利用直播间的“ 参照效应 ”，让你的粉丝毫无顾虑地买单

产品名称	利用直播间的“ 参照效应 ”，让你的粉丝毫无顾虑地买单
公司名称	杭州鸿石文化创意有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘区8号大街1号3幢（东楼）一层102室（注册地址）
联系电话	13073622632 13073622632

产品详情

导语：

人在判断价值、做决断的时候都是相对的，我们天生就喜欢对比，而这个“ 对比 ”在很大程度上影响了我们的决策。利用对比，是人类觉醒的又一个最原始本能，它无比强大，根本就是无处不在，欲罢不能。

而一个好的参照物，能让粉丝很快就了解产品核心特点，评估其价值，这就是对于参照效应的利用。

参照的目的就是为了更加突出你要表现的目标项，而且消费者立马就能get到，让他立马做出决策。它比大量的形容词、数据、理论等都要更加实用。

接下来，星哥会用四个案例来讲解参照效应在直播间的具体运用，主播可以即学即用，机构负责人/运营也应该转发给主播看看哦！

【案例一】

主播在直播介绍产品的时候，不妨想想自己介绍的产品和粉丝熟悉的东西有哪些相关性。粉丝更容易记住对他有意义的，或者是以前熟知的东西，而且倾向于看到他想看到的东西，越贴近自己的经验就越觉得安全，同时也越容易接受。

有位主播在直播间介绍一个南孚迷你充电宝时，依据商家给到的脚本和详情页产品尺寸参数，照念了十分钟都没有出单。

主播机智的拿起身边的一只口红，和迷你充电宝进行的对比，并把充电宝和口红同时放到口袋中，解释充电宝的大小，瞬间出了50多单。

【案例二】

主播在表达产品的性价比的时候，有时候任你喊破喉咙，像地摊大甩卖似的强调价格，粉丝仍然不买单。这时候，可以事先准备一些同等价格参照物的消费事件或者不同购买场景的进行对比。

比如，秒杀一款49的针织衫：

1）彩打一张烧烤店餐牌的图片，对比吃一顿烧烤价格。

2）对比在实体店购买同等质量的产品的价格。拿出一条有实体店吊牌标明价格的同等质量针织衫进行对比。

【案例三】

在说明产品性能的时候，为了凸显产品的高质量，可以多开脑洞，借助一些道具，使得讲解更有说服力。

主播在讲解加厚丝袜时，为了表现丝袜的弹性和牢固性，放了一个菠萝在里面，助理拿丝袜开播一端，主播拿菠萝一端，两边同时抻丝袜。丝袜没有任何破损，显示丝袜的品质良好。

【案例四】

利用不同材质的物品进行拆封对比，更加有说服力和冲击力。

主播在介绍一款加绒打底裤，拿一款不加绒的产品做比对，现场剪开膝盖部分，拿出两个小块进行对比。

主播在介绍一款羽绒服的时候，拿了一款棉服做对比，分别用剪刀剪开，拿出里面的材质现场用打火机烧。烧了后，看结成的颗粒，轻捻下看，成灰的是羽绒；捻后不变结晶的，是化纤制品。

结语

利用粉丝已经理解和熟知的事物，来解释未知事物。能够让粉丝短时间理解各种未知事物、未知产品、未知概念或者未知功能，并产生具象的画面，威力强大。

而只有粉丝对产品本身建立充分认知和理解后，才能对你的各种优势以及卖点产生兴趣，进而愿意掏钱！

作者：鸿石传媒 一直在淘宝行业摸爬滚打有了10多年的经验，在直播行业也是一个资深的专业机构，我们有专业的运营团队，手底下有二十多个签约主播，单场直播最高销售额270万，有想做直播行业的可以搜索微信公众号：鸿石传媒

鸿石传媒官网www.tbzb1.com，直播代办vx:taobaobbs 专业开通淘宝直播权限及浮现权