

小鹅通直播怎么提高人次，小鹅通直播间上人气

| | |
|------|--|
| 产品名称 | 小鹅通直播怎么提高人次，小鹅通直播间上人气 |
| 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

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

小鹅通直播怎么提高人次

在哪个平台做直播比较少?有人说淘宝好，有人说抖音好，有人说刚刚发展起来的微信好。其实，想要做好直播，选择平台只是简单的一步，想要做得更好，更重要的是要做好引流!流量是互联网生意的起点，没有流量直播再好也是无效的。既然引流这么重要，那咱们就来说说做微信直播怎样引流?如何做好微信直播引流?

微信直播怎样引流?

所谓引流，便是从外界引来流量，流量越大，转换率就会越高，自然，成交率也会越高。那么做微信直播怎样引流呢?传统的引流方式，常规方式就是那么几种，要么去各大流量高的平台发帖，留下直播间的链接;要么制作小视频，作为植入广告;要么转发朋友圈，团结亲朋好友的力量，为直播间增长人气。

微信官方直播引流的方式相对来说比较有限，常用的还是传统的引流方法，可现如今，不少成熟的第三方平台，却做到了更多引流渠道的覆盖，例如通过微信小程序做教育直播的SaaS软件小鹅通，就为商家提供了十余种营销渠道，真正做到了全渠道覆盖。

小鹅通直播间上人气

近几年来，私域流量成为品牌营销方案中的新鲜课题。

在电商直播不断创造销售神话的同时，品牌自播的生命力也被进一步开发，尤其是在公域流量触顶、获

客成本高昂、用户转化率低的背景下，品牌自播成为企业破解流量密码的新地盘。

如何承接广泛的私域流量、搭建品牌稳固的自播生态?基于微信生态的SaaS技术服务商小鹅通提供了明晰的解决方案。

私域流量争夺战，品牌自播成为标配

艾瑞咨询《2021年中国直播电商行业研究报告》显示，目前品牌自播已经成为众多品牌的主要销售场景之一，2020年店播成交额占到整体直播电商的32.1%，预计2023年占比将接近50%，企业通过常态化自播能够获得更加可控的成本投入与更稳定的销量增长。

图源：艾瑞咨询

如果说头部主播为品牌提供了一夜爆红的可能，那么品牌自播的意义则在于细水长流的产品宣传和价值沉淀。不仅如此，选择进入品牌私域流量的用户往往也是高粘性、高价值的目标消费群体，自播意味着品牌要将消费者留在自家庭院，培养消费者对品牌的忠诚度。

作为日活用户大的流量池，微信是每一个企业和品牌主不可能放弃的阵地。尤其是微信在完成直播、支付、社交等场景建设后，企业可以通过在微信中进行品牌直播，以小程序、公众号、企业微信作为交易落地及用户沉淀场景，从而构建自有的数字化用户资产。

不过，品牌要在微信生态中搭建完善的直播体系往往需要面对复杂的技术壁垒，比如跨媒介的传输、后台的用户承载数量、售后的服务连接以及直播的数据转化。其中涉及更深层次的问题是如何将直播的“流量”转化为“留量”，提升品牌的复购率。

基于微信生态成长起来的小鹅通有着先天优势，可在微信生态中为有线上化经营、商业变现、私域运营、用户需求的企业提供一站式技术服务，帮助企业构建长久高效的私域运营平台。截至目前，小鹅通已经服务超过160万注册客户，覆盖7.8亿终端用户，高同时在线人数超过1000万。

直播是小鹅通的核心产品能力之一，而这一能力正好切中了无数企业进行品牌自播的焦虑和痛点。

贯穿全链路，提供管家级直播生态服务

在大多数人的印象中，“直播中”是企业获客和促销的重要环节，而往往忽视了直播前的营销预热和直播后的用户数据沉淀。

而小鹅通的直播能力则贯穿了直播前、中、后三个阶段，同时配合其内容产品、营销玩法、变现能力、用户管理几大核心产品能力，恰好打造出了品牌自播的三个重要闭环：直播内容的生产闭环、直播营销的数据闭环、私域直播的流量闭环。