

小程序直播如何导流到自己私域流量池

产品名称	小程序直播如何导流到自己私域流量池
公司名称	南宁毅英网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广西南宁市良庆区金龙路8号
联系电话	344571359 13263221686

产品详情

播依赖的程度不高，大多是为品牌而来的。3.转化目的不同：小程序直播是品牌搭建私域流量池的一个天然阵地，所以小程序直播不同于其他直播平台

以销量转化为目的，品牌更多的是希望沉淀消费者，成为品牌的私域流量。小程序直播如果***开放后，品牌可以在这个公域流量池，导流到自己私域流量池，并且依靠强大的生态链，从公众号推文、小程序再到朋友圈、社群，zui后是投放的其他广告，比如大V公众号植入软文、朋友圈广告、公众号底部广告等，再到直播

间，品牌可以了解到真实的流量导入，再将直播间来的流量引流到品牌社群，直接为品牌直播导流，形成自身流量闭环。（朋友圈广告-小程序二维码直接导流直播间）随着越来越多的消费者和品牌涌入到直播这个营销阵地，直播行业经过快速发展的几个月，已经度过了早期缺流量和关注度的时点。时有趣认为，接下来直播将会面临三个重

要的挑战：一是流量的争夺，流量很大程度上可以决定直播的GMV。直播前的预热导流将会铺的更广，尤其是大型直播活动，将会渗透到各种场景中，比如植入到综艺或做线下推广等，当然现在也是一个互相导流的现象，直播推广节目，节目或许也会反哺直播；其次，是内容。流量争夺是靠什么，除了主播粉丝力固有的流量池，还需要靠

内容，而支持内容的却包含多个因素。一是内容设计，这个需要专业团队来支撑，未来直播甚至会像栏目制作一样非常精细，从埋梗、情绪点、直播高潮到收尾等，环环相扣，带动消费者进入到提前设计好的直播场景中，以此留住消费者，消费者甚至成为直播的“忠实观众”，准时守候，就像以前电视机时代，大家都等着电视剧播出；二是

主播个人能力，控场和主播语言风格以及和消费者之间的互动、主播和消费者之间的关系。直播已经不再是单纯的直播带货属性，直播的营销角色也在逐渐延伸，比如直播带品牌、消费者运