

《“抖音公域”+“微信私域”直播带货》

——营销数字化的利器

主讲：枫影

【课程背景】

当前，直播带货已经成为品牌商家、组织机构、个人等不同主体进行线上销售产品的常规动作。但随着带货主播不断地增加，产品越来越丰富，竞争也逐渐加大。如何结合自身情况和平台规则，系统性掌握直播带货的要领，突破直播带货的瓶颈，是摆在各商家面前的问题。

本节课，站在整体直播运营的角度，分别从“抖音公域”和“微信私域”相结合的方式，帮助各位学员系统性掌握线上直播运营的策略和直播带货的技巧。

【课程收获】

- 了解当前直播带货的现状
- 了解直播运营的整体策略以及抖音、微信的结合点
- 掌握直播带货的技巧
- 掌握抖音、微信直播流量获取的技巧

【课程时间】 2天（6小时/天）

【课程对象】 运营、直播运营、主播

【课程内容】

模块	标题	内容	任务
1	直播带货现状及未来趋势 (0.5小时)	1. 直播带货领域数据扫描 (1) 各平台数据分析 (2) 用户消费行为分析 (3) 行业直播带货数据分析 (4) 主播结构分析 2. 直播带货未来趋势 (1) 品牌自播将成为主流 (2) “公域+私域”混播 (3) 工具属性得到进一步加强 (4) 供应链+小店矩阵的广泛应用 (5) AR/VR+直播的展望	了解直播带货当前的现状和未来的趋势
2	直播运营 (1.5小时)	1. “公域+私域”，构建企业整体运营策略 (1) 公域直播，引流获客做销售 (2) 私域直播，互动留存做复购 (3) 公域+私域，跨平台导流运营 2. 直播运营(1)=产品+流量 (1) “人-货-场”，各平台用户人群画像 (2) “人-货-场”，各平台什么产品更好卖 (3) “人-货-场”，从供应链谈产品选择 3. 直播运营(2)=产品+流量 (1) 流量=内容生产+内容分发 (2) 优质内容的标准、判定与识别	掌握直播运营的核心运营思路

		(2) 内容分发: 社交、算法、搜索和定向	
3	直播带货(1) ——基础准备工作 (1小时)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 直播间 <ol style="list-style-type: none"> (1) 线下直播间、直播设备布展 (2) 线上直播间创建 (3) OBS 推流与虚拟直播间 2. 主播 <ol style="list-style-type: none"> (1) 主播的招募、选拔与组队 (2) 主播的IP打造与强化 (3) 主播团队 3. 选品 <ol style="list-style-type: none"> (1) 平台数据选品 (2) 行业供应链选品 (3) 品牌自有产品 	掌握直播带货的基础准备工作
4	直播带货(2) ——直播策划 (0.5小时)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 直播策划 <ol style="list-style-type: none"> (1) 抖音常规直播内容策划 (2) 活动型直播内容策划 (3) 基于实际业务场景的直播应用 2. 直播带货脚本 <ol style="list-style-type: none"> (1) 常规直播脚本模板套用 (2) 竞品直播案例破拆 (3) 直播带货脚本的撰写 	掌握直播策划和脚本撰写技巧
5	直播带货(3) ——带货技巧 (1.5小时)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 产品讲解 <ol style="list-style-type: none"> (1) FABE 法 (2) 场景故事冲突法 (3) 心智模型+极简法 2. 直播间互动技巧 <ol style="list-style-type: none"> (1) 直播间互动全流程 (2) 开播技巧 (3) 抽奖玩法 (4) 盖楼玩法 (5) 连麦玩法 (6) 秒杀玩法 3. 直播间杀单技巧 <ol style="list-style-type: none"> (1) 稀缺性杀单 (2) 权益性杀单 (3) 演绎性杀单 4. 突发问题处理 <ol style="list-style-type: none"> (1) 库存问题 (2) 系统设置问题 (3) 恶性刷屏 (4) 卡顿、冷场、乱节奏 5. 团队配合 <ol style="list-style-type: none"> (1) 运营配合 	掌握直播带货的核心技巧

		<p>(2) 场控配合的内容和技巧</p> <p>(3) 演绎助理</p>	
6	直播带货 (4)——案例破拆 (1小时)	<p>1. 案例搜集</p> <p>(1) 搜索的方法(算法、搜索、平台等)</p> <p>(2) 数量: 30个同行+10个相关+3个头部</p> <p>(3) 素材库(录屏、下载和保存)</p> <p>2. 案例破拆</p> <p>(1) 直播要素组件 (主播IP强化、场控、人员、流程、互动、直播时长、时间、引导技巧、裂变技巧等等)</p> <p>(2) 直播流程</p> <p>(3) 绘制流程要素破拆表</p> <p>(4) 数据统计</p> <p>(5) 得到优质直播的标准</p> <p>3. 要素组合</p> <p>(1) 绘制自己的直播流程</p> <p>(2) 完善自己直播的要素标准</p> <p>(3) 形成自己的直播脚本</p> <p>4. 形成标准</p> <p>(1) 单个直播的标准</p> <p>(2) 月度直播数据统计</p> <p>(3) 形成自己的月度直播计划</p>	掌握破拆同行的能力
7	直播带货 (5)——抖音引流 (3小时)	<p>1. 抖音平台流量分发模型</p> <p>(1) 算法分发模型解析</p> <p>(2) 抖音账号权重解析</p> <p>(3) 抖音平台引流要素破拆</p> <p>2. 抖音平台流量获取秘诀</p> <p>(1) 矩阵号运营</p> <p>(2) 强化账号权重</p> <p>(3) 强化引流技巧</p> <p>3. 抖音引流</p> <p>(1) 算法分发对引流的要求</p> <p>(2) 抖音引流的流量位置简介</p> <p>(3) 抖音公域引流和抖音私域引流技巧</p> <p>4. dou+和巨量引擎</p> <p>(1) dou+的投放技巧</p> <p>(2) 巨量引擎的投放技巧</p>	掌握抖音平台运营的规则
8	直播带货 (6)——微信引流 (3小时)	<p>1. 微信直播工具的选择</p> <p>(1) 视频号——流量与转化并重</p> <p>(2) 企业微信直播——转化与服务</p> <p>(3) 小程序直播——中心化组织型直播</p> <p>2. 微信内流量获取策略</p> <p>(1) 百川东到海——1个直播间+多个流量池</p>	掌握微信体系内运营的规则

		<ul style="list-style-type: none">(2) 链接——组织间链接，跨界做流量供给(3) 裂变——让更多人参与到分享 <p>3. 视频号直播引流技巧</p> <ul style="list-style-type: none">(1) 内容决定引流效率(2) 接口部署，多端口、跨平台部署(3) 直播预热：素材制作与素材投放(4) 社群裂变+直播带货，完美组合	
--	--	---	--