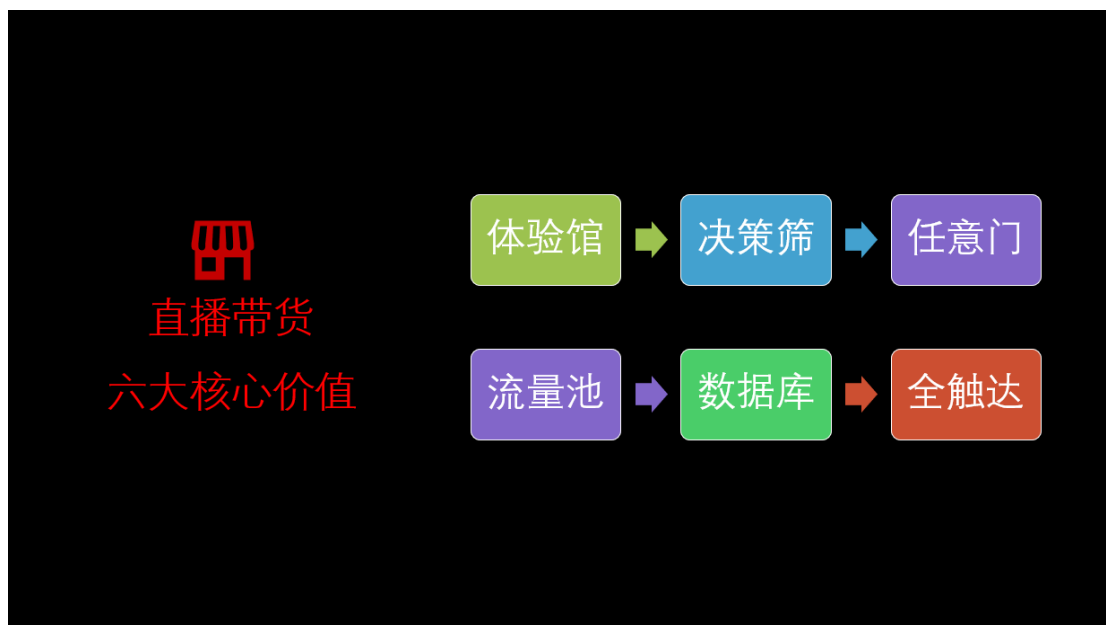
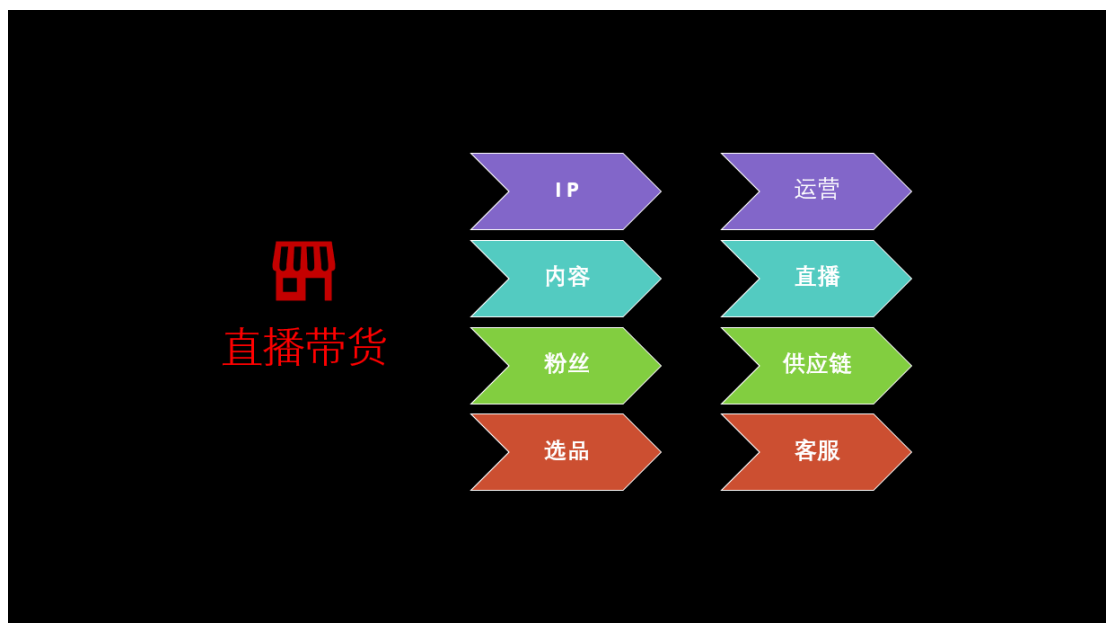


直播带货与全域营销（2天）

模型 1：直播销售优势图



模型 2：直播销售工作模型



课程大纲

第一节、 直播带货-环境解读与操作困境

1. 直播带货现象分析及理性认知 (#案例：罗永浩直播带货)
2. 直播带货四维产业链关系分析 (#案例：刘涛-刘一刀)
3. 直播带货销售本质及模式解读 (#案例：银泰直播)
4. 直播带货三大核心优势剖析 (#案例：薇娅的女人)
5. 实体转型困境及盲区 (#案例：一家鞋企的直播路)
6. 实体转型三大类主流平台对比 (#案例：老罗 vs 薇娅 vs 达衣岩)
7. [落地工具：《四大直播平台对比图》](#)

第二节、 直播带货-全域营销融合

1. 消费行为演绎与内核 (#案例：县长直播)
2. 五代消费者行为理解与分析 (#案例：宅经济与悦己体验)
3. 盈利模型与时代特征匹配 (#案例：百丽营销起与落)
4. Z时代环境下消费路径与销售对策 (#案例：一件衣服的购买历程)
5. 行为画像与工作重点 (#案例：王二蛋相亲)
6. [落地工具：《CAP-system 全域营销逻辑图》](#)

第三节、 直播带货-IP 打造

1. IP 解读与品牌 IP 化优势 (#案例：江小白与茅台)
2. IP 打造的四个操作原则 (#案例：物性与人性)
3. IP 打造的四维结构模型 (#案例：我有一壶酒足以慰风尘)
4. [落地工具：《直播带货工作模块参照图》](#)

第四节、 直播带货-内容输出

1. 信息传播的载体认知 (#案例：情书的演变)
2. 短视频渠道载体的特征与优势 (#案例：二泉映月)

3. 直播渠道载体的特征与优势 (#案例：铁棍山药 1 天卖空一个村)
4. 内容输出的三大核心原则 (#案例：植入式广告)
5. 内容输出的五个操作步骤 (#案例：鬼吹灯之龙岭迷窟)
6. 内容创意的四种主体类型 (#案例：高点赞量的四段视频分析)
7. [落地工具：《直播带货工作模块参照图》](#)

第五节、 直播带货-粉丝抓取

1. 粉丝画像与圈层经营 (#案例：罗永浩的圈层经济)
2. 粉丝利益锁定与终身价值 (#案例：200 万全免单的利益权衡)
3. 热点反应能力与口碑传播 (#案例：信良记小龙虾)
4. 从吸粉到裂变的核心操作模型 (#案例：从一见钟情到厮守终生)
5. [落地工具：《吸粉裂变核心操作模型》](#)

第六节、 直播带货-直播流程与运营

1. 直播选品与供应链支撑 (#案例：性价比的新定义)
2. 直播后台与客户服务匹配 (#案例：70%差评来源)
3. 直播带货基本工作流程 (#案例：紧急 24 小时)
4. 直播带货团队匹配和岗位职责 (#案例：苦逼的直播运营官)
5. [工具：《直播带货流程和工作对照表》](#)

第七节、 直播带货-主播呈现

1. 主播呈现三原则 (#案例：朱广权直播鉴赏)
2. 训练：主播表达实操训练
3. 粉丝触发的结构性话术和技巧 (#案例：老铁与宝宝)
4. 吸粉裂变的结构性话术和技巧 (#案例：榜一大哥与连麦互推)
5. 旺场带动的结构性话术和技巧 (#案例：看鸟的故事)
6. 终场期待的结构性话术和技巧 (#案例：两段直播结束的视频分析)
7. [工具：《结构性话术对照表》](#)

第八节、 直播带货-变现技巧

1. 消费引导的观念植入技巧（#案例：非诚勿扰）
2. 商品展示的情景化呈现技巧（#案例：从 FAB 到 131）
3. 价格说明的比例偏见引导技巧（#案例：打折与降价）
4. 促单销售的心理账户转移技巧（#案例：一包烟钱）
5. 五大类粉丝提问的应对技巧（#案例：这个颜色有点土）
6. [工具：《销售促单与成交技巧对照表》](#)

第九节、 直播带货-工作模型

1. 工作模型-直播带货八大工作模块
2. 实体企业转型直播带货优劣势分析与工作重点（#案例：红蜻蜓转型解读）
3. 直播带货与实体经营的对接融合（#案例：吸粉锁粉与变现）
4. [落地工具：《直播带货工作模块参照图》](#)