

几步教你策划一场成功的直播，用小本本记下

产品名称	几步教你策划一场成功的直播，用小本本记下
公司名称	惠州市星拓时空传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	惠东县吉隆镇上蒿园（吉隆镇教育路18号）
联系电话	18023484338

产品详情

给大家详细拆解一场成功的直播，你需要准备哪些东西和注意哪些细节。

01.直播自我定位

一场成功的直播一定有他的定位。所以开播前先问自己几个问题：

- 1、你喜欢哪类型的直播，为什么？他的哪些点吸引你。
- 2、你不喜欢哪种直播，为什么？你讨厌哪些点。
- 3、如果是你做直播，你希望是怎么样的，有什么是不能接受的。你有什么顾虑？

更要想清楚你要打造一个什么样的主播人设。

你还需要思考以下问题：

一：我要卖什么？

二：我的客户群是哪些需求者

三：我可以给这类客户提供除产品之外，先我们可以免费，但对客户又有需求的利益点是什么？

第四：吸引到的客户，准备用什么样的礼品来吸引

第五：直播时或者社群中，我用什么样的套餐福利让他们帮助裂变。

02.直播人员确定

一场完整的直播至少需要以下三个角色参与：

运营负责人

设计直播脚本、制定直播目标、选品、申请商品折扣等；负责直播宣传预热、直播数据监测与总结等。

主播

建议一场直播配备2个主播；两个人可以互相聊，有人接话。会比一个人更自然。

如果暂时没有多名主播。那么主播需选择能聊天,形象好,在镜头前展现自然,不怯场。主播需懂产品、有影响力,会带节奏。

直播小助理

就像李佳琦的小助理一样。负责解答粉丝疑问、打消消费者下单疑虑、增加复购率等。提前对灯光、镜头进行提前调试；直播过程中协助主播。会做一些配合营销，会不断的教粉丝如何领取优惠券，如何下单，如何关注。

03.直播间打造

直播间打造包括网速、灯光、背景、摄像头等基础设施。

合适的位置

1、匹配商品的场景，与卖的商品场景一致，

比如你是卖农产品你可以选择户外。

可以若无法塑造场景，建议背景干净,景深感强,让用户专注在主播，且看久了不难受。

2、主播定位在直播间的中间位置,不要边走边播。

3、直播间无吵杂音、空间舒适、空间不能过于拥挤和逼仄。

灯光和收音

1、灯光到位:灯光简单来说就是要明亮。这里建议如果对灯光不是特别好，一般不要选用白色系背景。因为背景白人就黑，要想突出人白背景可以选用暗色一点的。（有较好灯光设备不用注意这一点）

2、收音防抖:无线耳收麦+手机三脚架。

一般直播带货不需要播放音乐，如果一定要，声音大小不能超过主播说话声音。另外歌曲选用外文歌，这样粉丝注意力不易被歌曲吸引走。

直播设备准备

2台手机

1台手机用于摄像头直播

1台用来观看粉丝弹幕，与粉丝互动

注：主播距离直播手机需要一定距离，所以会看不清粉丝互动。需要另一台手机观看粉丝互动及画面感。

网络环境

保证网络稳定,建议使用WiFi，如果使用4G开播，建议手机飞行模式，以免电话接入，出现网络中断。

充电设备

备好充电宝、移动电源,保证手机有足够的电量。

设备检查调试

手机(两台，一台主播、一台监播及互动)

直播架(可安置多台手机)

声卡(室内可用有线声卡、会场或室外无线声卡)

音箱(室内用，调节气氛)

提前40分钟调试

直播前预热

一场直播一定不是一时兴起，需要时间做预热宣传。

开播前预热是抖音直播技巧的一大关键。古语“酒香不怕巷子深”而今，市场竞争激烈，大家的选择越来越多元化，如果不吆喝，“酒香也怕巷子深”啊。

所以提前吸引更多的粉丝进入直播间，才能更大程度的进行宣传。

I 提前预告直播时间，包括个人简介、朋友圈等预告。

I 设置吸引眼球的开播封面：主播开播前要注意直播封面的选择，因为封面是决定粉丝进入直播间要素。

I 文案和标题要创新：好的标题和文案更能吸引粉丝驻足，并有继续了解的冲动。

宣传渠道包括：微信粉丝群、导购朋友圈、重点客户一对一私信沟通、线下门店活动宣传、公众号推文。

直播前1~2天开始进行预热效果。

直播内容准备

直播内容包括直播产品介绍、直播活动设置、直播间互动、下期直播预告等等。

介绍产品时主要围绕产品能解决什么问题（痛点）；怎么样去解决问题（卖点）；自身产品与同类品的差异在哪里（亮点）。

直播活动设置参考：

开场满送(开播前为了聚人气，直播间人满多少，抽奖)

整点抽奖(每到整点，截屏抽奖，让粉丝持续关注你直播)

问答抽奖(直播间设定问题，答中抽奖)

限量抢购(季节性爆品做限量抢购，在直播间氛围低时推出，瞬间拉高人气)

神秘黑盒(福袋，商品搭配，一口定价，盲拍，开袋有惊喜)

预告下期

结尾30分钟复盘全部商品、重点商品，照顾后进直播间的人。不错过任何销售机会。

预告下期计划，让消费者期待、持续关注你。

直播后复盘

直播复盘内容包括：

每个分工都要复盘(不同角度的总结经验、相互打气)

组织团队看回放(总结细节)

复盘数据：在线、累计互动、分享次数、商品点击

进阶数据：建立粉丝群，每场直播后由小助理进行询问，本场直播粉丝对产品的期待值、直播氛围的感受以及建议。并且可以调研粉丝对哪些赠品更有需求。