

首个抖音直播营销实战手册来了，这3条干货你应该知道

产品名称	首个抖音直播营销实战手册来了，这3条干货你应该知道
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

8月27日，巨量引擎联合抖音电商首次发布《抖音直播营销实战经验手册第一期》，对抖音上半年的商业直播案例进行了全盘梳理和分析，针对“品牌宣传+电商带货”两大最具代表性的开播目的，围绕人、货、场三个层面分享实战经验。

人：从开播目的出发，灵活运用明星+达人+品牌的组合策略

抖音坐拥各个领域、各个圈层的优质达人，形成了丰富多元的主播生态，而不同类型的主播在多个维度上有各自的特点和优势，可满足不同品牌直播需求。例如抖音平台上入驻的明星自带影响力和话题度，可以达到强有力的品宣效果，而各种垂类达人根植于平台，有较深的粉丝沉淀和内容技巧，擅长营造直播间氛围。由于不同品牌的粉丝群体差异较大，品牌需要非常了解自身特质和优势，以实现与达人的最佳匹配。以美妆行业为例，我们发现正在往年轻化转型的本土传统品牌对主播影响力依赖很高，主播粉丝量与带货效率整体呈正比，而具备独特调性的本土新锐品牌自身即有相当的热度和话题，使用腰部达人更具性价比。值得一提的是，依托平台优质达人生态，手册里提出可运用3C分析法帮助品牌预选主播。即首先定位近期开播的竞品（Competitor）场次及所选达人，同时，根据商品点击UV、商品点击率、订单量、GMV等数据分析竞品带货效果，圈选带货力最强（Capacity）的达人，最后借由平台海量高精度数据优势，为广告主和品牌筛选出粉丝重合度（Coincidence）与自身最契合的达人，从而覆盖更广泛的潜在消费群体，达到更理想的带货效果。

货：选品公式=价格优势or高折扣 X 高知名度 X 强需求

随着“云上购物”成为新的消费潮流，越来越多的商家入驻抖音，发力线上市场。2020年上半年，抖音平台带货直播项目的数据显示，各类食品饮料、好用兼具新奇的生活电器、以及优价品质商品成为抖音上最受消费者喜爱的热门产品。通过分析影响消费者购买的各个因素，可以得出“价格优势or高折扣 X 高知名度 X 强需求”的选品公式，能够有效激发消费者购买力。数据还显示，尝鲜成本越低的商品越容易拉新，抖音平台上各个品类的产品中，日常生活用品拉新率最高，60%的客户都将生活用品作为他们在抖音直播上的首次消费对象。对于短视频作者来说，直播间开播卖货时，选择与以往作品内容相关的

产品，或是与主播个人标签高度吻合的产品，更能激发消费者的兴趣。此外，由于不同圈层用户消费需求的差异，主播选品时选择有差异性、价格跨度广的产品能够覆盖更广泛的用户圈层。

场：最佳开播时间在18:00-21:00，开播一小时进入卖货高峰期

播出时间、引流资源和直播脚本等，对一场直播起着至关重要的作用。是否把握直播的黄金时间、如何设置预热内容，不仅直接影响直播间的流量和数据效果，还会影响到品牌拉新和达人增粉数据效果。2020年Q2抖音平台数据显示，最佳的开播时间在18:00-21:00，通常在开播后的一小时进入卖货高峰期，接近50%的订单量在这段时间产生。预热内容是保证一场直播看播流量的基础，可占直播当天70%-80%的关注度，其中，TopView，FeedsLive，DOU+，Feed都是非常重要的流量来源，用好这几个预热资源对直播间引流效果的提升有极大的影响。同时，在直播中通过设置具有故事性、节奏性、互动性的脚本，传递品牌理念和故事，能提升整场直播的质感，还可以帮助用户快速了解直播间的内容和价值，降低用户理解成本。而在以带货为目的的直播中，直播间脚本重在气氛和爆点刺激，这里我们分享一场标准的直播脚本供大家参考。