

微信小程序直播人数，小程序直播主播端

产品名称	微信小程序直播人数，小程序直播主播端
公司名称	天津联合尚世网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市南开区黄河道与广开四马路交口西南侧格调春天花园34-3、4-1504-06（注册地址）
联系电话	1893920100 18939200100

产品详情

微信小程序直播人数

为了帮助商家更快速的提升直播转化，打通从直播创建、流量获取以及交易转化的营销闭环，实现高效转化，小程序直播提升销量，小编根据众多高转化品牌在直播间的玩法总结出五大玩法给大家分享一下

1.直播+社群

社群作为承载私域流量重要的载体，也是企业经营的重要场景，而直播+社群能够为商家带来高效的转化。小泥人家纺在314直播当天，同步3000社群，借助门店导购将线下的购买力快速转化到线上，进行社群分级分层管理，同时共享直播内容、社群里导购一对一介绍，用户形成更大覆盖，黏性也相对高，使直播转化率得到提高。

2.直播+社交裂变

直播和裂变的结合能够帮助商家在短时间内聚集大量用户，促进销量的提升。比如，商家在直播中将原价119.9的外套设置低9.9的砍价活动，用户在直播间发起购买后分享给好友、朋友圈等进行砍价，砍价结束后用户可以以优惠价购买商品，好友可以再次发起砍价，通过好友裂变为直播间带来更多流量，也促进销量提升。

3.直播+限时折扣

价格优势一直是商家吸引客户下单的重要方式，在直播中我们也同样可以借助限时折扣等，集中引爆用户购买意愿，在短时间即形成销量的爆发增长。拉夏贝尔在直播中通过主播发放优惠券、限时折扣等折上折的方式，营造良好的直播氛围，刺激用户购买，实现快速促单，直播期间优惠券发放6000张，带动商城整体业绩突破1千万。

4.直播+

直播间的活动一般都会掀起直播氛围的小高峰，促进销量的提升。台铃电动车在3月10号工厂直播首秀中，将原价1688元的电动车，在当晚18:55分以888元限时的形式推出，让现场用户直享直播福利，刺激购买需求提高销量。

5.随时录播回放，带来持续销售

回放功能不但可以帮助商家复盘直播，而且可以让老用户回顾直播将心仪商品添加到购物车，新用户查看直播商品解读，了解品牌和商品，从而下单购买。录播回放的开启，让每场直播的投入获得大化的价值与收益。小泥人家纺、小泥人等品牌均已开启录播，通过视频回放持续促销，进一步提升销量。

小程序直播主播端

但是我们新入驻的商家，请不起网红也没有足够多的流量，那么，即使有直播这个功能，也卖不了货！如何引流是大的难题！

1.主播形象包装

主播：在个人形象上多花一些功夫，不仅仅是颜值方面，穿衣搭配上适当做一些调整，给人带来“百变”的感觉。

2.标题引流，拟一个吸引人的标题

直播间标题好具有先声夺人的作用，能激起用户的观看欲望。

PS：“标题党”可以适度使用，以吸睛标题将用户吸引入直播间，直播就成功了步。

3.内容/找准直播噱头

平淡无奇的内容简介，难以激起波澜，主播在给一场直播拟标题的时候可以借鉴影视宣传法，提炼精彩看点。

1)对直播内容截取精彩片段;

2)联系时下的热点，把热搜关键词嵌入介绍中;

3)找准时机，提前预热。

4.互动引流，粉丝评论互动

直播过程中，主播及时回答粉丝问题，引导关注是基础操作。其次是，抛出话题，让粉丝多讨论，既能让新用户感受到直播间的热情，也增加直播间活跃度。讨论切忌加过多的营销元素，否则积累的人气会毁于一旦。

5.社群平台全引流，让变现大化

社群的意义毋庸置疑，它是粉丝的聚集地，更是网红传播自我、实现电商变现的佳渠道。尤其是微博、微信、QQ、贴吧等，这都是不可或缺的引流渠道。

社群平台的大意义，在于引流将不同社群的粉丝集中起来，然后统一进入某个视频直播平台，这样网红才能做到集中化传播，实现渠道的变现。

优推66平台一站式解决公众号阅读量，视频号直播看过，小程序直播人气，全网各大平台阅读量，播放量，直播人气，粉丝均可一站式搞定，尤其擅长网易云音乐，喜马拉雅等任何小众APP也有机会获得流量