

抖音电商直播，流量到底从何而来？又该如何运营？

产品名称	抖音电商直播，流量到底从何而来？又该如何运营？
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

为解决这个问题，我们首先要知道直播间的流量是怎么构成的，其次才是如何往直播间里面去做引流。

以前，我们通常将直播间流量分为五大组成部分，短视频流量、同城流量、关注流量、广场流量和广告流量。直到1月份，巨量官方上线了“电商罗盘”功能，该功能将直播间流量拆分为13大渠道，包括：短视频推荐、直播推荐-推荐Feed流、直播推荐-推荐广场、直播推荐-其他、直播推荐-同城feed流、个人主页、关注tab、搜索、竞价广告、dou+加热、品牌广告-toplive、品牌广告-其他。

其中，“直播推荐”的阵营为庞大，包含：直播推荐—推荐Feed流；直播推荐—直播广场；直播推荐—同城Feed流；直播推荐—其他。

从字面意思上来看，其实指的就是具体的流量来源渠道：推荐Feed流是默认推荐页；直播广场是在广场页；同城Feed流是同城页；其他是其他页面的推荐流量，比如话题页等

用户进入直播广场会有两种方式，其一是直接点击默认推荐页左上角的【直播】按钮，其二是在点击默认推荐页任意非广告的FEED直播推荐内容，进入直播间后进行上滑操作，刷出更多直播间。而在直播广场中，也会有两种展现形式，分别是单列推荐和双列推荐，单列推荐就是直播内容本身，而双列推荐展示的则是直播间封面。

登陆过电商罗盘的朋友可能会注意到，在不投放的前提下，“直播推荐—推荐Feed流”和“直播推荐—推荐广场”通常是直播间流量重要的组成部分。尤其是电商直播间，绝大多数销量稳定的电商垂类直播间中，推荐Feed流带来的流量要远高于直播广场带来的流量。