

直播带货的技巧与方法

产品名称	直播带货的技巧与方法
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

直播带货的技巧与方法，淘宝直播引流，淘宝直播推荐流量，淘宝直播黑科技

直播带货的技巧与方法：

01

直播准备

1) 直播第一件事——抽奖

薇娅的每场直播开头都是：“话不多说，我们先来抽奖。”用抽奖的方式吸引用户，活跃了直播间气氛的同时，还能让用户有一种参与感。不管是哪场直播，什么主题的直播，薇娅直播开场都是雷打不动的“抽奖”。薇娅直播间奖品一般不低于百元，都是比较热门的产品，比如YSLC红、华为手机等，甚至还会有一些Gucci、爱马仕等奢侈品包包。

而且，抽奖口令简单且具有标签性，会刷不同的关键词，比如“哆啦薇娅”，或是和节日相关，比如“愚人节快乐”，或是和产品相关，而不是像其他主播那习惯性扣1。

她还会将活动时间、品牌名称露出，既可以让观众了解正在卖的产品，也可以让新进直播间的观众快速参与进来。固定的开场形式，在无形中给用户心中打了标签，奖品的配置又给人一种“不抽错过一个亿”的感觉。对于老用户来说，即便抽不到奖也想去凑凑热闹，也因此会蹲点看薇娅直播。

2) 预告产品优惠，在一开始就给到用户

开场抽奖之后，薇娅会预告本次直播的优惠，把优惠力度比较大的货重点“剧透”出来，提升用户的期待值和停留时间：

“今晚有XX的卫衣，还有XX的鞋子，不过数量都比较少总共只有5000件，今天直播间会有经典款的秒杀价格……另外今晚有XX，有XX，比双11还要便宜；还有XX，那个我很喜欢，我经常吃……”

薇娅的开场预告节奏很紧密，她会先预告整场直播的货品，详细介绍其中的关注度较高的产品，告知观众具体的上架时间段，方便一些不能一直坚守在直播间的粉丝购买。值得一提的是，薇娅直播预告的整个过程非常自然，和用户聊着天顺便把直播要带的货预告完了。

3) 精心“打造”直播间，高强度还原场景

关于直播间的场景，前淘宝直播负责人赵圆圆曾在文章中提到了这样一条信息：在2018年，谦寻（薇娅团队）开始花重金打造高清直播间，当时绝大多数主播还在“手机直播”，薇娅直播间的高清效果直接蹦了出来，对比观感就是：标清VS蓝光的差距。之后薇娅养成了一个习惯，无论走到哪里播，都要先装修一个高清直播间。

因为直播间的美颜或者没有很高清的话，会影响到用户的体验，比较直接的可能会出现色差的问题。所以说有条件的话，千万不要吝啬直播间的装修，千万要注意直播间里的每一个细节。大家都知道，在红豆角直播间环境整洁美观，直播间清晰度高是能提升浮现的重要条件。

对新主播来说，除了打造好直播间的高清场景之外，还有一种方式，用赵圆圆老师的话来说就是：“越接地气越好，工厂也好，田间地头也好，让大家有一种你直播带货的产品一定是源头货，都是这种性价比很高的产品的感觉……”

另外，薇娅在讲解产品时，背后的大屏幕会放映相应的图片或视频，通过这样的方式增进粉丝对产品的理解。

02

关于选品

4) 收集用户的需求，解决粉丝的问题

薇娅直播还有一个特点，直播过程时刻保持和用户互动。像和朋友唠家常一样了解他们的顾虑，收集用户的需求，粉丝想要什么薇娅就卖什么。

很多人表示薇娅就像哆啦A梦一样，什么都有什么都卖，也因此薇娅被大家叫做“哆啦薇娅”。据说，薇娅直播间出境的东西基本上都卖过，从杯子、镜子、到背景里的灯饰窗帘。只要粉丝点名要的东西，团队都会想办法找到商品上架。

除此之外，薇娅还会根据大家的需求和反馈，和用户建立强连接。亲切地称粉丝为“薇娅的女人们”，拉近和粉丝的距离，增强彼此之间的信任感。

5) 将产品的“缺点”，说成对某些人所说的“优点”

直播带货想要吸引粉丝，留住粉丝，还能转化，除了产品要过硬之外，我们还需要对产品有充分的了解，会说话也很重要。薇娅带过的产品自己都有试用过，她不会夸大说产品适合所有人，而是会特别强调适合什么样的人，不适合什么样的人，她甚至还会把“缺点”说成对某类人群来说的“优点”。她向粉丝讲解产品功能的时候，会多维度地呈现商品的优缺点，让粉丝感觉很真实没有套路。

举个小例子，薇娅有一场直播卖花洒是这样说的：这个花洒的缺点是，不像别的花洒那样有喷射式的“猛”水流，它的水流有点小……不过完全不影响，这种小水流特别适合女生，对皮肤很好……

6) 拥有强大的供应链，注重选品

关于货源，如果是去谈供应商的话，考验的就是主播团队的谈判能力以及和商家的议价能力。薇娅团队有着很强大的供应链，这个是大部分主播没法比的。不得不承认，议价能力不是谁都可以有，短时间内也很难培养。如果是商家自播的话，供应链的问题就不是问题了。除此之外，关于直播带货的选品，也是有很多门道的。薇娅的选品大多都是低客单价、低决策门槛、高频购买适合囤货的商品。比如零食、保温杯、各种日用品等。很少去碰那些高客单价且决策门槛高的产品，比如车子、房子等。

03

关于互动

7) 语气抑扬顿挫，将直播的节奏把控到位

薇娅的语速很快，尤其是在介绍产品如何使用的时候，特别熟练一气呵成。什么时候语速要快，什么时候要放慢，什么时候要加重音，什么时候要重复她都特别熟练。

她很少使用形容词，比如什么真的好好吃啊，取而代之的是从侧面表现产品的好，比如“我爱吃他们家的这个”，重点强调产品核心卖点：这个麻辣香锅是我卖过所有香锅中比较让我惊艳的，他家的香锅特点就是：第一、第二、第三……在讲解产品核心卖点的时候她会放慢语速，加重语气。尤其是促销信息，一般会重复至少2遍。

薇娅的声音比较低沉，听起来不刺耳、很舒服。助理琦儿的声调相比之下更高，她会补充产品信息、回复粉丝问题、为观众演示领券或下单方式。

8) 团队配合默契，有应必答，不会冷场

薇娅直播间热闹但不吵闹，团队配合默契。她需要什么产品，立马就会有人拿给她，她问什么问题，也立刻会收到回复。基本没有等待的时间，观众也不会感觉无聊和冷场。薇娅会及时关注粉丝的反馈。

比如，某次直播中粉丝提到同样一款锅之间的购买价格更高，薇娅立刻追问工作人员，确认后对粉丝说，“会退差价，请大家放心”。值得一提的是，薇娅的小助手琦儿真的很给力，能接上话，能打圆场。像什么“引导关注”、“截屏抽奖”、“优惠信息”、“产品基础功能”等这些，不需要薇娅发力的次要内容，都是琦儿一遍一遍地口播。

9) 打造“真诚”人设，通过和粉丝唠家常的方式带货

对于新主播来说，相比于场景，货源，其实不重要的就是人。不过话又说回来，如果你能用心做好直播开场流程，一个真实真诚的人设就摆在粉丝们的前面了。

你会发现直播间中的薇娅讲的最多的词就是“老公”、“女儿”、“我妈”、“婆婆”，让用户感觉主播在和自己唠家常。整个直播的过程让人很舒服，给人感觉很真诚，感觉不到她有什么套路，在无形中就能被转化掉。或许真诚就是最大的套路吧。

除此之外，薇娅将自己的粉丝称呼为“薇娅的女人”，用这样的方式和粉丝建立起一种亲密关系，无形中提升了粉丝的好感度和忠诚度。

04

关于营销

10) 扩大产品的受众人群

薇娅直播还有一个特点就是，想办法扩大产品的目标受众，讲述产品的多个试用场景。比如直播卖“错题打印机”时，她会在讲解完产品的基本功能——打印错题后，呈现一个全新的产品使用场景：

“这个不仅仅是孩子可以用，还可以当手抄本、便利贴……”“如果你买化妆品，上面都是英文字看不懂，你可以把（化妆品英文注释）打印出来贴在瓶子上面，我妈就是这么干的……”

但是，并不是所有的产品都适合扩大适用人群，比如一些细分市场领域的产品。

在这一点上薇娅也会针对人群推荐产品。比如，在推广零食的时候，每种口味她都会打开试吃，还会针对喜好不同的人群推荐购买不同的种类。“不能吃辣的人就不要买这个了，可以买另一种咖喱口味”。

再比如，她在卖一款化妆品冰箱时，她表示，“再贵的护肤品，没有冰箱来保存，产品里的活性成分也会流失”，以此暗示使用价格高化妆品的观众购买。

11) 聊使用体验，打消用户疑虑

薇娅在直播的时候，会和粉丝有意无意地分享一些家人、工作人员使用过的经历，以此打消观众对产品的顾虑。“这个就是在我家洗漱台上的那个面膜，这个我老公也在用、我妈也用、我给我女儿也买了一个，她总是用来……”简单的几句话，在无形中增强粉丝的信任感，提升了粉丝的忠诚度。

薇娅和她的助理婷儿一般会穿着近期售卖的产品，包括饰品、衣服、鞋子等，她在展示其他产品时，自然露出。

比如去年10月23日，她全身出境展示背背佳使用方式，当时有观众问她的鞋子在哪买，她立马告知鞋子将在明天上架，同时价格已经从500多盘到了200多。助理也会告诉观众，她们身上穿的衣服在几号链接。除此之外，薇娅会在直播间展示自己的淘宝购买订单，证明某款产品是自用款且为重复购买的产品。

在宣传一款产品的时候，薇娅经常提到“这又是一个我们工作人员都想抢的热门商品”。

比如，有一次，他们在推广一款水果玉米的时候，薇娅打开箱子发现其中一个玉米已经被工作人员掰掉一半吃了。碰到自己特别喜欢的产品，薇娅和助理会和粉丝一同抢购，抢不到也会十分懊恼。在这种不经意间让观众更容易信服，引发从众心理。

12) 引导送人，提升客单数

引导送人，增加用户单次购买数量，是薇娅直播常用的技巧。比如薇娅直播卖宝宝纸尿裤的时候，提到说通过兑换卡形式获取优惠，可以送人。虽然我不是宝妈，但一听说可以买商品卡送人，我就会有一种想要买来送给闺蜜的想法。很多用户都是听了主播说的“买来送人、买来囤货”，就下单了。

13) 转折式惊喜，阶梯式优惠

薇娅的直播间促销逻辑是“转折式连续惊喜”。什么意思呢？直播时候先铺垫好产品有多好，配合全网较低价，再买赠，再加赠品！这扑面而来的赠品和优惠，一般人都受不了。

薇娅还有一个典型的“优惠”技巧：阶梯式优惠。比如在报某商品的价格的时候，一般会这样说：“第一盒19.9元，第二个9.9元，第三盒不要钱。”“第一件39元、第二件19元、第三件9元、第四件免费送。”薇娅有一场和张雨剑直播卖汰渍洗衣凝露的时候，在送赠品的时候直接把旁边的张雨剑“吓呆”了：

“这个洗衣凝珠在市面上卖79.9元两盒，在我们直播间79.9两盒再送两袋洗衣凝珠，但是我推荐你买两份也就是4盒，买两份我们再送两盒，一共6盒……”

薇娅推荐产品的逻辑通常是，产品自身优点+全网超低价+赠品，如果购买数量多，再送赠品。用一轮轮惊喜轰炸的方式，让用户产生一种“不买可能真的要吃亏了”的心理，很难“抵御诱惑”。

14) 红包雨、惊喜、送送送

薇娅直播间的最大特点就是“送送送”。除了上面提到的直播开始时抽奖，每隔一段时间，她就会说，“我们来抽波大奖”。

从她的直播标题也能看出，例如“抽奖抽到手抽筋”、“送手机！送现金！”、“红包雨”等。通过不定期抽奖，吸引粉丝长时间驻留直播间。薇娅会经常邀请有主持经验的明星做客她的直播间，像沈梦辰、小S、林依轮等。不仅可以增加自己的话题性，也可以丰富直播间的内容。

15) 限时，限量，限价

薇娅直播间的核心竞争力是：“性价比”，并且还满足了限时、限量、限价3个特性。上面说到，在薇娅直播间，你可能会经常看到她团队的小伙伴在抢，有时候就连她自己也在抢。薇娅会不断重复强调限时特价优势，在卖一款羽绒被时，她一直强调，“不用想，直接拍，只有我们这里有这样的价格，往后只会越来越贵”。

薇娅会限制每款链接的数量，追求的是“尽量一次卖空+有可能补货”。货品基本上不会一次性上完所有的，先上一批商品让大家秒，这样一来商品很容易被抢空。在一款产品卖空后，她会不停地问工作人员，“不能加吗？可以再沟通一下吗？”紧接着再进行补货，通过这样的方式不仅可以控制直播间的销售节奏，也可以给观众营造出紧张刺激的抢购氛围。大部分情况下都能再加，实在不能加的还会把那些没有付款的踢掉，行话“踢人”。

最让人招架不住的要数薇娅在说完优惠、赠品之后的那句“54321”，她早早就帮粉丝们算好了怎么买较优惠。

16) 擅长造节，花式预告

薇娅的团队特别擅长造节，比如有美丽节、生活节、零食节、粉丝节等各种节日。上面也提到薇娅在直播抽奖的时候，会引导用户发口令抽奖的方式预告这些“节日”。也会在讲解其他产品的过程中，穿插着一两句关于节日时候上的商品预告。

受薇娅的启发，你是否也可以预告个节日做粉丝回馈呢？或者，你还可以根据自己的产品特点做些调整和升级，然后把直播带货当成一种促销方式。

不过说了这么多，薇娅带货之所以这么厉害，其实较重要的还是：便宜……所以大家在找货的时候要找源头好货哦。