

巨量千川直播关系层级分析

产品名称	巨量千川直播关系层级分析
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

1、用户标签

直播间算法逻辑，一个不由分说的逻辑，从运营的角度习惯把用户的标签式分为三层：

2、用户与直播间关系

那么在此基础之上，我们会把流量与直播间的关系层级分为三层：

3、透过层级反观打法

a. 垂直内容

前期直接避开泛粉，从细分领域打通内容偏好，用优质的内容去拉动视频和直播间的点赞、评论、关注、互动停留等，以视频+直播双向引流叠加基础直播流量，进而获得直播推荐流量，因为内容的垂直度较高，质量较高，所以在营销层难度较低；但是此类方式在内容创作上则要求极高，因为关系到直播间实时爆品与视频之间的连带效应；

b. 爆品+巨量千川

功能性新品or细分领域爆品，此类与二类电商的模式几近相同，主要就是货品的优势，需要具备一定的实力的供应链，产品的利润空间较高且新（概念），通过大量优质素材的跑量，在较短的时间内内容快速打爆人群和市场；一般在测素材期间会使用多账户开跑，一般跑量内容直接具备交易转化属性，因此引流粉丝基本是垂直交易粉，以成交粉丝反向拉动新粉自然流，完成营销转化；

c. 打破认知的引流款

简单理解就是现在几乎所有直播间都在用的，通过1号链接福利款来达到引流的作用，是新进来的用户产生停留、点击购物车、互动等数据；一般惯用的方式则是反复使用引流款憋流，起到流量累计叠加效果

后再推送主打爆款，循环往复，但是此处的产品一定是有高吸引力的产品；直接难点就是直播间主播的接流能力，其次就是新政后改价改库存受限，而且不能长时间，也就更加考验直播能力。