

实战：抖音直播带货具体玩法流程

产品名称	实战：抖音直播带货具体玩法流程
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

对于“直播运营”这个词想必大家都不陌生，那么我们在做直播运营的时候最

需要关注的点是什么呢？我认为主要有三大点：人、货、场。今天，我们就来具体聊一聊这三大点！

一、人

其实很多人都会把“人”自动对应为“主播”，当然这并没有错，因为主播就是直播中最重要的那个人，也是一场直播中的核心。

想要做直播很容易，然而想要做好一场直播却很难！

为什么同样是刚开播三个月新主播，有些人已经月薪上万而你还拿着三千块的保底？

为什么有些人口若悬河花样繁多，而你开播了不知道说什么，直播间频频卡壳冷场？

为什么同样是电商主播，你的货源和某大主播的是同款，价格还卖的更便宜，大主播卖了几千单，而你一单都没出？

很简单，因为人不行，人才是直播间的灵魂。

对于大部分直播，不论是秀场直播、游戏直播还是电商直播，主播都是决定胜负的那一环。

比如：今年1月份淘宝直播策划的明星直播周，女星苏青在短短1小时的直播中吸引了24万粉丝观看，并为品牌带来25万销售额，转化率高达25%。

苏青并不是一线大牌女星，而且这还是她第一次做直播，但最终的直播效果完全不低于其他头部主播，甚至还超越了部分头部主播。

说到直播卖货，当然少不了火爆全网的口红大王李佳琦，热度完全不亚于一线明星。

在他标志性“OMG！买它！”的吆喝声中，李佳琦曾在淘宝直播5分钟卖出15000支口红，以及直播10分钟，卖了40W瓶粉底液的惊人业绩，相当于柜台半个月销量

与马云同时淘宝直播卖口红时，更是以1000：10的绝对优，打败了马爸爸……

我们再回顾斗鱼、虎牙的发展史，其实就是游戏直播行业的挖人史。从最早的55开到当年炉石传说一哥主播囚徒，再到后来的蛇哥、嗨氏等，可以说直播平台的挖主播大战就没有停止过。

当年王者荣耀主播嗨氏违约，从前东家虎牙直播跳槽斗鱼案的二审判决，嗨氏最终需要向虎牙直播支付4900万元的巨额违约金，而近半亿元的总额也创造了直播行业违约赔偿金最高记录。

就在今年年初，王思聪创建的熊猫直播关闭，也和高额的主播薪资脱不了关系。而这也恰恰说明了，主播在直播行业中的重要性。

那么，运营者在选拔主播的时候，需要注重考虑哪些方面呢？

1、主播的业务能力

主播的业务能力有很多方面，比如主播的细分行业业内知名度、直播态度和直播技巧等。

为什么李佳琦每次在做直播的时候，都能够屡屡创下卖光口红的神话？

+ 李佳琦在口红界的高知名度

+良好的直播态度

+特有的直播技巧

要知道直播态度和直播技巧都直接关系着直播质量。

态度是基础，一个没有良好态度的主播，运营者可以考虑直接淘汰了；而技巧则决定着收入上限。

所以我们经常会发现优秀的主播，永远都是在磨练提升自己的直播技巧。一个眼神，一个动作，一个直播小套路，反复练习不断精进。

2、主播的匹配度

主播和直播内容的匹配度是非常重要的！

很多主播，尤其是头部主播，都是有自身标签的。

比如：

提到李佳琦，观众就会想起口红美妆；提到张大仙，就会想起王者荣耀。

假如这个时候，你让李佳琦去卖水果，这个效果肯定是不太好的，为什么呢？

因为气质不匹配。

你想想，一个精致的男人还带着一点娘气，在镜头前给你推荐水果，“oh my god，这个芒果太好吃了”，是不是想巴不得一掌拍死这人。

还有专业知识的不匹配，可能不知道水土、气候、温差对水果质量的影响，也不知道不同地域的芒果之间的差别在哪。

这也导致了，如果没有办法在直播时利用专业知识储备去立即回答粉丝专业提问，直播效果也就会大打折扣。

3、主播的培养

很多公司可能没有资源或者资金去合作头部腰部主播，只能自己培养。

培养一个主播，需要很多的精力。首先要寻找一个好苗子，然后再确定培养方向，并且不断地在实践中打磨技巧等，通过这一整套流程，最终来打磨提升主播能力。

那么如何培养主播呢？

+主播的颜值

我们在看一个直播时，最先看到的就是主播的脸，因此我们需要先从颜值、态度、口齿等方面综合考量。

+主播的互动能力

直播其实就是一场一对多的互动游戏，主播的互动能力直接影响直播间的氛围，而氛围则决定着刷奖率或购买率。

+主播的专业知识

主播要想突破，要想有更大的收益，在专业细分领域的积累和沉淀是必不可少的，只有足够专业，才能令人信服，才能有高转化、高收益。

除了主播以外，还有另外一个“人”，那就是用户。

无论是传统的泛娱乐直播，依靠用户打赏，还是电商直播，依靠用户购买分成，用户都是直播间的重要组成部分。

那么，运营就需要把用户分层，有针对性的去对接。

二、货

货这个概念其实很好理解，而不同的直播类型，有不同的货。

z 秀场直播，主播的才艺就是货；

z 游戏直播，主播玩的游戏就是货；

z 电商直播，卖的东西就是货。

货是直播间的生存根本！没有货，再优秀的主播也无能为力。

这里我们重点讲一讲电商直播的货。

关于电商直播，运营最重要的就是拿到价格更优惠的商品，品质更好的商品，

或者是说我能拿到只有我有别人没有的定制化的商品。

只要你家有独一无二的好货，那么用户自然会被你的直播间所吸引，慢慢的，这也就成了你的标签。

那么如何做到呢？

+ 关注国外最新产品咨询

+ 多关注各类产品交流会

+ 多跑跑产品源头地区，供应链的建立，不是一朝一夕，需要努力和机遇

关于货，运营需要关注的点在哪里呢？

1、品质

无需多说，品质是一切的根本。

品质如果不好，哪怕主播卖力全部售出，等待的也只是无穷无尽的退货，所以尽量选择大品牌专柜产品，如果是初次合作并不熟悉的产品，则一定要提前验过货。

2、价格

价格低就是优势。

同样的主播，同样的内容，同样的脚本，拼到最后还是逃不过价格二字。这里的便宜，不是说不管质量只选最低价的，而是说在质量相同的前期下，拿到最优的价格。

3、时间点

卖货的时间点把握和新媒体追热点是一样的道理。

尤其是销售季节性、阶段性产品的电商直播，把握好这个时间点，就可以让你在直播时掌握先机。

举个例子：

上周互联网行业内最火的事件莫过于“李彦宏被泼水”，当晚，就有商家上架了相关周边，这就是时间点的把握

4、匹配度

商品与主播之间，运营者还需要考虑一个匹配度。

什么情况下需要考虑呢？

当你的主播资源固定或者有限的时候，需要考虑。

自家主播对这类型产品是否熟悉，有自己的认知和理解，主播能否简单明了的把商品的卖点在短时间内有效、清晰的表达给顾客，并产生需求进而消费乃至传播。

例如：李佳琦的团队给他接的产品，肯定是和美妆相关，而不会给他接其他产品，如服装、酒水类等。

最后我想说的是，掌握了供应链你就掌握了绝对的优势。

三、场

直播的人、货、场三个关键点中，场相对来说不是那么的重要。

比如说：“口红一哥”李佳琦，随便镜头前一坐，口红就成百上千只的出。

大家的关注点全部被他以及他手里的货给吸引力，没有人关心他是在哪里直播。

无论他是在专柜，还是在自家直播间，或是在街边某个网红店，只要直播效果能够保证，大家并不会太过在意他具体在哪做的直播。

因此，对于头部主播而言，自身的带货能力已经足够大，对于场地并不需要太过于在意。

但是，对于非头部主播而言，场的选择就非常重要了！尤其在销售一些源产地商品的时候，如果直播能够深入到源头去，那么带来的效果就会成倍成倍的增长。

盱眙小龙虾、阳澄湖大闸蟹、仙居杨梅，都是全国有名的美食。

消费者在购买的时候，并不担心商品的口味如何，而是担心能否买到正宗源产地的商品。

那么这个时候，如果某水果网红店的主播把直播的场搬到仙居，现场直播当地杨梅的采摘、挑选、装箱、打包、发货的过程，对于销量的提升能够起到巨大的作用。

在这种情况下，“场”就非常的重要了！

山西省武乡县农民魏宝玉为了让买农产品的顾客吃得放心，在网上直播自己种谷子的过程。

随着他的生活化场景直播的影响力越来越大，他的农产品销量增长了200%多。

在魏宝玉的示范带动下，村民们对直播从不理解到跟随，全村通过网上销售的农产品总额已达数十万元，在脱贫致富的路上大步快走。

这就是打造真实、可信的直播场的重要性。

直播间，说白了是主播的形象窗口，也是区别于其他直播间视觉效果的关键要素。

因此，对于“场”，运营者也需要关注以下几点：

+要贴合直播内容

不同类型的主播，需要的场也是不一样的。

比如：泛娱乐直播，就按照泛娱乐的风格来布置；电商直播，就按照电商直播的风格来布置。

要让主播接地气，如果你是卖水果的，那么最好的直播地点一定是果园。

+ 要经常变换场

一成不变，则会让用户缺乏新鲜感，因此优秀的主播总是会不断的去改变直播间。

总结：

人、货、场的重要次序不是绝对的，是相对的。

比如电商直播，很多时候货和场的重要程度就远远大于主播；而泛娱乐直播中，主播的重要程度则远远大于其他两个方面。这其中的尺度把握，需要运营不断的尝试，观测数据，调整，最终调整到一个最优解。

以前传统的商业主要是货、场、人的顺序，是先有商品，再有了商品交易的场所，最后再去连接人。

但是现在已经发生了很大的变化，用户需求越来越个性化，这个时候我们就需要根据自家商业逻辑来重构人货场。

有些主播天天促销，效率奇高，堪比团购；有的主播成为了细分行业的KOL，每次新品推荐爆发力极强。

只有这样才会让越来越多的商家发现，直播是非常稳定的销售渠道；也会让越来越多的品牌觉得，直播甚至可以做到品效销三合一。

也只有这样直播产业带基地才能获得了更大的成功。因此，人、货、场掌控着直播的高速发展！