

淘宝直播现状分析，淘宝直播代运营，蘑菇街直播代运营

产品名称	淘宝直播现状分析，淘宝直播代运营，蘑菇街直播代运营
公司名称	杭州尚好网络科技有限公司
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101室（注册地址）
联系电话	15558098229

产品详情

淘宝直播现状分析，淘宝直播代运营，蘑菇街直播代运营

从2016年的夏天到如今，才两年多的时间，“淘宝直播”机构、商家和主播从观望到跟进，热情一浪高过一浪。然而，时而6到飞起，时而跌破谷底的直播数据，让主播的每一步都如履薄冰，之前的流量思维似乎在打着“内容生态旗号”的直播间里不怎么好用了。

很多商家和主播发现，那些看似简单的直播内容，自己亲手做的时候，反而处处掣肘，不那么容易。淘宝生态圈，一半是海水，一半是火焰。有人从足底主播一路熬到头部主播，成为拥有几十万忠粉的“红人”；也有人入不敷出，养活自己都成问题。

这其中，数量众多的中腰部主播是压力最大，人数最多的一个群体。未来平台有哪些扶持政策？商家、主播未来该怎样规划？什么样的直播间最吸引人？

针对粉丝数在2万以下的“新晋主播”，淘宝直播有45天的扫盲班，手把手教你做直播，还有各种实践任务，同时给予流量扶持，帮助主播完成初期成长。腰部主播则可以通过每个月26日的“排位赛”来学习头部主播的直播间玩法和套路，因为打榜赛，每一位头部主播都会“放大招”。

从最初有人扶着你走，变成了你自己跑，甚至还有强大的对手来阻击你，这个时候中腰部主播应该更注重专业化和自身特色。形成“人无我有，人有我优”的差异化优势。平台正着力打造垂直类目主播：比如母婴、家居、食品、电器等。只要你深耕垂直类目，让自己在某一方面变得更有专业度，就能逐渐突围，形成优势壁垒。那么对于头部主播来说，是不是已经触达天花板了，还有发展空间吗？

对于已经是趋近明星的头部主播，需要获得更多社会声望、更高的知名度、承担更多社会责任。淘宝直播将带领他们走出直播间，去参加更多有社会影响力活动。对于一些SKU比较少，并且没有直播经验，但也想涉足直播领域的商家，有些什么建议？

SKU较少的产品，就几个单品，翻来覆去自播不科学。这种情况下，就需要主播来做混播场，通过多个直播间刷脸，以及在直播间人群里的反复种草，进入消费者心中的“直播间必买产品清单”。目前，除了少数本身就自带流量的网红主播，大多数主播都是赤手空拳，白手起家。这时候，运营团队可以为主播做哪些支持？

淘宝主播带货，一半靠能力，一半靠运营。主播并不是团队唯一的赌注，更多的是看运营团队的水平。有些主播的运营团队是非常了解淘宝的玩法的，比如说，专享价、活动抽奖这些，把一些店铺玩法复用到直播间里效果也不错，还有一些直播间里短平快的玩法，比如每隔十分钟发起一次抽奖或者答题。直播间活动讲究实时性和互动性，根据观众的变化而变化。这样的直播间一般成长速度都比较快。”

在商务能力方面，优质的运营团队有良好的洽谈和运作能力，比如选择什么样的商品给什么样的主播，价格、质量、类别如何做直播排序、什么时候上，怎么讲，怎么卖，都要做好规划。如果运营水平高，大概在半年内，新晋主播能够上升至腰部甚至‘胸部’。”

如果运营团队不强，主播只能一点点积累粉丝，在不断的试错当中成长，不断纠错，形成个人特色，这个就需要四个月到半年，甚至一年的时间，才能够迎来爆发。虽然这样成长缓慢，但是从另一个方面来看，走得扎实，弯路变成经验值，量变还是会引起质变。

直播间里没有一条路是所有人都走得通的，但却有很多条路通向成功。曾经有一个主播，连浮现权也没有。但她的直播间同时在线观看能达到7000至2万。最大的原因是：主播所讲的内容，选的商品，运营团队的员工都爱看，且乐于二次传播，分享给亲朋好友，每个人都形成了一个自媒体。这就是所谓“己所不欲、勿施于人”。

那么在淘宝直播群里，常有主播反应，前一天还赚得盆满钵盈，第二天就流量暴跌，这是因为淘宝直播没有给到匹配的流量吗？

淘宝直播间的逻辑不是流量池，是内容池，淘宝直播间的流量涉及到浮现、公域流量和私域流量三个方面。浮现是“外面的人能看到你”，公域流量是“看到封面图点进直播间的人”，私域流量则是在直播间里长期蹲守的人。数据暴跌可能是运营、货品、主播状态和选择的标签、时段等各个方面出了问题，或者活动根本就不吸引人。

买家三过门前而不入，极有可能是封面图、引导语、标签不够吸引人。这和平台匹配的“门前”流量无关，公域流量为零也就是“门前人”的流失。平台不会限流，无论是头部、腰部还是新晋主播在算法面前，都是没有标签的。粉丝活跃，复购率和加购率高，会让算法匹配入更高的流量。就像“这家生意好，大家就会围过去”的线下门店一样。

每一个淘宝直播间都像电视购物，虽然直播间没有电视台那么精美，但销售的货品却更有质量保障，这也意味着，低价倾销和低质量商品在直播间内是不被扶持的。高频的大减价促销，对直播间的生态来说是不健康的。几块钱的廉价商品，可以尝试“特价版淘宝”做直播。淘宝直播客单价很高，复购能力也强，上千的衣服和化妆品也能做到一晚上数千万的销量。和双十一的促销逻辑不同，直播间是“种草逻辑”，给产品添加本身以外的附加值。

低客单价对主播的成长也十分不利，低客单价意味着低佣金和低毛利率，那就不需要主播这么深度讲解演示的服务了。主播的价值也就被削弱了，到最后只剩下一群对着镜头，重复同样说辞的“人肉复读机”，这是谁都不愿意看到的。所以对于主播要增粉，给大家一些建议：

第一，以金钱为驱动的主播不会太好。目前还有许多淘宝红利还未启动，心态要稳。

第二，运营太过强势的直播间也很难增粉。不要做扭曲主播的事情，有些主播明明喜欢播零食，但到了中腰部之后，机构觉得主播该产出更多能量，就帮她接化妆品、服装等商品，到最后主播崩溃了。

第三，心态稳定，还包括状态的稳定。稳定开播时间、开播时长，每一件宝贝的发挥也要稳定，每一场都比上一场进步一点点就很厉害了。

最重要的一点，是不要违规，直播过程中，有很多运营机构和主播都对淘宝直播规则是不太清楚的，因为我们的规则比较细，而且复杂，在做到腰部之后，面临的挑战比较多，有时候会挑战和忽视规则，卖假货是淘宝直播规则中的红线，绝对不可以碰的。