

# 企业如何玩转直播电商

## 课程背景：

突如其来的奥密克戎打乱了几乎所有国内企业在 2022 年的发展规划，在部分企业还头疼着如何完成年度营销目标的时候，有一部分企业已经走在了前头。快速的意识到短视频和直播对企业的价值并纷纷入场短视频的平台，当然其中以抖音作为最主要的战场，截止到 2022 年的 5 月，抖音日活用户数量已经超过了 8 亿，意味着每天有超过 8 亿人每天花在短视频直播平台的时间超过了两个小时，这是一股巨大的力量，如果说短视频是企业移动互联网经营的小学阶段，那么直播将会是大学阶段，它拥有更加灵活的产品销售方法和技巧，并且更加注重和用户的实时互动和感受，能够更加直观的去呈现这个企业所提供的产品和服务，并快速回馈用户并实现收益。

虽然很多企业都意识到了直播的重要性，但问题是大多数传统企业都苦于自身没有相应的人才储备，知识储备以及技能的储备，想做企业直播却不知从何下手。

姚海源老师拥有 14 年的媒体从业经验，从央媒到新媒体，拥有非常系统的媒体传播实战经验，特别是从 2018 年当国内直播电商开始兴起的时候，他就已经早早入局短视频和直播，是国内非常少见的，既能直播又能辅导企业的实战型导师。通过此课程，企业可以系统化的了解到基于抖音的直播电商的系统性玩法，以及还原整个直播的过程，让企业在最短的时间快速掌握直播电商的奥秘，并让企业能够快速通过直播电商实现价值和利润的倍增，快速实现商业变现。

## 课程收益：

- 系统性掌握企业自播的逻辑
- 掌握直播账号的清晰定位与账号搭建
- 掌握巨量千川的具体投流方法和技巧

- 掌握高效变现的直播话术和直播技巧
- 全面系统的提升企业自播转化变现能力

**课程时间**：2天，6小时/天

**课程对象**：企业负责人、市场营销人员等；直播人员，销售人员

**课程方式**：讲师授课+案例研讨+小组讨论+现场演练

## 课程大纲

### 第一讲：抖音电商发展历程对企业自播电商的意义

#### 一、抖音直播电商的发展历程

1. 短视频娱乐时代
2. 多类电商探索时代
3. 企业直播电商时代

#### 二、解读抖音经营策略及矩阵 **FACT**

1. 企业抖音电商的经营策略
- 2. 观大盘知天下：抖音大盘运营策略 **FACT** 经营阵地**
  - 1) F：商家自营矩阵
  - 2) A：达人矩阵
  - 3) C：营销活动
  - 4) T：TOP KOL

#### 三、基于抖音兴趣电商的内容推荐逻辑和三大经营思维

1. 抖音电商的定位
2. 推荐平台的算法模型：标签+特征——让你知道如何将好的内容推荐给对的人
- 3. 抖音电商的三大经营思维**

- 1) 人群思维
- 2) 赛道思维
- 3) GPM 思维

## 第二讲：抖音直播账号的定位策略

### 一、规划账号人群画像，做好账号人设

1. 人群购买偏好

#### 2. 人群偏好

- 1) 账号下的核心人群
- 2) 人群划分与消费力评估
- 3) 八大消费人群
- 4) 不同人群类目偏好

### 二、解析直播数据,校正账号定位及人群画像

#### 1. 人设定位

- 1) 高位势
- 2) 平位势
- 3) 低位势

**案例分享：**通过高平低三种势能案例拆解分析，让企业理解如何做账号内容

2. IP 人设场景定位法

### 三、盘点账号定位两大问题

1. 交易人群标签混乱
2. 粉丝人群定位错乱

## 第三讲：企业直播的搭建与管理

## 一、企业入局抖音五大误区

1. 大手笔投入
2. 盲目试错
3. 被“人才”忽悠
4. 痴迷“鸡汤”
5. 蜻蜓点水

## 二、优秀直播团队体系化的四种能力解读

1. 产品组货能力
2. 短视频内容创作能力
3. 直播间运营能力
4. 低成本引流能力

## 三、超凡直播间运营五维逻辑

1. 产品运营逻辑
2. 系统管理逻辑
3. 直播间运作机制逻辑
4. 团队分工逻辑
5. 运营逻辑

## 四、企业短视频直播团队的结构及工作内容

1. 主播岗位画像及工作内容
2. 优秀主播应具有的特质
3. 副播岗位画像及工作内容
4. 中控人才画像及工作内容
5. 场控兼直播运营的人才画像及工作内容

## **6. 抖音电商团队搭建五大要素**

- 1) 清晰的团队架构
- 2) 明确的人才画像
- 3) 合理的薪酬设计
- 4) 量化的招聘任务
- 5) 多样化渠道招聘

## **第四讲：企业抖音电商直播间的流量来源**

### **一、抖音电商直播间三类流量来源解析**

1. 十一大免费流量入口来源
2. 四大付费流量入口来源

#### **3. 核心三大流量入口**

- 1) 短视频推荐流量
- 2) 直播间推荐 Feed 流
- 3) 千川 PC 版本
- 4) 企业垂直类电商直播间流量对比

### **二、直播引流的短视频选题思路及创作原则**

#### **1. 电商短视频分类**

- 1) 垂直标签类视频
- 2) 挂购物车类视频
- 3) 直播引流类视频

#### **2. 电商短视频四个选题方向**

- 1) 产品生产场景

2) 博主生活场景

3) 产品使用场景

4) 产品交易场景

### **3. 电商短视频制作方式**

1) 混剪/分镜头剪辑类

2) 切片类

3) 直拍类

### **4. 三步，制作商品展示视频**

第一步：撰写脚本

第二步：拆解脚本，准备分镜素材

第三步：重组脚本及素材，输出多条电商短视频

## **第五讲：企业抖音电商直播间运营的策略**

### **一、快速打造吸睛直播间**

#### **1. 传统电商直播间与抖音兴趣电商直播间的区别**

1) 传统电商直播间--等、靠、要

2) 兴趣电商直播间--主动展示，吸引围观

#### **2. 良好的第一视觉是直播成功的前提**

1) 画面清晰

2) 品牌调性匹配

3) 独特的装修风格，持续性的新鲜感输出

#### **3. 直播间画面拆解及优化**

1) 站播直播间解读

- 2) 坐播直播间解读
- 3) 绿幕直播间解读
- 4) LED 屏直播间解读
- 5) KT 板直播间解读
- 6) 实物货柜直播间解读
- 7) 贴片的运用
- 8) 灯光的使用原则及打光方法

## 二、主播的自我修炼

1. 主播外观形象要求
2. 主播专业能力三核心：感染力、表演力、节奏感

### 3. 主播话术提升方略

- 1) 五个方法提升话术：拆同行、写脚本、多练习、直播开干、复盘调整
- 2) 竞争对手分析流程：录片——拉片——毛孔级分析——观流量——系统拆解
- 3) 商品的四种导入方法：痛点导入、背书导入、亲友团导入、展示导入
- 4) 互动话术的关键要领：商品导入、卖点介绍、信任证明、报价开单、卖点逼单、转款导入

**工具分享：**抖音官方软件飞书

**案例研习：**分享优秀开场、转场、开价、价值塑造话术解析

**现场研讨：**团队小组通过研讨，编辑出属于自己企业的主播话术并上场演示，讲师现场解读分析

### 4. 主播必备的数据分析意识

- 1) 成交数据分析
- 2) 人气数据分析

## 5. 主播薪酬考核与 KPI

案例分析：爆款直播间案例拆解

### 三、货品规划全流程，快速打造爆款产品

选品——定品——排品——讲品——测品

## 第六讲：巨量千川的投放逻辑和认知

### 一、解密巨量千川，理解投放逻辑

#### 1. 电商平台的 4 个发展阶段

- 1) 免费红利期
- 2) 付费红利期
- 3) 付费竞价期
- 4) 商家寡头期

#### 2. 直播带货的 4 个要素

- 1) 人：主播及运营团队
- 2) 货：产品的竞争力
- 3) 场：场景/氛围/控场
- 4) 运营：投放与数据

### 二、解密千川人群定向的投放策略，找到精准人群

1. 短视频图文投放优劣对比
2. 直播带货投放优劣对比

#### 3. 巨量千川三种主要投流方式的选择

- 1) 小店随心推
- 2) PC 端急速推广版

3) PC端专业推广版

#### **4. 短视频和直播投放的维度选择**

1) 短视频目标投放维度

2) 直播目标投放维度

3) 小店随心推定向推广的维度

#### **5. 巨量千川 PC端的特色功能**

1) 基础定向

2) 行为兴趣

3) 相似达人

4) DMP 人群包

### **三、巨量千川投放技巧进阶，实现更高效果**

#### **1. 巨量千川与自然流量的三种关系**

1) 互补关系

2) 促进关系

3) 抵消关系

**案例说明：**通过直播数据截图进行说明投放流量和自然流量见的关系

#### **2. 巨量千川在不同阶段的投放策略**

##### **1) 群体测试期的投放策略**

a 基础定向

b 行为兴趣

c 相似达人

d DMP 人群包

##### **2) 流量引爆期的投放策略**

a 控制预算，提升整体 GMV

b 素材测试

c 爆款测试

d 爆款打造

e 进入衰退期