

淘宝直播如何运营,淘宝直播的注意事项，新手做淘宝直播必备分析

| | |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 淘宝直播如何运营,淘宝直播的注意事项，新手做淘宝直播必备分析 |
| 公司名称 | 广州宸铠科技文化传媒有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 白云区南村中路39号 |
| 联系电话 | 18627127465 |

产品详情

没有最好的主播，只有最好的“套路”

嘿大家好，我是宸铠卡卡，分享自主开店型淘宝直播经营心得。

一般情况下，我们认为优秀的主播，几乎都具备高情商，巧舌如簧的口才，好看的外表，源源不断的套路....，结合当今市场，在实际操作过程，具备以上这些加起来充其量是个优秀一点的销售员，优秀主播的最底层还不是这个。

言归正传，你在镜头前看得到的表面那些表演，那些疯狂的模样的背后的一切，他们最开始什么样，中途怎么样，最终怎么样，来龙去脉，你在这里可以看到真正的自开店淘宝直播经营心得。

下面宸铠卡卡来分享。没有最好的主播，只有最好的“套路”。

主播不会“套路”

只会介绍货，聊天，不会建系统

牛的直播间之所以牛，是因为他能够一个接着一个把不同产品做成功，接着培养出一批又一批自己的主播，这背后有一个完善的系统。

没有“套路”的主播只能根据自己的理解，介绍产品，尬聊，不知道怎样系统出牌，从自己认为好的主播那看到的来拼凑，系统处于不完善。

其实我们看到别人享受了比我们好的东西，货卖的比我们好，有时候我们觉得他播的真是水，货品也不怎么样，但是结果比我们好，比我们大，不舒服，不服气，有疑问是正常的。

因为我们都习惯性想要直接享受结果，而不想去深挖人家导致结果的原因。

改掉这个习惯，就是从不理解的心态中先走出来，把一切情绪全掉，然后进行搭建一套完整的系统开始。

只是很多主播没有人去引导，也不知道该接受哪种引导才能让自已的直播间上轨道。

别人的直播间疯狂热闹的抢购场面只是一套系统的最终结果，而不是手段，如果您也想要那些好结果，您就要去做到能出那些好结果的因。

什么是好结果的因，跟我一起看下去。

主播不会套路

总是担心对手抢生意。

其实不懂这个“套路”的主播呢，我可以先告诉你结论，结论就是根本不存在抢生意一说，在开始我先举个不太恰当的例子，我发现鸡这种动物吃食很有意思，主人拿来满满一盆食，其实几只鸡不紧不慢的吃就可以了，但是鸡视食盆不见，而是盯着别的鸡嘴里的那块食，想要抢过来。

这个比喻呢，不是在道德上进行抨击，指的是我们还在浅层理解这个市场的时候，淘宝直播的生意是不怕被抢的，我们的产品在你的内心认为不如别人好，或者是我们的产品已经极具优势，但别人那个不太好产品却做的大，这中间的利害关系不是谁抢了谁的造成，是理解程度深浅的不同造成的。

没有接收到正确的引导，就还没深挖到市场的黄金层。

淘宝直播是一个网上的逛街购物行为，打开淘宝直播，不同的直播间就像是一个个摊位罗列着，惯有的思路会让我们联想到，这是现实中的步行街搬家到网上卖货。

应该是固定数量的摊位，固定的人。不会变化，除非是这家倒闭换人。

我问了很多人，很多人都不由自主的认为淘宝直播里面的主播应该就是和实体店或者是商场招商一样，固定的几个位置。

用户在逛的时候，应该就是跟逛商场一样，每次去都是一样的排列，都是不变的。

先是这样的理解，接着会出现两个极端现象。

看到一个主播，可能会想到“这也能行？”我可比他厉害的多，

另一个极端，觉得人家真是厉害，规模惊人，里面的氛围就像是疯了，简直高不可攀，转念一想，未免有些担心，人家做这么大，我肯定不如她的，换做我去做，能攻的上去吗？

出现这种想法并不奇怪，因为我们不清楚市场到底是什么样的竞争状况，浅层的理解，为了让家理解到黄金层，就不得不提淘宝直播的算法了，也什么叫作算法？

也就是我们的直播间是怎么被用户发现并认识的，途径是怎样的，谁在主宰这些？

从来没有人问过，淘宝直播里面的主播是基于什么样的先决条件被看到的？大家回忆自己，好像也就是偶然吧。说不清。

大家都没想过，心思都在直播间里面了。

脑海里已经满是这个直播间卖什么的，人物，以及里面疯狂的购物场面了，前面的呢？早已经忘光光。

导致这个成为了最大的盲区。很多人都不了解，也没有人掰开揉碎来说这个最盲区的的地方。

了解背后主宰的好处是你就能够知道，淘宝直播这个与之前截然不同的市场他的竞争方式是怎样的，我们要如何利用并且借力打力让自己更轻松。

下面我开始讲。

淘宝直播是对传统购物模式的创新，它的核心特点就是多线程，多参数，精密的能够分析到一个人的喜好。

为了大家便于理解，你可以想象成是一条智能购物街容纳了几万家虚拟商店，用户来一趟，不可能一下子逛遍所有的商店，每个人进去这条购物街前，虚拟购物街会先人一步根据此用户的喜好来选择性的呈现，它的高明之处就是先人一步探测好了对方的喜好。

人的喜好有完全一致的吗？没有，几率非常之小，你的喜好导致你看到了某个主播，这是系统设给每一个人的局，你和你未来的用户是完全不一样的人，他们又是各自对应它们自己的局。

你的用户能同时看得到你看到的那个直播间的几率是非常小的，在这种情况下，人人都不同，完全不具备她还能准确无误的把你的生意全都夺走的可能。

可以说，是几万分之一的概率，是小到几乎可以忽略，一个人和另一个人喜好相同的几率有多小，这个几率就有多小。

淘宝直播面对的是全国的观众，全国有多少人？市场是无限大的，而不是像做实体店，我们和对手都在一条街，一览无余的展现在所有人眼前，街上是有限的人流，为了抢夺有限的人流，避免不了恶性竞争，相互抢客的商业争斗。

我们要空掉之前的一些观念。来看待新生的这套模式。

淘宝直播里每个用户都有每个用户的系统符号，这个符号观众连知道都不需要，背后的主宰-算法，来根据符号探测用户的喜好，而直播间又有直播间的符号，他们就像是钥匙和锁一样配对在一起。你和一个主播的相遇相知，不是什么缘分，也不是什么偶然这么简单，只是系统精心设计的一个局。

稍加留意你会发现，你和你的朋友，一起拿出淘宝直播，随意翻动，让他自然呈现，你们的手机里呈现的主播是不一样的，一千个人就有一千个不一样的版本。所以这套算法也有个形象的名字，---千人千面。

接下来我们讲“借力打力”的部分，传统生意喜欢讲，xx产品在这里是空白市场，有地区等多种原因限制，需要教育市场多年去熬，去普及，而一旦成功过后，就会有无数同行眼红来竞争，这中间可能就给别人做了嫁衣。

千人千面直接灭掉了这个环节。他提前帮你筛选到最好的了。我们借助他的力量就可以。

先探测好了用户的喜好，再进行呈现。

产品是卖给原本就没有意识，牛不喝水强按头想尽办法让他接受几率高，还是卖给已经预备好接受的人几率高呢。

有个主播说，我看XX主播卖的东西真是很差，那质量能行吗，太低端了，傻子才会买吧，怎么还有那么傻的人，不知道买好的，我回他一句“傻子卖，傻子买，还有傻子在等待”。

你的高端有人等着，更高端的还有人等着，它的低端也不缺市场，还有比他更低端的也在滋润的活着，你和他所有人，用户完全不是重叠相同的一伙人来回的抢。

千人千面就是这样，很多看似不能理解的，他就是有受众在那里等待着。因为覆盖面够广，什么样的古怪产品，古怪的需求，一旦放大，就是一个规模惊人的项目。

主播不会“套路”

太过追求完美。

与错一个子，撕掉一张纸。

主播其实没那么笨，笨的主播就是路走偏了，想做大做强就要经过一番整改，最厉害的主播也很难把事情做到一个完美的程度。

在最擅长的点恰到好处即可。

难的是我们很难知道怎么发掘这一块，由于内心充满了不确定性，害怕失败风险，只能信奉“不把鸡蛋放到一个篮子里”这种思想，难免就想要面面俱到，试图降低自己的风险。

举个例子，某主播销售的是鞋子，但是看到别人买首饰买得好，自己有比对方更优势的首饰货源，就加入了首饰一起卖，他的想法是只要能卖得好的东西，就不能放过。

努力去学习买首饰，想要把“对手”的生意抢过来，但日益下滑的经营状况不容乐观，他的计划切入失败。

不放弃，继续去租了个场地加入服装，她很苦恼，为什么自己投入这么大，已经把别人卖得好的爆款全都放在直播间里了，却越做越差。

甚至连之前只卖鞋子的成绩都达不到了，她觉得越努力越难过。

明明他模仿的对象薇娅还有好多人的主播，就是什么货都买的，他能成怎么我就不成呢？

这种属于自我导向型追求完美的主播，她的动力源自于顶尖优秀的他人，严格要求自己，有动力追求完美，都全力以赴，可能很优秀，但是会付出大的代价。

不是说模仿薇娅，模仿大主播不对，我相信她的决心和学习能力都很强，但忽略了在直播经营策略上，模仿是把双刃剑，用的好能够成就一个人，用不好就会反噬，让一个比大多数人都优秀的主播失败。

再加上我们内心的所谓完美，只是一种幻象，内心有完美执念的主播很容易走上自我限制的死胡同。

如果正确信当引导，这种主播一遇风云便化龙，我经常形容他们是“洛难皇帝”型主播，如果没有得到正确的引导，就比较可惜。