

# 抖音直播：关于流量的十条规则

|      |                             |
|------|-----------------------------|
| 产品名称 | 抖音直播：关于流量的十条规则              |
| 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

流量生态的十条军规：

1.抖音的“追爆款”模型愈加激烈的发挥着流量分配的马太效应，被系统检测到的爆款产品和爆款直播间，都成为源源不断的流量源。所以发现爆款、制造爆款是现阶段以及未来做好抖音直播的基本能力。

2.5分钟卡点也好，追小时带货榜也好，背后的底层逻辑都是三个字：加速度。抖音要你做增长，但是不是匀速增长。在物理学上，加速度是速度变化量与所用时间的比值，抖音直播里的加速度是GMV的增量与所用时间的比值。所以谁能在5分钟内获得更多的增量产出，谁就能在赛马机制里胜出。

3.加速度可控吗？当然可控，抖音是没有感情的算法机器，但是机器终究比不过人的运营智慧，当我们选择人为的控制流速和放单比例的时候，就可以制造阶梯增长的完美曲线，新的加速度直播间就这样被制造出来了。（拉到后预约晚上的直播，会具体讲这个事咋操作。）

4.GPM是什么？GPM是对人的转化效率的考量，抖音不会浪费它的流量，也希望你能一样珍惜，客单不过百的直播间试试把GPM做到2000以上，那你的流量会越来越准。

5.现在人人都能脱口而出几个名词：穿透率、转粉率、互动率、转化率、停留时长、GPM、ROI，所有上了5分钟卡点模型课的人都在拼命的想要把每个5分钟的数据做好，后发现别说5分钟了，开播前30分钟你都根本搞不来什么人到直播间，又何来憋单和做数据？道理一点不假，但是你根本做不到。核心不是做好每个指标，而是把其中一个指标做到超出大盘水平就可以了。举个栗子？，我一朋友，上次在太火闭门会分享的力哥，跟他老婆俩人，每天用自然流量卖白牌美妆，不花一分钱日销20万，因为靠强憋单拉停留，GPM很难看，但是人能把停留时长做到2分30秒，这也行。所以所有的参考数据既是方向又是脚链，大家自行斟酌。

6.如果实在做不好其中任何一个指标，在冷启动前期就保持一直有成交就可以了，一直有成交才会一直有流量。

7.付费投放是用金钱换时间的利器，如果你付费投放转化不好，也就别想着能有免费流量了，因为你在

告诉抖音，这么的用户你都搞不定，更泛的自然流量就不用给你了。这也就解释了为啥有人用付费投放把账号投死了，投到后一点自然流量都没有，因为抖音觉得你不配。

8.一个国家和社会，如果贫富差距过大，阶层固化，年轻人就永无出头之日，只想躺平，这个社会就会爆发经济危机，同理，在抖音上如果二八法则愈演愈烈，流量分配固化，就会打击新人入场的热情。靠算法驱动的抖音不会让这样的事情发生，它一方面用流量追捧新的爆款，一方面不断扶持新人和新品，但是没有人是抖音的常青树，没有人。只见新人笑，谁闻旧人哭，但是新人终究也会变成旧人。

9.说到底，信息流会吃掉后一个铜板，在竞争激烈的抖音直播带货江湖，你的粉丝不是你的，都是抖音的，你终于相信公域做规模，私域做利润，微商才是人间正道。我们群里坚持多年从抖音上投信息流引流到微信的女装老板据说已经年利润过亿了。

10.甭管流量有多卷，搞直播有多肝，抖音仍然是全线上拉新成本低的一个渠道，不接受反驳。获取流量从来不是难题，难的永远都是人货场的承接能力