

抖音干货分享46|抖音直播玩法揭秘

产品名称	抖音干货分享46 抖音直播玩法揭秘
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

抖音直播是什么？还有很多人，不知道抖音直播到底是什么，在这里小星学长就跟大家科普一下：抖音直播的意思，就是用户在抖音平台通过直播的形式展示自己或者产品，从而吸引用户打赏以及购买产品的变现行为。例如，有很多主播会在抖音直播间宣传、展示自己家的商品，引导用户进行购买；也有很多主播是在直播间通过展示自己的才艺，如唱歌、跳舞等，通过粉丝送的礼物进行变现。抖音直播间玩法当我们知道抖音的算法，是如何衡量我们的直播间的时候，我们自然就有了解决方案，既然算法需要停留，那我就想尽办法来制造停留，想要扣评指标，我们就尽可能创造扣评数据，所以理解了算法的人，自然而然就能根据这些底层的逻辑，进行推演，测试，进而得出一套行之有效的玩法。现在小星学长来给大家分享，基于这样一个底层逻辑，市场上抖音直播有哪些主流的玩法。俗套的“七天螺旋玩法”它的模式逻辑，就是以低价商品作为引流款，吸引用户停留，扣评，获取系统推荐，通过将每一场的停留跟互动指标做得比上一场好，进而在3-7天就可以将在线拉到千人以上，流量拉高后直接打利润款即可。这类模式的优点，在于起号速度快，3-7天快速起号，但流量承接能力要求很高，客单价拉升时间也会很长。福袋卡直播间广场玩法同样是以低价商品作为福袋，吸引用户扣评，但是福袋的模式，跟七天螺旋的最大化差距，在于把秒杀引流款的形式，替换成了福袋秒杀的形式。这种模式的优点，在于起号快，3-7天可以将直播间的在线人数拉高，然后利用福袋发放的等待期进行接单。活动模式玩法首先，你们看到下面的这个活动起号模式，从去年12月份到今年5月份，我们有个学员用它做了女装、百货家居的起号，都收到了很好的效果，途中账号也有死亡的案例，但是大多数账号都存活了下来，而且活得很好。这个模式的特点，决定了相比较第一、二种玩法，做了几个很大方面的弥补：第一：首先在引流款上面，并没有采用低价秒杀的形式，而是以实物福袋进行拉流，避免了低价成单的问题，同时极大的降低秒杀成本。第二：起号之初，不去借助算法推送的泛流量进行拉流，而是以豆荚投放的形式，拉来基础属性相对精准的初始用户，而且能快速赶走大头娃娃。第三：在福袋之后进行承接流量时，同样没有以低价商品，而是将产品进行了利润去除，以不赚钱的价格进行承接，进而获得相对ok的成交数据及UV价值，但不赚钱。第四：通过观察实时的流量数据，以排品中穿插利润款的方式，开始拉升GMV进而获得利润，随着账号流量的越稳定，逐渐增加利润款的比例。第五：没有完全依赖直播推荐的流量，而是一开始就非常重视视频端的流量，形成健康的流量结构，不至于因为系统推荐减少而导致流量一下子紧缩。第六：就是一开始打造账号的时候，不管是从账号描述，视频端，还是直播端，对于IP人设的塑造都不断在强化。细分品类垂直起号玩法这种直播玩法模式的是典型的场观人数低，但是成交额很高；在线人数低，但是转化率高。这个模式的特点，如果铺开来讲，真的很长，小星学长给大家挑了几个重点部分，跟大家讲一下。第一：这个模式最大的特点，就是讲究停留与转化并行，用一句粗话就是，来一个流量，转化一个，然后通过极高的转化率，进而获得极为精准的推荐流量。第二：前端视频主要为展款视频，主打卖点、

颜值、性价比，每天发布3-5条，作品的作用主要为3个，第一是为直播间提供初始精准流量，第二为测品，第三为概率性出爆品，把直播间拉爆。第三：直播间开播，前期不通过任何套路+关闭同城激发系统推荐，以视频端流+系统初始推荐作为基础，搭配高性价比品进行转化，打造精准的转化模型。第四：开播期间搭配豆荚投放，豆荚投放采取精准的达人相似粉+超长时间投放。第五：超长时间直播，为算法提供学习周期，抓取直播间需要的用户，同时迎合。

信息流单品玩法第一：首先这类模式的特点，就是简单粗暴，有很好的高利润供应链单品，配合相对ok的feed投放，就能够打出利润。第二：做这个模式，前期不需要花费太多时间在作品上，产品是核心，一半如果利润不是50%以上的品，我们基本都不做，第二是目前我们主推的品，基本是应季品为主，比如汽车遮阳伞、冰袖等。第三：Feed投放，投放能力不是核心，而是有没有办法测出很好的跑量素材，因为feed从去年打到现在，很明显的就是现在讲究各类功能性组合的越来越少，素材能跑出量就已经算是成功了，剩下的就是优化成本的问题。第四：这类模式很磨心态，口碑分、DSR是痛点，我几乎没有一个品类是没有死过号的，特别是口碑分，遇到退货率差的品，基本刷都刷不赢。但是不可否认的，大部分情况下还是可以赚钱，通过赚的钱，弥补某些品类的亏损，然后不断放大去跑。

直播内容玩法第六种玩法，相信大家应该很有感触，就是以内容形式进行起号的玩法，我们来看最近内容起号近期最猛的账号，美少女零食铺，自从这个号起来以后，大量的账号开始模仿，其实他并不是最早的，再早的还有很多账号，比如60岁卖零食的老大爷，还有霞湖世家，本质上都是属于内容玩法。像这类玩法，有什么样的特点：第一：停留是第一核心指标，该类直播间以直播内容吸引用户停留，进来的人因为感兴趣，触发扣评，进而引发算法的流量系统推荐。第二：完全靠纯内容留人，营销的活动成本基本很低。第三：因为直播间大多数是都在打造内容，所以对主播的带货能力要求就没那么高。第四：与第三点相反，该类直播间的优点就是之后模仿团队的缺点，就是对内容的创作能力要求极高。第五：该类账号有一个普遍的特点，就是很多时候很难做到直播内容跟直播商品极度相关，这样的结果就是整体转化率低，但是因为直播间内容优质，在线峰值高，进而收益也是可观的。为什么内容起号形式我要放在最后一个讲，也是想跟大家分享的是，抖音对于直播的规则跟偏向，是不断推陈出新的，你们结合目前这么多内容账号的出现，跟抖音所提倡的兴趣电商去看，答案是很明了的。抖音直播间如何留人？首先，开场时要热情，用热情的话术和动作欢迎进入直播间的观众。其次，直播开场时，如果你觉得自己没那么多话说，只是一直只是欢迎观众的话，这个是没有任何技术含量的，面对这种情况，你可以用小游戏，或者红包的方式留人。例如，可以和观众玩成语接龙，脑筋急转弯等等小游戏。一方面可以活跃气氛，另一方面，观众期待你还会有抽奖发红包的活动，也会留在直播间看直播。在抖音，想让直播间热闹起来，留住直播间粉丝，还可以巧用功能：1. 留资卡片留资卡片非常适合非电商类客户，在直播过程中卡引导用户填写联系方式，三步即可完成配置。第一步：用电脑打开企业号管理后台，用抖音扫码登录；第二步：点击左侧菜单栏的转化功能——预约服务——新建服务；第三步：完成预约服务审核后，点击【绑定组件】并【上架】就可以显示在直播间了；2. 贴纸功能贴纸功能可以在直播间设置“欢迎加入粉丝团”等引导语贴纸，引导用户转化为粉丝。让直播内容进行二次沉淀发酵，而不是播完就走，也为后期的粉丝维护提供了渠道。设置方法：直播间——装饰直播间——贴纸——文字贴纸3. 礼物/抖币功能搭配主播口播，可以向用户强调本场直播的优惠点和商品范围，并提示5分钟后发红包，增加用户停留时长。设置方法：直播面板——更多——礼物4. 福袋在直播过程中，主播可以不定期口头引导用户抢福袋，福袋设置的领取门槛为仅关注，就可以收获一波粉丝啦。设置方法：直播面板——互动玩法——福袋5. 弹幕评论用好弹幕评论，可以营造抢购商品氛围。例如设置成：下单XX号宝贝，XX号宝贝限时折扣等强促销转化的话术和内容，刺激转化。也可在介绍商品时，提示下一个商品即将出现，为新品做铺垫。设置方法：直播面板——玩法——弹幕，即可发布评论弹幕和粉丝进行互动

抖音直播间禁忌1、不良行为不要做在直播间，这些不良行为不要做，否则就会违反抖音直播规定。不要在直播间抽烟喝酒、开车、赌术、募捐、跳伞、攀岩、口吞宝剑、展示行医等行为。直播间如果出现这些操作，直播会被中断，严重者还有可能被禁播。2、不要打广告直播中不要回放视频，挂机静态广告图片，展示个人信息二维码，以及通过其他方式为其他平台导流，均属于抖音直播禁忌。3、不要衣衫不整直播时不要衣衫不整，不要裸露、不要有性挑逗、口述色情行为等操作，不要演唱涉黄歌曲，传播低俗段子。这些行为都属于抖音直播禁忌，如果出现这些操作，直播间就会被限流或者禁播。4、不要违法直播时不要有违反法律、血腥暴力、煽动仇恨、宣扬迷信等不符合社会正向价值观的内容。如果你的直播间出现了这些内容，直播间会被永久封禁。结尾对于学员们来说，在目前这个阶段，也是会在原有的基础上，迎合抖音的整体直播趋势，去规划更多的直播间模式。最后，大家都会发现一个共同点，无论哪一种形式，都离不数据分析，抛弃玄学理性分析，我们需要生意参谋，一样也需要相应是数据平台，在这里小星学长，会推荐一下数据工具“抖查查”。直播“玩法”永远不可能成为抖音电商竞争的壁垒，因为运营手段太容易抄袭、借鉴、模仿，抖音直播最后的竞争力

, 一定是团队的执行力、团队的应变力、供应链的强弱力, 还有最重要的就是内容生产力!