

主播是这样养成的

让每个商家都可以有自己的主播团队

解读电商直播

综艺直播&电商直播（综播和商播）

直播价值构成

直播发展历史

直播行业现状及未来发展趋势

直播典型案例分析

解读电商主播

电商主播是什么？

直播产业链模型

影响用户购买的因素：用户、商品、体验、品牌、服务、平台运营

主播到用户过程的受众分析

过程分析四步法

信任关系建立模型

销售转化四大制约因素

商品因素

主播因素

传播因素

用户因素

消费者购物心理分析

男女不同性别购物心理特征

购物过程中的表现形式及心理

电商主播销售技巧

基础层面&促单层面

基础层面七大要素

基础层面：准备工作五要素

基础层面：形式定位

基础层面：语言表达

基础层面：处理冷场

基础层面：互动须知

基础层面：心理现象

基础层面：学会反思

促单层面：降低消费理性因素

促单层面：降低消费理性方法

促单层面：提炼卖点

促单层面：8大方式方法

促单层面：内容直播（公域、私域直播案例）

总结

全景图：直播前准备&直播过程把控方法