

# 淘宝、抖音、快手、腾讯四大直播电商流量运营逻辑

产品名称	淘宝、抖音、快手、腾讯四大直播电商流量运营逻辑
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

淘宝：关注信任，分级

淘宝综合客户搜索行为及店铺收藏等，将客户画像（近期关注什么、品牌偏好、价格偏好等）化，进而实现商品内容千人千面。开始淘宝也是以内容切入直播，渐渐转为主播分级引导公域流量。

，来看看淘宝主播的分级。综合经验及，将主播分为TOP主播、腰部主播、新进主播。一方面，从直播场次、直播时长、平台活动完成率、粉丝留存率四个维度评估主播的经验，尤其是直播场次+时长至关重要，所以我们经常可以看到即使李佳琦、薇娅等TOP主播也是维持一周至少5次平均3个小时的直播。另一方面，从单场直播栏目设置、有效宝贝投放、月直播订单、进店转化率、订单退货及差评售后服务能力六个维度评估主播的。主播需要积累经验值和分来提升自己的等级。

第二，来看淘宝流量分配的逻辑主要是综合标签属性、主播等级、活动排名。首先，标签属性很好理解，就是官方和粉丝定位直播间的属性，进而官方会根据属性来分配对应的流量，通俗点说就是直播大类，可以是美妆、生鲜、服务、水果等，根据用户的浏览及消费习惯曝光相关的直播间。其次，主播等级越高，直播权益也就越多，被官方、粉丝看见的机会就越大，这也是为什么高层级的店铺或主播不用愁流量。后，淘宝官方通过举行各种大大小小的排名活动，例如类别直播打榜位列前面，直播间曝光范围更广，可以被更多人看到。

抖音：算法推荐，轻粉丝

围绕“我是谁”、“我在哪儿”、“我想看什么”三个问题，抖音构建了用户、环境及内容的推荐算法。

步：冷启动初始流量引导。如果视频通过审核后，系统会分配一个初始流量池，初始流量包括该账号的粉丝及可能喜欢该视频的用户。

第二步：视频加权计算再推荐。冷启动视频获得300个播放量，综合播放率、评论率、点赞率、完播率加

权计算，如果符合第二次推荐的要求，视频会被推荐到第二个流量池，获得3000左右播放量。

之后就是重复第二步，统计数据，加权计算，再推荐，每一次推荐都将获得更大流量。由此可见，抖音算法决定推荐内容更优质，无需用户和运营者更多操作，平台中心化加剧，用户平台忠诚度越来越高。

快手：分发公允，保护私域

快手流量分发的底层逻辑是控制头部主播曝光，让更多的中小创作者曝光机会，长尾作品被更多用户看到。直播间主要在关注、同城页面被推荐，双列呈现在用户端：

“同城”分发：根据在线人数、互动数等直播间热度进行推荐，以瀑布流式双栏展现。

“关注”推荐：立足互动性强，注重社交、陪伴，所形成的老铁文化是快手的文化根基。粉丝对关注的主播个人通常有较强的认同感，直播间开播时往往会被推荐在粉丝关注页靠前位置，引导用户进入，维持铁粉粘性。

此外，快手还有“互粉”推荐，综合你关注的人、有N位好友共同关注、你可能认识的人、他在关注你进行推荐。