

直播小程序源码APP开发（系统模式）

产品名称	直播小程序源码APP开发（系统模式）
公司名称	广州茂林网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区城门大街2号之三5楼5103室
联系电话	19864740108 19864740108

产品详情

直播小程序APP软件开发，直播小程序源码APP开发，直播小程序管理PC网站开发，直播小程序APP小程序开发

(相关声明:文章资料整理于互联网，仅作为有开发需求者的模式参考，与相关平台没有任何关系，玩家勿扰，若有侵权可联系删除)

互联网环境下，企业借助互联网的东风，不断深化内部发展技术，推进企业向着网络化和信息化的方向发展，而网路化经营模式则是互联网环境下企业发展的又一趋势。基于新常态的经济发展背景，企业要自觉调整内部发展策略，并积极适应新环境的发展，制定相应的“互联网”战略，将新时代下互联网发展的优势与企业的区位优势进行有机融合。

一、直播带货注定烽火燎原

在疫情这层阴影的笼罩下，首当其冲的就是零售业企业。从CCFA中国经营连锁协会获取的数据来看，疫情期间门店关店率高达70%以上，业绩普遍下滑超过90%，员工闲置在家的情况比比皆是。

遭受突如其来的黑天鹅事件，处于冰封状态的零售业，自救回血就是首要目标，于是转投直播获取流量卖货，成为了顺理成章的重要选择。

2019年双11，淘宝直播带货销售额1天就突破200亿元，这让所有商户都看到了直播带货的威力和潜力。而且，有机构指出，预计2020全年主流直播电商平台，全年带货金额将突破4000亿元。

所以，直播带货在2020年注定是烽火燎原的。

二、始于流量，终于运营

1.直播带货：货找人，更高效

直播带货的出现，正在加速改变互联网的供需关系。从人货场的角度去看，直播工具创造出了全新的消费场景，承载了在线沟通的功能，能直接地传递品牌的观念，依托电商平台的服务保障，能充分地给用户带来顺畅的购买体验。

可见，直播带货改变了过去电商行业人找货的模式，实现了交易更高效的货找人模式。

正是因为如此，互联网巨头不可能错失这个分一杯羹的机会，纷纷入局沉浸在这场流量红利的狂欢之中，不断推出一系列扶持计划，让更多品牌和商户加入这场流量博弈的游、戏。

2.直播带货：拼流量，更要拼运营和管理

在这股全民直播的浪潮下，流量似乎是的。然而，有些问题并非流量所能解决的，所有人也千万别寄望流量能解决电商卖货的所有问题。

主播带不动货，怎么办？为什么直播间观看人数不够多，实时在线人数增长缓慢？直播间进来的粉丝不，互动低，新增粉丝也不多，如何解决？进来直播间的粉丝很快又离开了，流失率很高，有哪些方法可应对？

归根到底，直播带货离不开运营和管理，毕竟互联网是依靠多方面的运营管理手段来实现商业系统持续产生效益。

众所周知，广告投放的方式能够带来大批的流量，当中就需要不断对广告投放进行精细化运营和优化，根据目标用户分类理解人群价值，针对性地进行定向的广告投放。

例如品类内容关注的用户，未曾有过直播相关的行为，那么就应该把运营的重心放在如何合理利用对品类内容的关注，来引导到直播间，终把看播和加粉作为运营的目标。

再例如选品的管理，除了要考虑成本和供应链的能力，还要考虑商品是否具备成为爆款的潜力，一旦商品能成为爆款，那意味着用户会复购，对店铺的粘性也会更强，有利于带动其他商品销售。

如果商品销量一般，商品的更替计划也要提前准备好。而且，随着商品的转化成交不断提升，就会沉淀下来更丰富的数据，能够为后续的广告投放提供更可靠的依据。

毫无疑问，直播带货拼的不只是流量，要持续产生价值，还要拼运营和管理，遵循互联网商业的常识和发展规律。

三、小程序直播，已成为电商必争之地

纵观当下，传统电商平台的直播带货如火如荼，头部和腰部主播的热度高企，坑位费普遍上涨，卖货的佣金比例也有所增加，因此按照二八法则，后入者门槛相对变高。

于是，不少商户和品牌主把小程序作为直播带货的第二战场，因为背靠微信成熟的生态和巨大的流量池，具备强社交和易传播的优势，借力小程序能够高效连接线上和线下，把零售电商的核心要素（即人流、信息流、资金流、物流）充分联结起来，实现私域流量池的建立和变现。

1.小程序直播的护城河

（1）原生优势，获客效率更高

使用即安装，更有效留存，留存才是真正的增长；多种访问路径，用户更方便回访，可随时触达用户；具备广告、搜索功能，意味着拥有更丰富的流量入口，可推送开播预告、活动等信息。可见，直播带货

小程序相对其他直播平台而言，获客效率是更高的。

（2）从引爆私域流量开始，实现流量沉淀

在直播开播前，商户可以通过朋友圈、社群、公众号消息模板引导用户关注直播间，开播前收到提醒，提前激活私域流量，锁住忠诚客户；商户还能引导用户关注公众号，持续积累私域流量，多通道触达粘性更高，也方便后续对用户进行二次营销，可利用多元化的会员玩法，增进复购。

在开播进行的过程中，直播间广告位还可以导流到商城小程序，引导用户跳转到商城里面选购商品，提升了单uv的价值，终完成私域流量沉淀。

（3）借助营销工具组合，提升成交效率

在微信生态里，分销、砍价这些常见的营销工具都可以为直播带货小程序提供有效的帮助，能让观众主动分享转发，达到刺激购买的目的。商户还可以通过优惠券和的方式，吸引更多的用户下单，同时在直播间还可以发放礼盒小奖品，提升用户留存，有利于促成交易。

（4）处于封闭的生态循环，赋能数据决策

直播带货小程序，与小程序商城、社群、公众号、支付、社交广告，共同构成了微信的封闭生态。微信生态的一体化加速了变现的同时，也为用户管理、渠道管理、运营策略的数据决策提供了必要的支撑。

所以，我们可以结合流量监控、推广效果跟踪、成交分析等来评估每场直播带货的活动效果，进行复盘和优化，基于数据结果，为后续直播策划提供更好的决策。

（5）不止直播，引流到店

对于品牌主而言，人货场都是数字化经营，线上直播带货不仅是高效的传播推广方式，触达广大的消费者，给线下门店带来流量，还能从用户消费和商品热销数据里洞察到品牌的市场反馈，能够为线下门店的商品经营提供参考依据。

对于商户而言，线上直播带货的流量当沉淀成为私域流量后，可导入到线下门店，提高门店流量，帮助线下门店更好卖货，实现线上线下一体化联动。

2.小程序直播，本质是私域流量直播

疫情考验了企业的造血自救能力，尤其很多企业在预算非常有限的情况下，没有选择网红主播和MCN机构来做直播带货，纷纷让自家的员工、门店导购利用小程序做直播带货，小程序直播无疑提供了企业快速实现数字化的通道。