于抖音电商的这套算法来运营我们的电商短视频。

1、发布前的注意事项

（1）上传视频的清晰度我们一般剪辑好的视频尽量通过QQ来传送，然后上传的时候尽量通过电脑端，抖音创作者平台或企业号管理平台（如果你是蓝V）去上传我们的视频，这样能够保证我们的视频清晰度；如果你嫌电脑端上传太麻烦，也可以通过手机端上传，但不能直接点击+号选择相册视频上传，这样会对视频有压缩，可以在抖音右上角点击三条杠-创作者服务中心-视频管理-点击上传。（2）发布时的标题撰写标题也就是我们在发布视频时候关于短视频的描述，在用户浏览视频的时候，会出现在视频左下角的一串文案，标题通常是对短视频概括性的描述，主要作用在于帮助我们提升视频的完播率，促进视频的互动率。那我们具体应该怎么写呢？分享五种快速吸引用户注意的标题技巧：第一种：身份标签法。利用人们的身份认同感，引起注意，比如：“宝妈们都在用的懒人抹布，今天居然这么划算！快来我直播间”第二种：场景认同法。结合用户需求，搭建一个场景，帮助用户自然带入，产生情绪共鸣，比如：“不爱你的人一点都不在意那么多细节，爱您的人一旦产生根本停不下来，你们说是么？”第三种：利益法。针对人性的弱点，给予用户相关利益，让其注意到你，比如：“我送你一个黄焖鸡菜谱，保证你从年头吃到年尾。”第四种：数字法。利用数据，让事实直观化，或形成对比反差，从而强调效果或事实惊人，当然，一定程度上会引发好奇，比如：“这种高营养健康辅食，99%的宝妈都不会做！”第五种：悬念法。用省略号或问号，省去关键内容，杜绝剧透，终极目标都是为了引起好奇，比如：“炒菜老是粘锅，这3个方法我只告诉你……”以上关于标题的撰写技巧你可以参考撰写，当写好标题之后，记得在标题后面加上话题，给我们视频带来更多曝光，一般的添加话题公式是：产品+类目；比如#电压力锅#家居好物。（3）发布封面风格统一化如果你的封面没有统一化，当用户进入你的主页看到乱七八糟的时候，根本不知道你是卖什么的，会造成流失，相反如果你的封面都是统一风格化的东西，就能够让用户在短时间内知道你是卖什么产品的，就能快速获得关注。我们可以把封面统一设置为有人物元素，比如口播短视频和直播间的直播是同一个人，会不断加强我们账号的人设。我们可以把封面统一设置为产品展示，拍摄产品的外观，使用流程等，刺激用户点击：2、DOU+投放实战技巧DOU+是抖音的一个付费引流工具，100元起投，有多种投放形式，大家可以打开自己的主页点击任意一条视频投豆荚查看功能详细，我这里就不展开详细说了。我们可以用豆荚来直接推广直播间，也可以用来加热短视频。分享几个实操技巧，供参考，具体的一些玩法，建议大家多根据数据去测试：（1）蓝V号少量多次测爆款如果你是企业蓝V号，可以直接批量投放测试短视频，100元可以直接投放5个视频，这个功能可以降低我们的测试成本，哪个数据好就重点去投数据好的视频，其次是相比于我们一个一个去投，批量投放的过审率会高很多。（2）个人号根据roi投放如果你个人号，可以每一次只投100元，测试爆款和有潜力的视频，上午投放时长建议选择6小时以上，12小时为最佳，下午投放可选择6小时。投放以后，实时关注豆荚投放的投入产出比，在豆荚投放消耗了20%-30%的手，计算投入进入和佣金比例，roi大于1.2可以继续投，如果小于则可以及时终止。相比企业号就会比较麻烦一些，需要手动操作去终止投放。（3）通过豆荚快速打直播间标签给直播间打标签，尽量选择直接加热直播间，然后选择5-10个同类目带货量比较大的对标账号，同样，也是一百一百的小颗粒投放，一个小时100；3、常见运营问题（1）养号到底有用吗？养号有用！但并没有那些专门讲短视频的吹得那么神。一个新号是没有任何权重标签的，我们注册以后通过模拟正常用户刷抖音的习惯，可以快速帮助我们打上“浏览者兴趣标签”，让抖爸爸知道我们是一个好学生！并且利于我们收集同行竞品的账号；其次通过短视频的养号操作可以帮助我们打上“短视频权重标签”，一般一个新的账号平均播放量在300-500左右，连续发布三天以上的产品短视频，注意，别发营销短视频，尽量以产品场景拍摄为主。（2）如何找到优质的同行竞品账号？第一种，也就是我们上面一个问题讲的，当你的账号打上“浏览者兴趣标签”以后，你打开抖音刷到的信息流，基本上都是你同行的视频或直播，因为抖音是根据你的兴趣去推送的，你只需要根据推送去关注竞品账号，进行分析。第二种，通过数据分析软件去找，这里给大家推荐几个常用的数据工具软件：禅妈妈、飞瓜数据、抖大大、卡思数据，

我们平时用的是禅妈妈，可以帮我们快速找到同类目最新的爆款视频，以及账号。记住：同行，是最好的学习对象！（3）一个新账号需要去，直播间刷人气、互动吗？不需要！会让你的账号标签乱掉，但不一定会直接封号，除非你刷得很猛，被系统审查到你恶性，就会被封号，毫无意义，不建议刷！（4）有必要开企业号吗？企业号的权重更高？企业号相比于个人号，从平台来说，对企业号的包容度会更高一些，因为你开通蓝V就是告诉抖音，我是企业，我是来抖音做生意的，所以营销性质会更强，稍微带有一些营销信息的视频更容易过审。从买家角度来说，你的账号加了一个蓝V，会增加用户的信任度，更放心在你账号的直播间下单买东西，相比个人，一个公司会更有保障，如果你本身就是企业商家，建议开通。但个人号权重高了，和企业号相差不大，至于流量权重，不管是个人号还是企业号，他们的流量分配机制都是同等的，没有企业号比个人号权重更高这一说。（5）视频什么时间段发会更好？如果是直播间的预热短视频，可以在直播间前的3个小时，间隔陆续发布，如果是直播间切片，也就是在直播中，我们可以每隔30分钟发布一个直播切片的视频，至于一些打造人设的短视频，如专业知识输出、剧情演绎的一些视频，你可以根据自己粉丝的活跃时间点去发布。在禅妈妈查看搜索自己的账号名称，点击粉丝分析，可以查看我们账号的粉丝每天/每周的活跃时间点，比如下图这个账号的粉丝每天活跃时间点是20点，我们这类短视频就可以在这个时间点上下去发布。最后！看到这里，记得点个赞，留个言，我们用了近7000字阐述了做直播带货，电商短视频的运营实操指南，希望能对你有切实的帮助。