

# 电商直播间引流怎么做-电商直播推广怎么做

产品名称	电商直播间引流怎么做-电商直播推广怎么做
公司名称	佛山市微禾网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	佛山市禅城区张槎古新路南新创业园E区南座3楼301室(住所申报)
联系电话	17576014848

## 产品详情

电商直播间引流是一种liuliang的方式，能够帮助电商直播间快速带来适配的liuliang直播间的直播热度，促进转化率。目前电商直播间引流支持商品推广、douyin推广、直播推广三种方式。

### 一、商品推广-直播间引流

#### 1、产品介绍

- 1)提供7种转化目标和双出价，满足客户不同投放诉求
- 2)支持多维度的定向，圈定个性化直播受众群体
- 3)支持直播间引流用户互动及商品数据披露
- 4)能够触达高意向直播购物人群，tisheng长期GMV价值

#### 2、投放玩法

##### 1)创意素材准备

制作直播间直播还原、或原生化剧情短片的视频素材，结合强直播提醒文案，直接刺激对直播感兴趣的使用直播间直投样式，无需制作素材快速投放

##### 2)定向设置建议

提前推送电商直播人群包，通过直播人群包快速触达品类直播关注用户，tisheng直播间活跃度通过直播内容相关的标签和达人，全面覆盖潜在直播用户群体，触达更多的新用户

##### 3)投放实时优化

通过广告后台监控投放数据，根据计划和创意的效果指标及时调整出价和投放预算

关注直播间主播转化情况，及时调整引流速度和引流节奏，避免出现投放引流和直播间转化断档

### 二、douyinhao推广-直播间引流

#### 01 产品介绍

- 1)feed直投和短视频样式引流两种创意样式可供选择
- 2)为原生直播间引流，功能全面，可gua购物车
- 3)五种转化目标供选择，全面覆盖转化链路各环节
- 4)成本低，在保证直播质量时更容易获得正向效果

## 02投放玩法

### 直播前投放节奏

### 直播中投放节奏

## 三、DOU+直播上热门

### 01产品介绍

直播前用短视频；无需选择视频即可直接加热直播间，tisheng直播间在推荐流的曝光量，吸引更愿意看短视频加热直播间，通过加热用户选择的原有视频作品，在推荐页触达更多用户，使其通过该视频作品引

### 02投放玩法

直播时间：每天定时直播，保证开播频率，培养粉丝观看习惯，增强粉丝粘性。

主播选择：不同风格的产品匹配不同类型的主播，更加，试穿效果更佳，粉丝易种草转化

直播DOU+投放玩法：视频投放配合直播间的投放玩法，tisheng整体liuliang

#### 1.直播前：

直播前的准备阶段十分重要，关乎到直播的开始、导流的效果是否顺利。预热阶段需要做哪些准备阶段呢？

宣传预热。直播开始前一周左右可以在自有平台和社交平台上提前进行宣传预热。以通知老顾客和吸引新的潜在顾客来观看直播。

直播内容。直播前可以制定好直播的内容大纲和直播中需要推荐的商品，这样整体直播流程较为可控。

直播标题。直播标题很重要，在能体现直播主题的情况下起一个有意思的能吸引眼球的直播标题。直播的宣传图和宣传文案上都可以围绕统一的主题做文章。

虚拟观众。在做直播时可以先预设好一定量的虚拟观众人数，让直播整体观看人数看起来比较多。一来可以给主播正向激励，二来可以让观众感觉直播间renqi旺盛。

忠实顾客。直播需要预设“忠实顾客”，提前设定好各个时点需要的潜台词，用于制造火热互动气氛。

#### 2.直播中：

直播时一定要面带微笑，充满自信。让观众感觉到一些正向的能量，刚开始直播时可以先和观众聊聊天进入状态再开始切入正题。

介绍商品时可以在导购APP中将当前介绍的商品设置推荐，以便于顾客快速goumai。

有新观众进入直播间要向其打招呼，让观众有种被主播关注的愉悦感。

在做商品推荐型的直播时不要单纯的介绍商品，要注意观众的留言，多和观众互动聊天，同时尽可能多的满足顾客对商品展示的要求。

要不时植入品牌/商品/活动信息，以及店铺所在地址等，引导顾客到店消费。

## 3.社交玩法

4种社交玩法，有助于电商商家后续直播的高效展开。

扫码加微信群。利于粉丝积累，便于后续顾客互动或活动发布。

微信群发红包+商品链接。商家可以设定“忠实粉丝”并积极互动营销，便于聚集顾客注意力，引导进群，关注产品推介。

直播窗口/微信群发指定口令，前X名线下领小礼品/发优惠券。便于聚焦顾客注意力，参与直播，以及光顾线下实体店。