

成交高手：直播带货实战训练营

(本文档包含 2 天标准课程大纲、直播间搭建及清单、平台规划、训战规划)

【课时】 2 天 (本文档为 2 天集中培训方案，如有条件建议后期可接 3 天实战带练、训战或者大赛)。

【导师】 傅一声老师 (国家首批高级互联网营销师，国家首批直播销售员，运营商领域新媒体专家)。

【项目简介】

在 5G 到来与全球新冠疫情的大背景下，各行各业都在探索新渠道、新模式与新营销。尤其是通信运营商，自疫情以来更是率先探索数字化转型、数智化转型。

直播逐步成为全社会所有企业的标配，各条线人员，尤其是与业务或宣传相关的岗位，直播技能已经成为必备的岗位标配技能，常态化直播也成为移动、联通、电信部分省市的常规工作。

为推进数智化转型，加速直播能力持续优化，拟打造标杆直播品牌，实现全省/市/区县的人、货、场的充分整合，赋能各条线或营业厅能够具备自主直播能力，培养能直播、懂运营、会转化的团队，通过对各大触点的直播运营，持续强化新媒体运营能力。为此，将组织本次培训，与后期一系列的直播赋能培养项目。

【直播平台矩阵建议】

1. 选择一：开通微信视频号，将公众号和视频号绑定，下属直播团队分时段排班直播。

好处是：统一运营平台、且便于开展自上而下的常态化直播。

2. 选择二：各营业厅用自己的企业微信，或者小程序直播。

好处是：全面开花，激活存量客户与周边潜在客户，激发所有人的主观能动性，包括手机卖场等。

3. 选择三：有在玩抖音的同学可在抖音直播 (要求 1000 粉以上)，没玩抖音

的同学不建议使用抖音进行直播)

好处是：玩得好的同学能够吸粉几万至上百万。

【课程大纲】

第一章 理论学习：运营商的新媒体运营

1. 2022 年的新媒体运营分析

- 2022 年的最新互联网运营趋势；
- 公域流量获取+私域流量经营；
- 平台与渠道分析（抖音、公众号、视频号、小红书、掌厅等）；

2. 行业案例深度分析

- 移动通信/中移在线部分省公司优秀案例；
- 中国联通的网红经济与电商渠道带货；
- 中国电信部分地区两微案例；
- 行业里的优秀学员个人案例；

3. 客户画像与客户盘点

- 选客户-做画像-定目标；

第二章 系统策划：从 0 到 1 搭建直播

1. 直播模式设计

- 直播三要素：“人、货、场”；
- 营业厅的人货场设计与资源整合；

2. 场：直播间搭建

- 场地搭建；
- 设备介绍与实操；
- 软件介绍与实操；
- **练习：按照操作手册实操**

3. 人：IP 定位

- 直播团队配置与分工；
- 主播技能提升；
- 运营技能提升；

- **练习：主播定位表**

4. 货：选品组合与带货技巧

- 自有产品的选品；
- 四类产品的组合；
- 不同客户群的推品逻辑；
- 异业选品逻辑与搭配技巧；

- **练习：选品表**

第三章 方法落地：直播带货实战手册

1. 产品直播话术脚本撰写

- 小单业务（流量包、短期包等）；
- 宽带；
- 套餐、号卡；
- 数字生活；
- 权益与客户关怀；
- 异业等；
- 练习：分组练习-评审-优化；

2. 直播流程策划表

3. 直播流程话术

4. 互动方法与技巧

- 留人技巧；
- 抽奖技巧；
- 引导转发；
- 才艺植入；

5. 直播复盘

第四章 成果转化：线上销售技巧

1. 下单流程

- 下单流程体验；
- 下单操作示范；

2. 展示物料

- 画面物料；
- 产品物料；
- 促销物料；

3. 跟网红学带货技巧

- 案例工作坊 1：薇娅卖锦鲤卡；
- 案例工作坊 2：电视购物经典案例拆解；

4. 主播与团队的持续修炼

- 如何 4 小时直播不累？
- 如何避免触犯禁忌？
- 如何应对黑粉？
- 没有人看怎么办？
- 常见的突发状况的应急措施？
- 危机公关与舆情处理？
- 人手、资源不够时如何坚持直播？

后续赋能计划建议：

(一) 培训后立马衔接 3 天分批实战带练，流程如下：

1. 直播前：前期筹备评审与优化（7 小时）

- 团队分工；
- 主播挑选与点评；
- 选品表；
- 产品话术；
- 促销政策；
- 展示物料；
- 流程彩排；
- 预告文案与物料；

2. 直播中：直播标准化与绩效转化（3 小时）

- 过程运营；
- 主播带货；
- 拉人与裂变；
- 社群引流；

3. 直播后：复盘与后续规划（2小时）

- 直播复盘；
- 数据分析；
- 改进方案；
- 后续规划；

（二）进阶培训续建议：

1-2个月的实践期后，建议挑选优秀的主播进行进阶培训（直播带货转化技巧）、直播运营的进阶培训（直播策划、活动策划、流程运营、用户运营、短视频）。

附：直播间搭建及设备清单