

小程序直播带货是新形势

产品名称	小程序直播带货是新形势
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

有的小程序直播的案例，梳理出小程序直播前、中、后三个阶段的运营玩法，并且会告诉每个阶段为什么用这种玩法，以及哪些商家适合这种玩法。让大家能够快速对号入座，直接复用。以下是正文，各位enjoy~01”蓄水“阶段（直播前）“兵马未动，粮草先行”，在一场小程序直播开始前，商家必须充分利用微信生态的系列

工具，让用户提前知道并记住有这样一场直播。注意这里分为两个动作，让用户提前知道，以及让用户记住。个动作不难，很多商家也基本做到了，但关键在于第二个细节，这也是目前大多商家所欠缺的，它涉及对整个预热节奏感的把控，以及微信生态工具的充分利用。直播预热的节奏感，从根本上说，就是降低潜在消费者厌烦情绪的

同时，持续增强甚至占领消费者对本次直播活动的认知。所以有经验的商家，一般在直播前会采取4波预热行动：波预热直播3天前。这一阶段的预热渠道主要在自有社群和导购朋友圈，适用大部分商家，因为这是目前大部分商家都拥有的渠道。商家先通过这两个渠道分发直播活动海报，预告优惠券的存在，调动起老用户、会员的参与

积极性，同时也给“老带新”留下足够的传播时间。第二波预热直播1天前。这一阶段的预热渠道主要增加了公众号，适用公众号有一定粉丝基础的商家。如果商家没有公众号但有一定预算，也可以选择目标公众号投放广告。这一阶段的公众号预热，它分为两步执行。是公众号推文，商家需要在文中明确活动细则（主要是明确优惠券领

取方式），然后引导公众号粉丝跳转并订阅商家小程序直播间；第二是菜单栏设置，将公众号一级菜单栏更新为优惠券领取，刺激从公众号主页进入的用户订阅直播间。至于自有社群和导购朋友圈，则负责分发此次公众号推文，引导未关注公众号的用户进入商家小程序订阅直播间，领取优惠券。以上各个位置的曝光安排，目的只有一个：被

用户看见，被用户记住，增强用户的认知。第三波预热直播当天开播半小时前。和波预热一样，主要渠道是自有社群和导购朋友圈。经过前两次的预热，大部分用户对直播活动已经有一

