

淘宝直播运营 直播间流量下滑的五个原因

产品名称	淘宝直播运营 直播间流量下滑的五个原因
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

淘宝直播运营 直播间流量下滑的五个原因

淘宝直播运营—直播间流量下滑的五个原因

开淘宝直播的都希望自家直播间能顺顺利利，流量节节攀升，然而几乎每一个主播都碰到过流量下滑的原因，只有找到造成流量下滑的真实原因，才能有针对性的制定解决方案，将下滑的流量挽救回来

流量下滑的原因

1. 平台影响与行业大盘的影响平台影响；今年已有两次主播反馈直播间流量出现断崖式的暴跌，一次是3月份的直播盛典，一次是近期的6.18，像这种活动一般腰部主播跟底部主播直播间的流量会比较少，尤其是底部主播，主要是小二是需要通过头部主播完成GMV，同时塑造影响力。行业大盘影响；很多类目的商品由于淡旺季原因或特殊市场环境的原因，会出现整个行业大盘的动荡，由于受到这种原因的影响，当大盘出现整体下滑的时候，只要你的下滑幅度小于或等于大盘幅度，这个是不用担心的，基本上不需要进行处理。

2. 直播间粉丝增加，但流量出现下滑直播间粉丝减少，流量自然也跟着下降，这些大家都很容易理解。然而有些主播或许会有这样的疑惑，怎么我的直播间粉丝增加，各项数据也还行，但是流量却下滑了，不是粉丝增加，这时候流量应该是增加的呀，怎么会流量下滑的情况呀？这是由于你的竞争对手已经变化了。淘宝直播为了公平起见，不可能让一个新开的直播间去跟TOP直播间这样悬殊的去竞争，因此在淘宝的竞争体系中，只有同一层级的直播间才能进行相互竞争。也就好比，你是一个运动员，之前一直都是参加市里面的比赛，然后通过自己的努力可以去参加省里的比赛，而你的对手也从全市变成全省，这也就意味着你的对手变多，也变得更强大。也就是说，你的直播间在原先层级时的竞争力很强，给你匹配的流量也比较多，但是到了更高一个层级时，你的对手变得更强，你原先的优势都没有了，所以你的流量反而是有可能下滑的

3. 直播间权重低，导致流量下滑关于直播间权重有经验的主播就应该知道这些相关的维度数，观看人数，关注人数，直播频率，转粉率，在线时长，动销率，直播时长，内容精彩程度等相关维度会影响到直

播的权重。一般在新开通的直播间，获取流量的方式比较单一，直播间的流量不是很多，对新直播间动销考核没有什么要求，核心反而在转粉上面，随着粉丝的增加伴随流量的增加，对动销以及其他的维度逐渐考核进来。其他维度跟不上直播间整体流量也有很可能出现明显的下滑

4. 产品生命周期走向衰退期要知道，每个产品都是有自己的生命周期，而且淘宝总归是要推陈出新，给新品展现机会，当强有力的竞争对手出现时（可能是款式优势、价格优势等等），老的产品在走向衰退期时流量出现下滑是很正常的情况，这是无法逆转的。当我们失去竞争优势的时候，你的流量就会持续的下滑，这时候就证明产品生命周期到了。因此应对这种流量下滑的方式就是要有一个持续稳定的上新计划，然后你能在热销款生命周期的后半段，把新的热销款推出来。对此日常的数据观察是不可少的，在这种情况下还没有开始出现的时候，我们要准备新产品上架预热。当我们的爆款即将到达周期尽头时，预备款就要顶上去。如果只依靠一个爆款产品，那么当我们的爆款产品周期到了的时候。没有准备好新的爆款产品的时候店铺的处境就比较难过了。

5. 直播标签混乱流量下滑因为标签的原因导致的流量下滑表现也越来越明显。往往很多时候大家会发现自己直播过程中，频道的流量突然多了起来，甚至是暴涨的情况，但更多时候，这个暴涨的流量下去的也快。这是什么原因导致的？现在淘宝个性化推荐流量的比例的大幅度提高已经变成一个很明显的趋势。首先你要注意，频道流量主要是取决于店铺标签和产品标签的，你这个标签越明确，来自于频道的流量就越多。比如，原本你直播预告发布的都是一些适合低收入人群的商品，后来你上一些适合高收入人群的商品，这就会导致标签混乱，然后影响你的频道流量。随着个性化千人千面技术的提升，淘宝会优先将最有可能成交的商品推荐给消费者。举个例子，假如你直播间是卖欧美女装的，那么此时你的直播间标签就会是“欧美风连衣裙”，当消费者浏览过“欧美风连衣裙”时，你的直播间刚好符合这个标签，因此会被匹配上并得到优先展示。但是，如果你此时店中还有其他类型的宝贝，如高跟鞋、女包、配饰等，你的标签会变得很混乱，以致于系统无法判别你是属于哪个标签的，无法给你匹配上合适的人群，而导致你能获取的流量越来越少。