

抖音直播间0粉带货攻略大全（建议收藏）

产品名称	抖音直播间0粉带货攻略大全（建议收藏）
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

抖音0粉带货半个月，你觉得可以赚多少钱？

很多人八成会想，现在别说0粉了，连1000个粉丝都很难变现。但我想说，在抖音，15天赚100W+的创作者大有人在，大家千万别被这个数字吓到了。以前，如果有人告诉我，我总认为她在撒谎。

直到有一天，我看到了这样一组数据——

某按摩枕器品牌入驻抖音仅半个月，直播间销售额已经突破了350万。

某紫砂壶品牌47天，0粉账号打造了2300万的销售额。就再也无法淡定了。

在花了一星期的时间观察了他们的直播间后，我总结了一套直播间0粉带货的全套方案，希望能给到正在做抖音的你一些参考。

以下是我这次分享的大纲：

一、直播误区：1.直播间粉丝越多越好？2.直播间卖得越多越好？3.直播间价格低就能引流？二、实操方法：1.直播间运营团队2.直播间选品标准3.直播间场域打造三、总结一、直播误区：1、误区：直播间粉丝越多越好？100万粉和1万粉相比，100万粉卖的货多？从逻辑上来的确是这样的，但也不乏100万粉的大V干不过1万粉的小V号的现象存在。明明账号粉丝数量天差地别，但小V号的直播效益却是大V号的3.8倍，问题到底出在哪里？很多人在做直播前，都认为直播间的的第一步应该是快速涨粉，这样可以方便后续的转化，实际上，这属于一个思维误区。我们做直播带货，并不是要积累多少粉丝才能带货的，0粉就可以开播。如果我们仅仅为了涨粉去拍一些与带货无关的视频，那么即便你的账号涨了几十万的粉丝，也

无法吸引到精准粉丝，是无法变现的。

这里指的标签就是系统用于匹配用户和内容的工具。抖音有220多万个标签，标签主要拆分为三个模块。

抖音给账号贴标签需要大量的数据去抓取，有的人实时在线就十几二十个人，连冷启动都没破，更别提给你的账号贴标签了。还没破冷启动的同学可

以先去看看[抖音0-1破冷启动攻略大全! \(建议收藏\)](#)

这篇内容。抖音有一个打标链路图。首先，你要先发一个内容，无论是视频还是直播，比如口播字幕，标签话题、产品类目，图像视频。系统识别后判断这些内容大概会有哪些人喜欢看，然后给你的账号做随机分配，这个标签就叫类标签，类标签是最基础的标签，并不精准。在这一阶段之后，系统根据你的直播间人群的行为进行聚合验证，分析这些人的标签，找相似处，再来一轮人群分析、人群圈选和人群放大，这样就形成了统计型标签，就是精准标签。所以说，只有直播间的一系列指标都达成，人数越多，人群才有可能越精准。2、误区：直播间买的越多越好？新账号冷启动期并不刻意追求转化率，比转化率更重要的是人气指标。毕竟容易得到的就容易放弃，用户在直播间买了你的产品后就会走，所谓抢不到的才是香的，这时候就体现了憋单的重要性了。因此，主播在直播间除了要取得粉丝的信任感之外，还要学会憋单。3、误区：直播间价格低就能引流？很多人以为直播间价格低，就能引来流量。

其实不然，直播间9.9引来的都是低消费人群，如果用低消费人群去匹配高客单价，是很难在直播间形成转化的。

建议大家学会利用数据去挖爆款，即在数据平台上寻找与自己属性相同的账号，并从中挑选出近7天爆起新的产品，再去直播间测款。二、实操方法：1.直播间运营团队1) 主播

一提到直播间，很多人都会想到流量。其实，直播间承载力才是最重要的，而提高直播间承载力最重要的指标，则是平均停留时长。

那么，主播如何与粉丝互动，才能拉长直播间停留呢？这里提供了5点思路供大家参考：

主播针对观看粉丝设置规则，超过多少开始领取小礼品。粉丝只有在直播间才能知道自己是否中奖，这样也能让他多停留会儿。在直播过程中，随着数的增加，再分别对应抽奖品。除此之外，还可以通过设置延长福袋，增加粉丝的平均停留时间。

主播针对观看粉丝设置规则，打赏榜单前X名有奖品，并且把奖品展示给粉丝，来增加停留时间。

主播及时和打赏的粉丝互动，播报粉丝送了什么，并且及时跟粉丝唠嗑儿，增进和粉丝之间的感情，延长粉丝的停留时间。

主播及时并耐心解答粉丝针对商品的问题，这也非常有助于延长直播间粉丝的平均停留时长。

主播极力营造有限的气氛，铺垫好每款好每款商品的数量，在有针对性的讲解之后，才让助播上链接，引导大家快抢，很多粉丝冲动消费就会积极地下单。直播间没有抢到商品的粉丝，主播可以引导大家在直播间多停留会儿，这样抢到商品的概率更大。

2) 运营

直播间的承载能力固然重要，但是团队的运营能力也是我们在直播带货时必不可少的一点。

一个优秀且专业的直播团队可以做到以下几点：

尽量不要停播 开播时间固定 直播时间够长（至少4小时以上） 加强供应链的合作

主播非常重视自己的话术，保持直播间的信用分6分以上，防止平台禁播。

2.直播间选品标准抖音上很多直播间都是通过9.9低客单价引流的，这就导致了它们从低客单价转高客单价时变得特别难。

商品卖出高客单价还是得具备以下条件：

直播间的标签必须垂直。

直播间的选品和直播间的标签必须匹配。

主播必须有丰富的产品经验，以及建立与粉丝之间的信任感，帮助粉丝解决消费过程中遇到所有的问题。

每次直播时要有固定的开播时长，且直播间可以长期稳定地开播。3.直播间场域打造很多人都在注重直播间的“人”和“货”，却忽略了直播间“场”的设计。

其实，直播间的场域表现也属于直播间的内容，优质的直播间场域对直播间转化的影响还是很大的。

打造一个优质的直播间场域，硬件和软件两者必不可少。 直播高清设备：

摄像头：4K高清摄像头-罗技C1000E或可变焦摄像头-天创恒达980S前后置1200万像素手机-iphone11

灯光：中性筒灯/单灯15W以上+耐思480环形灯矩阵排列，多多益善，成本2000元左右

长条灯/单灯70W以上+耐思480环形灯行间排列，多多益善，成本3000元左右

专业三摄灯/单灯200W以上，神牛SL200W2，专业性强，成本5000元左右

直播间背景：

转角式——空间感强，展示内容多 背叛式——品牌墙，适合品牌，专卖店等 堆砌式——产品堆砌在背后，适合好物，酒水类 虚拟背景——背景板，仿真墙纸，绿幕打造直播间场景的目的是，拉高产品的调性，给品牌建立信任背书。所以大家一定要重视起来。三、总结：抖音直播玩法只能让大家借鉴，毕竟运营技巧是很容易模仿的。

直播电商最后拼的还是基本盘，即供应链的强弱，团队的专业度，以及生产内容的能力和懂得用户消费心理的洞察力。所以，把地基做好才是最重要的。