

# 拼多多直播代运营

## 17大直播电商平台分析，以及直播间营销技巧大公开

产品名称	拼多多直播代运营 17大直播电商平台分析，以及直播间营销技巧大公开
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

### 产品详情

“单场带货上亿”的直播战报，相信你已经听腻了。对很多品牌商、电商卖家来说，眼下需要的不是知道“直播电商有多牛”，而是知道“直播电商如何开始”。

所以，让我们先忘掉“别人家的直播电商”，从行业格局、基础技巧开始，一步步了解如何开始布局“自家的直播电商”。

本文内容均来本公司直播电商运营专家团队打造的《直播电商掘金指南》系列课程，该课程从有赞优质直播商家中优选出3257个案例，用20节课程共计600分钟，与商家分享干货的直播电商实战技巧。

本文筛选了以下内容与大家分享：

国内17大直播电商平台分析

如何快速组建直播电商团队

直播带货6大关键要素

适合直播间营销的5种活动

直播节奏怎么安排？

国内17大直播电商平台分析

随着直播技术逐渐成熟，以及各路网红、明星加入直播带货，越来越多的平台进军直播电商领域。据不完全统计，国内的直播电商平台，大致有几种类型：

(一) 短视频平台。以快手、抖音为代表的短视频/直播平台，本身有非常大的用户规模，还有着海量的网红、KOL，因此也是直播电商的头部平台。

(二) 内容电商型平台。以微博、小红书为代表的平台，有着非常多的KOL和种草内容，其直播带货的潜力也非常大。

(三) 娱乐型平台。以陌陌、虎牙、YY等为代表的娱乐型平台，在垂直领域（如游戏直播）有极大的影响力，也有一定的用户规模，这一类平台做直播带货的趋势刚刚开始，例如陌陌、虎牙都已经先后接入有赞。

(四) 电商型平台。以淘宝、京东、拼多多为代表的电商平台，纷纷进军直播领域，相对于在原有的图文、视频展示之外，新增一种商品展现形式。这类平台的直播更加专注于购物直播，强调购买转化。

(五) 社交型直播。以爱逛为代表的直播平台，帮助商家在生态内展开直播，无需跳转到第三方App，更便于做社交传播和裂变。

在这些直播电商平台中，有赞扮演着老客户留存、私域流量承接的角色。

商家可以从各大直播电商平台获取曝光，吸引新客户，然后通过个人号、公众号、群、店铺，将新客户沉淀下来，再通过优惠券、群福利、拼团等工具和活动提高客户活跃度，并推动老用户带来新用户。

## 如何快速组建直播电商团队

对于直播业务处于起步阶段的电商来说，根据不同规模的团队，有不同的人员配置方案。

(1) 1人团队：这个人需要身兼数职，因此直播形式会比较轻松，以聊天为主，不能策划过多的营销活动，增加运营上的压力。

(2) 2~3人团队：1人担任主播，另外1~2人担任助理或运营。主播负责直播间内容和出镜，助理和运营则负责辅助，以及在社群里与粉丝互动。

(3) 3人以上团队：主播、场控、运营可以分工更加明确，每天也可以设置多场直播，带货的商品也可以更多（10款以上）。

## 直播带货6大关键要素

打造一个高转化率的直播间，6个要素非常关键：垂直内容、供应链、超级选品、有效运营、销售能力、社群运营。我们以快手主播“别问王爹”为例，来依次分析：

(1) 垂直内容。持续+统一=粉丝。“别问王爹”创始人王颖，曾是前小护士CEO、索芙特集团总裁，有着极深的美妆行业背景。在快手，别问王爹持续产出优质内容，普及护肤常识、揭露美妆行业真相，收获了众多铁粉，6个月粉丝破44万。

(2) 强供应链。要有销量，强供应链是必备条件。什么样的产品能够带来更好的直播销量？三个关键词：好看、好玩、好用。既能满足粉丝的刚需，又能够促使粉丝分享。

(3) 超级选品。“别问王爹”在美妆行业有20年从业沉淀，同时还有非常严格的选品流程。提报资料、寄样品、两个团队选品、王爹终审、价格谈判.....根据样品测试反馈后排期直播销售。这样严格的选货

流程，保证了产品质量。

很多人想到快手带货就觉得一定是低价，还有人说快手上超过59块钱的商品卖不出去，但实际上“别问王爹”的客单价达到过279.79元，当时直接冲上了快手美妆带货一名。

(4) 有效运营。直播间的“前台”都千篇一律，大同小异，而真正的精髓，在于“后台”。要让粉丝活跃起来，并且快速产生购买转化，需要配合一些运营手段，例如限时折扣、限量等等，营造紧迫感，同时如果再配上订单不断的背景音——“您有一笔新的有赞订单”，则更加能营造粉丝抢购的氛围。

(5) 主播推销能力。主播的表达能力和推销能力，能够明显提高直播间购买转化率。2019年8月，王爹一场直播3小时，销售10090单，转化率30%，成为当天快手直播带货美妆类目第2名。

(6) 社群运营。在达到一定影响力后，别问王爹会组建自己的家族社群，招募家族成员，设门槛，所有粉丝入群需要进行视频面试。

有了“家族”，直播的时候会有更多传播渠道和造势，让直播间人气快速上来。另外还可以在社群里做团购，提高复购率和利润。15元一片的面膜，一个群能成交3000片；3000多元的减脂套餐，天能收到100多个订单。

### 适合直播间营销的5种活动

- 一、促销活动，如优惠券、满减、买赠、限时折扣等；
- 二、活跃氛围活动，如开播抽奖、互动抽奖、整点抽奖、预告第二天互动等
- 三、服务活动，如30分钟同城送达、联合周边商铺活动等
- 四、直播间裂变活动，如瓜分浮力、粉丝助力榜等
- 五、造节，如超级会员日

### 直播节奏怎么安排？

不同的产品，所需的直播时长是完全不一样的，例如客单价低、款式丰富的快消品，一款需要5分钟；需要试色的美妆产品，一般需要10分钟；而需要演示、试用的家电类产品（如压力锅、榨汁机等），一般需要20分钟。

不管什么产品，在固定的时长内，应该怎样循序渐进地进行产品推介、俘获人心呢？直播电商有一个“221节奏”，并非适用于所有产品的通用规则，而是一个在内容结构上值得参考的节奏安排。

所谓“221节奏”是指，假设一个产品的直播时间是5分钟，那么需要把5分钟拆成三段：2分钟、2分钟、1分钟。

2分钟用来讲卖点和资质。3个产品背书（工厂规模，工厂资质，获得证书）；3个卖点；3个应用场景；3个对标竞品。

2分钟用来营造抢购氛围、引导操作流程。主播通过限时限量限购营造节奏，并强调各大平台比价，然后进行操作流程指引，引导客户下单。

1分钟用来与粉丝聊天。引导粉丝转发，并强调转发有礼活动。时候还可以同步一下商品库存数量。

拼多多直播间怎么提升人气？拼多多直播间怎么吸引流量？

## 1、优先使用引流黑科技

直播观看人数是一个能直接反应直播人气的，在左上角就能看到，不管是主播还是粉丝，都会一眼看看上面的观看数，作为粉丝的我在进入直播间还是下意识看看左上角观看量，如果太少了一般我就会关掉，一般观看量太少要么就是主播没干货或者是商品不行，所以增加观看量是在开播时，必须要做的，比较快的办法就是用流量补补——直播人气平台shua直播观看人数了。

## 2、将直播链接分享到/Q群等社交平台

开播后，商家可以将直播间的链接分享至朋友圈、Q群、微博、抖音等自己的社交平台，将其他平台的流量打通，引入到自己的直播间，来增加观看量和粉丝量。

## 3、利用短信营销工具

短信营销工具的成本低，可以触达大量级群体，是非常高效的。现在短信营销工具也上线了直播专属短信发送场景，商家发送之后，用户可点击短信链接直接跳转至直播间，方便快捷。

当然各位商家还可以提前一两天通过短信进行直播预告，突出直播的时间，并在短信中插入店铺主页链接，来加深用户的印象。

## 4、通过多多搜索/场景/聚焦展位

现在多多搜索、多多场景、聚焦展位也推出了直播间推广计划，商家设置之后，直播间就会出现在相应的广告位，买家点击后可直接进入直播间，操作是非常简便的。

入口：推广中心-推广计划-多多搜索/场景/聚焦展位-新建计划-直播间推广。

不过目前这一功能还在内测中，未开通的商家可以先选择商品推广和店铺推广等方式为直播间引流。

## 5、客服引导

如果有买家在直播前对商品进行咨询，那么客服就可以引导买家观看直播，告知对方不仅有主播试用/试穿等商品讲解，还会有直播间限量折扣等，去提升直播间的观看量。

拼多多直播间想要获得更多的转化，商家和主播们都应该要想尽办法去提升直播间的人气，同时在话术和策略上面引导观看的粉丝们转化，这样才能够将直播的作用展现出来。