

---

# 《直播带货培训》

## ——万物皆可播，人人都可卖

**【时长】** 线下 2-3 天（每天 6 小时）

**【课程收益】**

1. 干货+演练+实战指导，全面掌握直播带货技能；
2. 懂得灵活使用新媒体营销手段，线上线下相结合；
3. 销售技巧贯穿其中，营销思维与销售方法结合；
4. 学会互联网引流、粉丝增长、流量深耕与变现；
5. 训练出优秀的销售型主播，兼职或负责直播项目。

❖ **全国直播培训大赛冠军导师**

**【讲师介绍】** 傅一声老师，常驻地：上海/江苏无锡

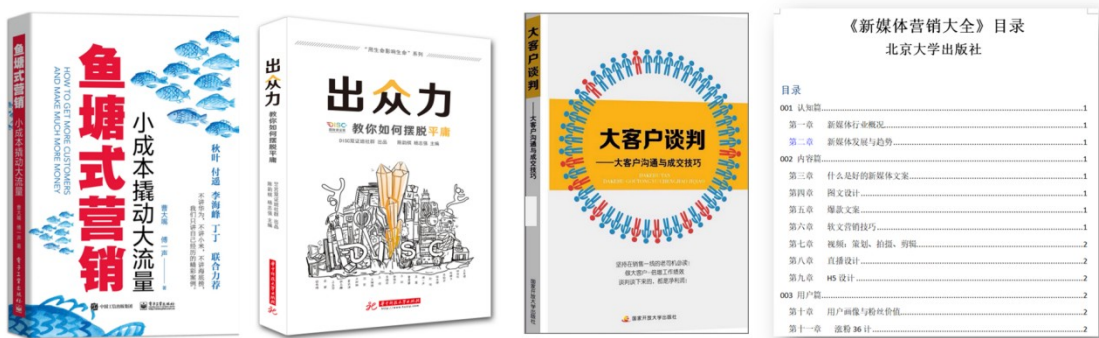
- 南通理工大学副院长
- 新媒体营销培训师
- 国家注册高级培训师
- 微博签约自媒体
- 知名自媒体人，知识网红 IP



百度百科



- 百度/今日头条签约作家
- 大嘴堂联合创始人
- 青年畅销书作家
- DISC 社群联合创始人
- 全网矩阵 3000 万粉丝操盘手
- **2020 年培训电商主播超 5 万人**
- 老师主要著作：《鱼塘式营销：小成本撬动大流量》《新媒体营销》系列教材、《创新创业案例》等。



## 【选择傅老师的五大理由】

### 1、 观点新，案例多

傅一声老师作为新媒体的“专业玩家”，始终探索最新最热的新媒体玩法，既研究新媒体大势，又亲自在一线操盘。傅老师坚持“永远用最新的案例，说最核心

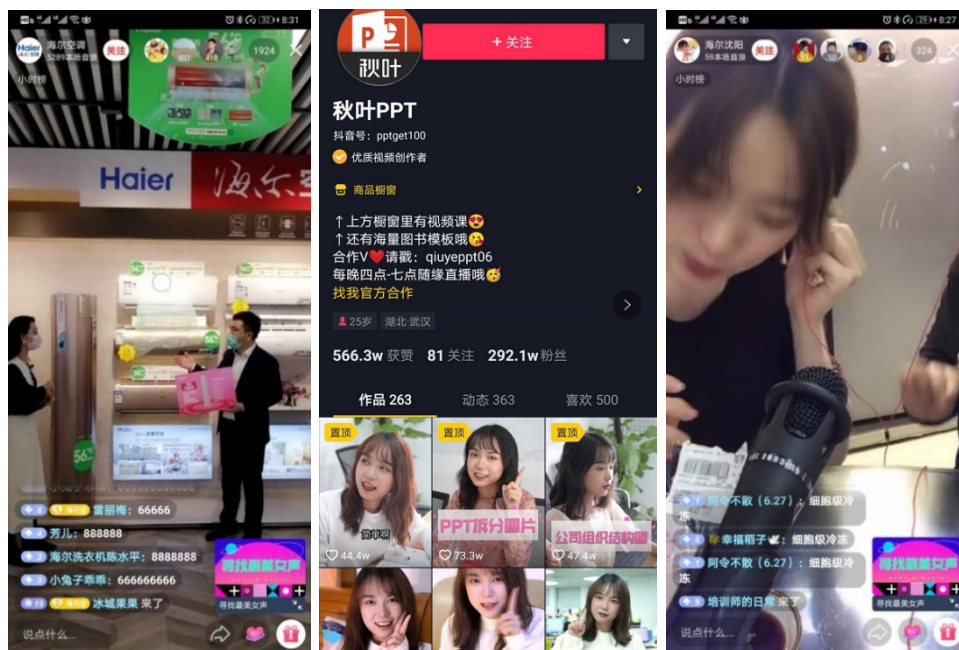
的观点”。例如，傅老师的课件中的热搜都要用当天的。

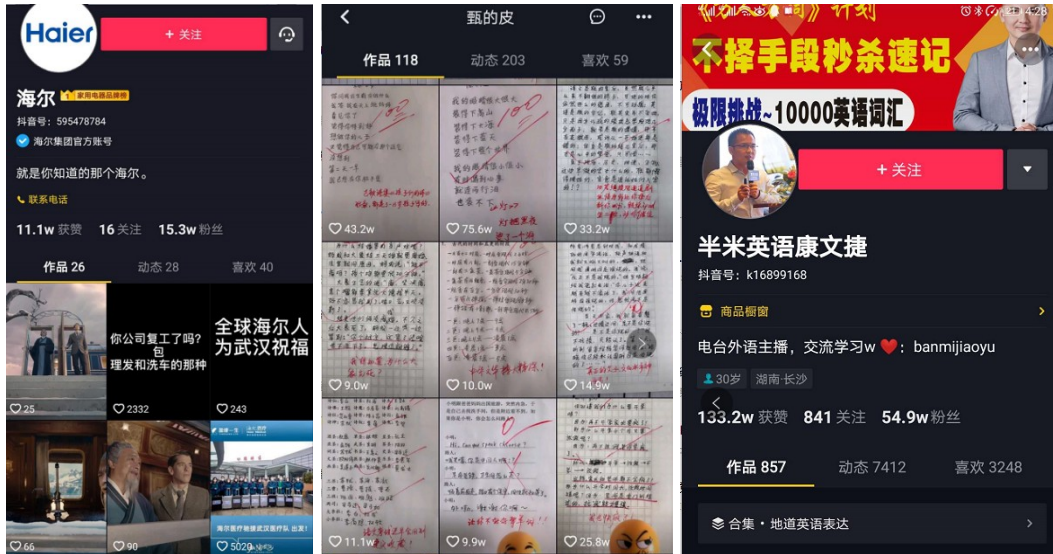
## 2、 创意多，脑洞大

傅一声老师的营销以“一针见血”著称，直击痛点，不搞虚的。学员一听就懂，立马能用。无论是做策划、理思路，现场互动中就能快速指出核心问题，并立即给到有用的建议，一步到位。

## 3、 实战派，接地气

傅老师拥有交通银行的从业背景，且负责的是所有业务、财务、产品的顶层设计，对行业熟悉。运营新媒体 4 年，操盘项目众多，始终紧抓风口，做“吃螃蟹的人”。





#### 4、幽默化，氛围好

傅老师的课程幽默有趣，非常“互联网”，“戏精化”的表达让学员立即理解，并当场记忆住。课堂氛围非常好，学员很开心，在快乐中学习，在学习收获！

#### 5、精准化，效率高

傅老师针对学员问题能够立即响应，并立马进行诊断，给出建议。课堂中针对学员情况可以立即做演练，傅老师反对夸夸其谈，反对光讲道理不给示范。课程有惊喜，答疑有尖叫。

### 【内容大纲】

#### 课前需调研：

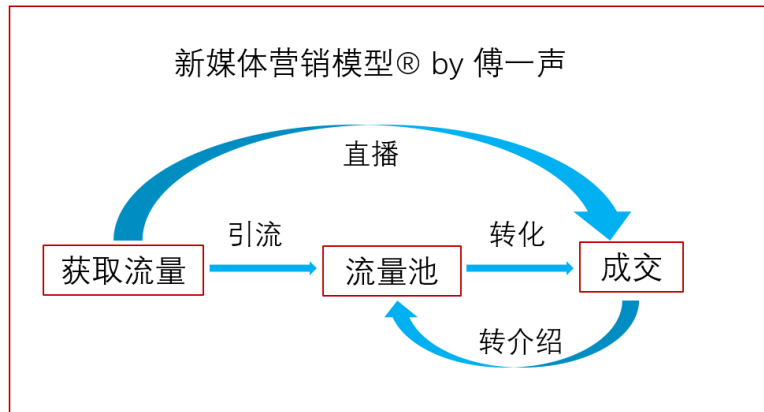
- (1) 学员做了哪些新媒体营销方式？有哪些成果与困难？

- 
- (2) 选取 1-3 个最有竞争力的产品，并列岀每款产品的三个卖点。
  - (3) 调研学员的性别、年龄、学历和岗位分布；过往经验状况等（表单调  
研）。

- **课前暖场视频：**综艺《极限挑战》中薇娅、贾乃亮、邓伦、岳云鹏直播片段■体会主播的能力素养。

## 第一章：抓住本质，跑通新媒体营销之路

1. 引入案例 1：疫情期间海尔家电如何使用新媒体逆袭？
2. 引入案例 2：门店招聘，直播技能成标配；
3. 短视频、直播、社交电商、社群、微信、朋友圈营销、自媒体、电商  
到底怎么玩？
  - 新媒体营销不是单一方式，必须要组合使用。
4. 一个模型看懂新媒体营销通路（重要）。



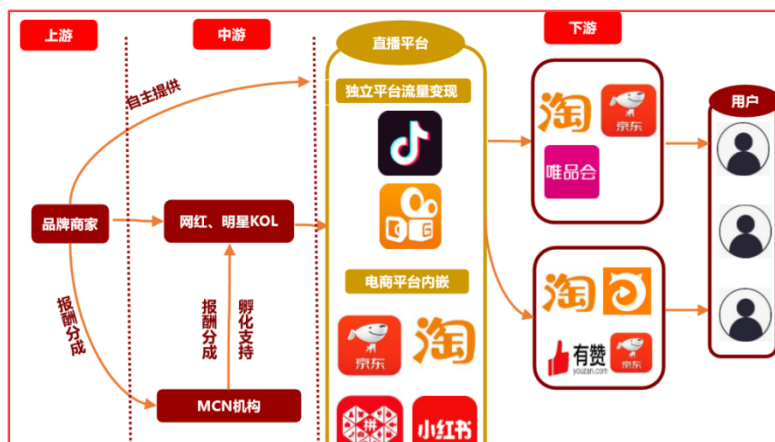
- 当前该如何获取流量？
- 如何打造私域流量池？
- 成交的 3 种路径。

5. “线下+线上”营销模式；

- **课堂研讨：我们应该走哪些路径？**

## 第二章：直播平台与定位

1. 直播模式介绍；



- 
- 流量 X 转化率 X 客单价=GMV
  - 直播电商最核心的逻辑是促单
  - 认知误区：带货不等于流量 IP
  - 电视购物与直播的相同点与区别

## 2. 电商直播格局与平台；

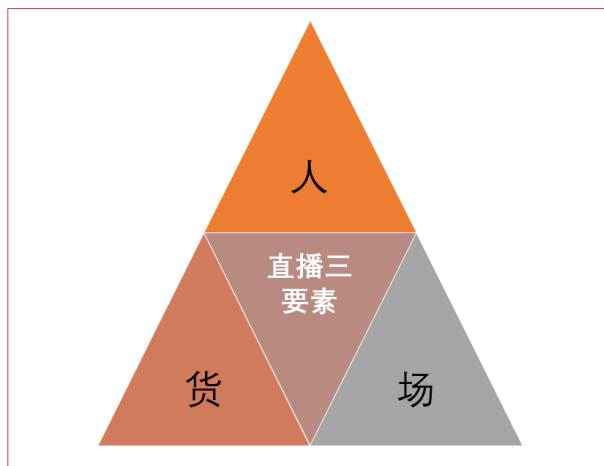
- 直播平台三大类型
- 抖音与快手的对比
- 淘宝直播与京东直播
- 微博、一直播
- 腾讯直播
- B 站
- 小鹅通等知识付费
- 小红书平台

## 3. 电商直播的三大模式：传统电商、社交电商、内容电商；

## 4. 直播定位：教你判断适合的直播类型

- KOL 带货：粉丝经济
- 矩阵带货：不求大但求多，规模决定生死

- 
- 渠道带货：适合推产品，毛利率低
  - 社群带货：综合指数最高
  - **课堂讨论：选择适合自己的直播平台与定位**
5. 直播底层逻辑：人、货、场



## 第三章：直播策划与执行

### 1. 直播工作计划表

工作类别	工作项	细节	负责人	时长	开始时间	截止时间
定位						
商品选款						
直播间准备						
直播筹备						
店铺运营						
渠道筹建						
测试						
开播						

## 2. 直播前中后策划——XXX直播策划

直播概况				
直播日期		主播 KOL		平台
直播产品				
参与人员	总导演： 主播： 场控： 运营： 客服： 托：			
推品逻辑				
商品顺序	1、 2、 3、 4、			
活动规则	1、 开场抽奖 2、 商品价格、优惠、数量等 3、 限时秒杀 4、 优惠券			
场外预热				
时间				
事项				
主题				
渠道				
物料				

### 3. 现场执行分工

项目	水军	客服	运营
时间	19:00/19:30/20:00 到位	19:00 到位	18:30 到位
人员	XXX	XXX	XXX
原则			
事项			
内容			

### 4. 运营数据的反馈

- 在线人数
- 峰值/谷值

- 
- GMV
  - ROI

## 第四章：场——直播间实操

1. 设备选择：如何配齐高性价比的直播设备；
  - 硬件设备
  - 灯光选择
  - 布景用品
  - 辅助用品
  - 直播设备介绍与清单（附资料）；
2. 场景搭建，如何又好又快地布置人气直播间
3. 直播平台的流量分配机制；
4. 直播间互动玩法；
5. 标题训练：如何写出吸引人的“吆喝”；
6. 封面训练：如何一秒吸引人人点击；

## 第五章：货——产品说明

1. 选品——爆品战略；
  - 引流款产品的五个关键

- 
- 爆款产品设计的三大要点

- 利润型产品的两种策略

- 鱼饵策略

## 2. 产品价值塑造

- 三点式价值说明法

- FBI 价值说明法

- 比较说明法

## 3. 销讲脚本设计（重点）；

- 直播内容的时间轴

- 策略维度

- 技术维度

- 脚本模板学习与示范

- 不同产品的脚本策划方法

- 开场设计

- 控场设计

- 成交设计

## 4. 道具准备；

---

5. 卖货策略：一场直播卖多少个产品合适？

◆ 作业：直播脚本设计与指导

## 第六章：人——销售型主播训练

1. 销售型主播的能力模型；

2. 顾问式销售；

3. 人设打造；

4. 主播的沟通与互动技巧

- 聊天
- 提问
- 应对评论
- 处理黑粉

5. 克服紧张，训练镜头感；

6. 发声与表达训练

- 如何保持6小时直播不累？——腹式呼吸、丹田吐丝法
- 如何让声音更好听？——共鸣腔训练
- 如何让声音有力量？——嘿哈、小狗喘气法

---

- 如何让口齿清晰？——绕口令训练

- ◆ 普通话训练——新闻训练法

- ◆ 节奏感训练——诗歌朗诵

- ◆ **训练方法与打卡**

## 7. 表情与肢体训练

- 眼神训练

- 微笑练习——“五”“爷”法

- 表情训练

- 肢体语言

## 8. 提升幽默感

- 幽默、滑稽、搞怪

- 幽默三宝

- 讲笑话的三大步骤（李诞推荐）

## 9. 好销售/主播都会讲故事

- 讲故事七步法（许哲荣的编剧课）

- 如何讲一个精彩的故事

- ◆ **讲故事与讲笑话比赛**

---

## 10. 话术训练

- 直播预告、开播欢迎、暖场、活跃气氛、种草、催单、感谢、下播等话术。

## 第七章：跟着薇娅做直播（14个技巧串流程）

1. 直播第一件事——抽奖；
2. 预告所有产品优惠；
3. 手机用户需求；
4. 将“缺点”变成“优点”；
5. 扩大产品的受众人群；
6. 语气抑扬顿挫，节奏把控到位；
7. ....

## 第八章：李佳琦直播带货技巧拆解

1. 直播销售前的准备；
2. 逼单技巧，收单技巧；
3. 讲买点，而不是讲卖点；

---

4. 李佳琦的带节奏技巧；

5. 直播间的心理学技巧

## 第九章：直播流量篇

1. 引入案例：李佳琦的微信营销策略；

2. 直播引流：直播间的初始粉丝从哪里来？

- 平台流量

- 同城流量

- 作品流量

- 购买流量

- 精准附近流量

- 线下流量

3. 让直播间不冷清的 3 种方法

- 冷启动

- 正确砸钱

- 习惯大法

4. 粉丝增长：做好用户留存，让你的粉丝再增长

- AARRR 模型：获取、激活、留存、变现、推荐

- 
- “公域流量-私域流量-营销转化”路径设计；
5. 流量深耕：如何维护好直播间的铁杆粉丝
    - 创建粉丝群
    - 直播通知
    - 粉丝转化
    - 粉丝归属感
  6. “鱼塘式营销”引流策略；
  7. 从老客户开始构建流量池；
  8. “直播+短视频+微信”组合拳；
  9. 直播禁区：前人为你踩过的十个坑

## 第十章：实战考核（半天）

两天及以上的课程，建议安排半天时间做实战考核，学员在第一天晚上撰写脚本，第二天结合所学知识进行“模拟直播”或“真实上线直播”，根据实际表现进行指导与优化。

### 【赠送资料】

手机直播操作手册；

电脑直播操作手册；

直播设备清单；

网络优化手册；

## 【典型案例】

1. 辅导海尔集团疫情期间全员直播带货，海尔冰箱创下 2 小时带货 2595 万的

行业记录，成为成功转型直播的标杆企业。

### 海尔冰箱开启全员直播 2小时带货2595万

作者: 亿邦动力网 来源: 亿邦动力网

2020-02-24 16:38

【亿邦动力讯】2月24日消息，从2月21日起，海尔冰箱开启全员直播，首创“1+N”的直播模式，“1”为一场标杆直播活动，即抖音平台的首场直播；“N”是指在多家直播平台开展覆盖全国的多场直播。据悉，2月21日，海尔冰箱官方抖音账号开启首场直播，内容包括场景展示、抽奖互动和在线答疑等，最高同时在线观看人数达10万人，最终实现2小时销售额2595万。

### 震惊!海尔冰箱直销员直播2小时带货27万\_储鲜



2020年2月20日 - 特殊时期,海尔冰箱聚焦用户“不敢出门但又想换新冰箱”需求,将线下门店的“销售尖兵”变成了线上直播间的“带货达人”,让消费者在家就能无忧、放心买...

🔍 搜狐网 - 百度快照

### 购物、服务两不误!海尔洗衣机开直播了,已做500场!\_洗衣机频道...

2020年2月21日 - 健康除菌类家电这段时间备受欢迎,想入手一台能消毒杀菌的洗衣机,可是出门怕病毒,在家愁售后,海尔洗衣机开直播,解决大家的购物和售后服务问题!

🔍 washer.cheaa.com/2020/... - 百度快照

### 海尔推出线上直播“带货”打造“云端”之家\_神州瞭望网\_新时代新...

2020年4月10日 - 以上场景是海尔在近期直播“带货”中,打造的云端之“家”的一部分。近期,由青岛市工信局与青岛新闻网共同主办的“健康空调节”直播正式上线。据悉,该...

🔍 https://zgszlw.com/scitech/kjy... - 百度快照

2. 培训中国移动终端短视频吸粉与直播带货，各省公司参与学习并实践，采用

线上+线下结合的方式互相引流，倍增流量，提升转化率。

傅一声

---

2020年6月5日