

淘宝直播运营标题如何引流

产品名称	淘宝直播运营标题如何引流
公司名称	广州恒川信息科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区东圃
联系电话	18502025285

产品详情

淘宝直播引流，淘宝直播流量，淘宝直播黑科技，淘宝直播推荐浏览量，淘宝直播标题引流

淘宝直播标题是影响直播流量的重要因素，直播间每天能获取多少流量，它显然是各个卖家及运营商关心的问题（注意，没有之一的。您如果想出来比它重要的，说是产品或者供应链，那是直播的前置问题，我表达的是直播本身过程中关心的问题哈）

直播间的流量是由展现和点击率组成的，展现取决于直播间的权重，它分为动态和静态，影响因素较多；点击率的影响因素主要是标题和封面，那么标题的重要性问题，就不言而喻了！

一、淘宝直播标题的基本要求是什么？

先讲个概念，淘宝的直播标题和搜索标题是两码子事儿，搜索标题是应用在SEO和关键词场景之下的，而直播标题是指算法匹配到的你直播间的标题用词，靠的是标签，类似于抖音的短视频标题和内容推荐。

那么淘宝直播的标题基本要求有哪些？

第一：字数控制12字左右

无线时代+5G助力的当下，每个有兴趣刷直播间的潜在买家都是“一划而过”，1-2秒的正常读题时间，字数不易冗长。

第二：勿放夸张折扣或利益信息

多数刷直播买货的普通人也是有一定购物经历的，如看到过度夸张折扣或放大利益信息的标题，效果是适得其反的，也介于短视频、直播年代的高速发展，老百姓对于内容的真实和质量要求越来越高，平实又干净的表述更适合标题使用

第三：切中潜在用户需求痛点，引起共鸣才有代入感

比较看功力的标题细节就在这里，需要运营或者品牌操盘手结合产品的调性，刻画清晰潜在用户画像，明确用户核心需求痛点，才能让其看到标题时有强烈的共鸣，点击进直播间的概率才会大大增加，这里是很考验运营功力和水准的。

第四：廉价感强的违禁词别用

比如“清仓”、“批发”、“工厂”、“厂家”、“甩卖”、“高级”、“倒闭”、“万能”、“绝对”、“十足”、“大促”等等（我都不好意思继续打出类似这些街用级别的字样）

总之，这些词，予人感觉就是...emmmm，毫无亮点。

二、淘宝直播标题的常见公式有哪些？

在这里概括几种常见且可马上套用的直播标题公式给各位

1-功能内容型标题=用户+痛点+解决方案

举个例子：微胖人群的穿衣烦恼是什么？绝对核心因素是显瘦，那么他们或者她们看到的标题内容多数是希望能一目了然的感知到这个直播间的产品可以解决内心这样一个核心痛点。

按照马斯洛需求定律，人类底层的核心需求两层其实都是对尊重、自我实现的需求，不同用户人群有不同的核心痛点（需求），抓住用户的这个核心诉求，按照这个公式去打造你的标题。

2-热门节点型标题=节点+人群+促销利益

这个节点不仅仅单指比如说“开学季”、“儿童节”、“圣诞”等固定购物节点，也包括了像当下比较热门的突发事件，比如说“老干妈和鹅厂的故事”、“乘风破浪的姐姐们”等当下舆论及焦点话题都可称为节点，相对来说抓住固定的购物节点比较容易

但如何抓住热门突发事件这样的话题与直播间的标题做一个结合，就很考验功力了。（如果是本地化明显需求较大的产品，更要想方设法与当地人群属性结合，研究本地特色需求或当地热门事件）

3-活动型标题=产品+用户+活动利益

这种标题公式相对来说，是当下淘宝直播间里出现频次较高的标题方式，因绝大部分腰部以下的玩家还是以清库存、走量来拉高销售额作为直播目的，而非像少数实力品牌方以宣传品牌、扩大知名度，为私域池做更大储备，故会大量出现这类标题也是直播界现在普遍存在的商家直播带货出发点决定的。

当然，并非这种标题公式有问题，只是这一类型的标题要在多数商家都在采用的情况下脱颖而出，需要更好地配合客单价、封面等客观条件，借助好店铺直播运营前的各项竞品分析等准备。

4-反逻辑常理型=疑问/惊叹+夸张身份+修饰产品

这类标题是希望通过相对夸张的用词来吸引用户的好奇心理，从而拉高直播间的新进数，尤其适合年轻人群，包括95后、00后适用的产品，多数年轻人对于这类标题的敏感度要大于成熟大叔或者小阿姨们的80、70后的看客们，尤其是选用的夸张身份代表如果是具有一定意见领袖功能的，那么只要停留一下，产生好奇了、疑问了，他/她，进来的概率就比常规标题更大。

淘宝直播标题的优案例

- 1) -功能内容型标题案例：“胖姐姐们显瘦夏装连衣裙看这里”（大码女装）、“胖mm必须瘦身神器，快来快来”（瘦身美妆）
- 2) -热门节点型标题案例：“开学季你必备的三件套，敢来就送”（床上用品）、“鹅厂和干妈的瓜，这里备齐了”（水果）
- 3) -活动型标题案例：“清新男装，专属小哥哥的5折福利”（男装）、“说走它就跟你走的秒杀箱包”（箱包）
- 4) -反逻辑常理型标题案例：“这是神仙们都爱的速干衣吗？”（户外用品）、“CEO们都是爱吃的国民坚果”（坚果零食）