

抖音卖货新玩法：导流至微信，有人日销几万单.....

产品名称	抖音卖货新玩法：导流至微信，有人日销几万单.....
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

传统服装企业进军抖音，找到了新的卖货方式。

近日，场妹发现，有不少抖音服装类企业蓝V账号的主页上出现了联系方式，且可以直接导流至微信。

据悉，有账号已经加满了50个微信，日销高达上万单。

然而，这些账号的内容实则较为粗糙，但通过短视频直观的呈现、导流到微信的快速购买通道，转化率高、操作方式简单，受到服装企业的青睐。

那么，这种带货方式具体是如何操作的？又有哪些利弊？

导流微信卖货

服装企业玩抖音，玩出了新的带货方式：导流到微信。

以名为“陈静服装”的抖音账号为例，账号主页会出现“管网链接”和“联系方式”，其中点击“管网链接”会跳转至企业的展示页面，上方及下方均会出现微信号及关注按钮。

点击“关注”之后，系统会出现“您已成功复制微信号，是否立即跳转到微信搜索该微信号？”。

但点击确定之后，会显示“不支持直接访问此域名”。需要在复制微信号之后，自行打开微信进行搜索并添加。

据开通了该功能的某业内人士透露，该功能需要账号先行开通企业蓝V功能，并找第三方进行授权，方可开通。

实际上，此类账号还并非少数。目前，服装类账号申请的蓝V认证极多，其中超过一半以上都会在链接留言处直接留下电话及微信。

场妹咨询了相关人士后得知，该功能并非抖音企业蓝V的新功能，只是“打着擦边球”，不排除后期会面临被官方下架的风险。

但这种直接明了的卖货方式，迅速吸引了一批商家入驻。

通过星榜提供的数据，场妹搜索关键词“服装”发现，在9月的抖音蓝V榜中，排名前20的认证账号粉丝总量均超过了50万。其中，粉丝数最高的达到290万。

据场妹此前统计，上榜的20个账号中，有11个留下了管网链接和联系方式，占比高达55%。

然而，这些账户并非主打内容。大部分企业商家要么只作为一个官方账号偶尔更新一下宣传片和相关活动，要么则是在链接内添加自己的管网或者微信号。

没有熟练的拍摄手法，转场方式也并不流畅，仅仅通过几张图片拼接和卡点bgm就完成了一个个视频。

但正是这种“微商风”十足的视频，据悉日常销售量不容小觑。

服装蓝V在发什么？场妹进入抖音搜索页面输入“服装”，可以看到搜索结果出来的都是清一色的经过蓝V认证的账号，排在前列的用户绝大部分粉丝数已超过10万。其中，大部分账号内容均以“衣服展示”为主，其视频内容主要分为以下几种：1.室内衣服展示这类账号内容主要分为两种，一种是纯粹的衣服展示，用轻快的音乐作为视频背景，无解说无推荐，衣服也采用线下的挂式，让用户在看视频的时候仿佛自己身处店铺之中，简单明了。另一种则更贴近平时我们在微信朋友圈看到的店铺视频，主要采用店主亲自上身形式，同时附上一些解说介绍，让用户在看视频时将注意力集中在衣服上，在最短的时间内迅速展示衣服，留住隐形客源。此种内容的短视频是服装类用户采用最多的一种创作形式之一。2.室外穿搭这种账号视频背景多选用风景较好的户外或者大型商场，音乐轻快、滤镜加持。同时，在服装上也不是简单的展示，会专门地进行搭配，以配合整个场景氛围。3.行业干货分享还有一类账号内容较为特别——行业内的干货分享。例如账号“归客fu装”就经常会视频中分享一些各地区的服装拿货指南，包括“虎门服装批发商圈进货指南”“新手做服装，鞋子应该去哪里？”“韩国首尔东大门进货指南”等等，既能进行信息干货分享，同时也让用户进一步去了解服装行业。除此之外，还包括围巾教学、搭配教学、熨烫教学等以分享教学为内容创作核心的服装类账号。可以看到，仅服装这一个品类，在整个抖音蓝V账号矩阵中就占据了很大一部分。除了一些国内外大的品牌入驻外，越来越多的中小型商家和个人商家开始注册认证抖音企业蓝V。日销上万，新商机？通过创作简单明了的视频内容，吸引垂直用户，进而完成转化。那么，通过抖音主页导流至微信，转化效果究竟如何？通过“归客fu装”和“S

“uSu精品女装”的抖音首页链接可以找到其微信账号，经添加发现，目前归客fu装的微信账号已经达到了50个，而SuSu精品女装也开到了第25个微信号。认证抖音企业蓝V的功能，将平台上的粉丝流量用管网和链接的方式导流至微信，完成公域流量向私域流量的转化。虽然与一些头部达人相较之下，这些账号无论在视频内容品质还是粉丝数量，视频播放量上都还有一段较远的路要走，但是目前他们的商业变现能力是令人惊讶的。有相关人士爆料称：“10个微信快加满了。”不过半个月时间，该商家目前的销售额已经达到了日销3万，净利润可达到1万以上。对商家来说，抖音的企业蓝V认证在一定程度上增加了其产品的权威性。抖音方对蓝V认证账户推出的相应扶持政策，也给产品带来了更多的曝光机会。更重要的是，这种从平台导流到微信的销售方式，一方面，相比其他平台需要各种保证金、协议等各种手续，降低了商家的入驻门槛和成本。另一方面，微商经营模式简单，商家承担风险较低。因此，既能吸引新用户又能快速实现商业变现的抖音“微商”得到了越来越多三四线商家的喜爱。据某服装商家透露，线下实体店已经越来越不好做了，大家都在思考怎么做线上。“我家做的一般，隔壁服装店天天来我家问怎么开蓝V。”

然而，这种方式并非没有弊端。

据场妹了解，由于大多数服装蓝V的内容质量并不高，且重复度高，目前抖音对这些账号内容有一定的限流，新入局者并不好做。

某知情人士表示：“现在新来的这些服装蓝V账号，官方给的流量都是同行做服装的，互相、互相养号，在下面评论。现在做服装蓝V大号根本就不行，除非你是头部的机构，有专业的孵化内容的才能做好，一般的实体店很难做。”

眼下，电商成为了直播和短视频的又一条重要掘金渠道，除了利用平台增加自身产品的曝光外，更重要的它所带来的巨额流量和商业转化效果。线下服装企业们，正通过短视频内容不断建立起自己的私域流量。而随着直播短视频+电商的进一步火热，未来势必会有越来越多企业进军线上，营销方式正在发生巨变。

这是可以预见的新风向。只是目前来看，传统服装企业借助抖音蓝V撕开的流量新入口，该方式存在一定的风险。

这条通道会开放多久？场妹更愿意将其认为是传统企业转型直播短视频电商的“过渡期”，最终，还是要学会和适应平台的电商玩法。