

视频号直播如何做好不同阶段的选品策略？视频号珠宝直播怎么开通？视频号直播怎么做？视频号怎么直播卖珠宝翡翠 | 鸿石传媒

产品名称	视频号直播如何做好不同阶段的选品策略？视频号珠宝直播怎么开通？视频号直播怎么做？视频号怎么直播卖珠宝翡翠 鸿石传媒
公司名称	杭州鸿石文化创意有限公司
价格	.00/个
规格参数	鸿石:1-1
公司地址	浙江省杭州市钱塘区8号大街1号3幢（东楼）一层102室（注册地址）
联系电话	13073622632 13073622632

产品详情

对于直播带货来说，带什么货、怎么带货是与流量同等重要的环节。对于流量稳定、有带货能力的主播，货品决定了直播销售额的上限

一、为什么需要选品

电商在中国已经发展了很多年，基础设施已经成熟，消费者要什么都能买得到，那么还为什么需要选品呢？

核心原因有两个——

可选择的商品太多了、需要花时间；

消费升级的需求需要激发。

带货主播依据自己的专业能力和直播场景，为粉丝挑选和推荐商品，也是在解决“日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。

大多数情况下，一场带货直播的商品数量是固定的（即坑位），场观和直播时间一般也是固定的。所以如何在固定时间内，最大化提升交易转化从而带来销售额，就是选品工作的目标。

二、选品前的准备工作

“选品还不简单，我喜欢什么，我在用什么就给粉丝推荐什么商品呗”初次尝试带货的主播可能会这么想。

事实上，选品是一个比较繁杂且专业的工作。

在没有任何准备的情况下，就解答“我适合带什么货”是不可行、不专业的。在解答这个问题之前，先回答以下问题——

我在粉丝心目中是什么样的形象，我与粉丝的关系如何——个人品牌

我在哪个领域或商品类型上已经建立起足够的专业度——带货人设

关注我的粉丝都是一些什么样的人，他们有哪些购物需求——粉丝画像 & 需求分析

我准备做一场什么样的带货直播？内容+带货、带货专场、粉丝福利式的大促——直播策划

对于一个非新人带货主播来说，以往的历史数据是非常值得参考的。比如粉丝会倾向于信任并购买哪一类的商品，主播对于哪一类商品更擅长讲解（销售）等。

三、不同阶段的选品策略

做完了选品前的准备工作，主播们还需清楚的了解到自己所处的带货阶段，为自己的成长规划一条清晰的路线。如果坚定要做带货主播的，建议在一开始就接触专业的服务商（如爱逛买手店）。

处于不同阶段的主播，在选品策略上有很大的不同。

达人直播带货就跟视频号增粉一样，有一个过程。不建议过早的跨越阶段直播，可能会带来反作用：投入大但收益低，打击带货的信心。

视频号当前的生态，主播带货阶段大致可划分为以下三个阶段——

孵化期：从0到1，仍需要积累粉丝的阶段，单场带货500~3000元

成长期：从1到10，可以开始直播带货，单场带货3000~50000元

成熟期：从10到100，开始有比较稳定的直播带货规模，单场带货>50000元

随着视频号生态的完善、微信用户在视频号直播中购物习惯的养成，上述的划分标准只会增长、不会下降。

那么在不同阶段，主播的带货形式、带货品类和数量分别是怎么样的呢？

孵化期

孵化期虽然仍需积累粉丝、直播以内容直播为主，这个阶段带货主要是为了将来直播带货做准备。

孵化期的主要目标是——

测试粉丝对带货内容的喜好、增强带货人设；

测试带货商品与人设和粉丝画像的匹配程度；

学习和提升直播带货能力。

该阶段的选品策略与商品数量建议如下——

选品策略：以增强主播人设的商品为主，首xuan自己用过或熟悉的商品，一般图书、日用品、食品是几个比较合适的带货类目。这个阶段尝试带一类商品即可。

商品数量：5~10款商品比较合适，这样带货压力也不会特别大。

成长期

当孵化期每一场直播总能产生一些销量，主播对于直播带货也开始熟悉起来后，就可以开始更专ye地策划一场直播（也就是进入了成长期）。

成长期的主要目标是——

培养粉丝购物心智、积累购物粉丝；

扩大带货商品的丰富度，提升单场销售额；

积累私域粉丝。

选品策略：除了前期积累下来的带货人设商品，可以适当增加相关性较强的商品品类。（什么是相关性较强的商品品类可以在下一节中有涉及）

商品数量：可以增加至10~20款。

成熟期

当直播场观和销售额都趋于稳定，有一批固定的购物粉丝后，就可以开始考虑冲击更高的单场销售额了，这也是这个阶段zui核心的目标。

选品策略：不同于孵化期和成长期，这个阶段的选品更加专ye和复杂。它更接近于各大主播的选品逻辑，合理选择引流款、爆款、利润款商品等进行组合。

商品数量：20款以上，多则40款以上

除此之外，也需要在商品的价格、组合、直播玩法方面融会贯通，甚至根据主播个人品牌，结合粉丝节、福利日进行策划。

这个阶段，往往也需要更多人参与，比如场控、副播等角色，以及需要供应链的深度支持。视频号的服务商-爱逛买手店上拥有30

万精选商品池，还有达人直播的深度服务，能迅速补齐主播带货的所需部分。

不同类型的主播，其发展阶段可能也有所不同。比如因为服饰供应链的特殊性、服饰产品的非标准性、服饰穿搭类主播的不同背景，在选品方面都会有较大的区别。需要结合不同情况来重新规划。

以上阶段只是大致划分，适用于大多数视频号创作者、达人、主播。对于一些特殊情况比如主播原本已经是某个领域的KOL，那么可能需要跳过一些阶段，直接开始定制化的策划。对于大多数高粉丝、高场观的主播来说，如果从未有过带货经历，仍然建议从孵化阶段开始逐渐适应与成长。