

# 《银行直播运营实操》

## 解开银行直播的商业密码

主讲：何威

### 【课程背景】

近几年，随着互联网不断的发展，我们的银行客户不断被蚕食，员工干劲不足，导致我们的服务越来越远离顾客，为了扭转这种局面，某些中小银行转而与同业打起了价格战，致使成本不断增加，利润越来越薄弱，最后只能被市场淘汰。

为了改变现状，许多企业也在不断寻求方向，想利用直播方式让员工动起来、走出去、去创新的玩转营销，但是直播对于很多人是一个新鲜事物，看似简单实操很难；目前直播平台有很多，如何运用及运用好这些平台才是关键。

何威老师利用大量实践和经验，亲自卧底互联网大厂亲自感受直播运营逻辑及其魅力，总结出从内容、用户、社交关系、场景、流量分发、商业化、运营等角度，对快手、抖音、视频号平台进行对比分析。本课程旨在让学员深度学习了解新媒体直播运营算法逻辑，让学员更好的认知新媒体，玩转直播。

### 【课程收益】

- 银行直播缺乏明确的定位和规划。
- 银行专业的主播和运营团队难打造。
- 直播内容单一，客户缺乏参与与互动。
- 银行直播脚本的创作
- 从 0-1 学会直播卖货
- 为银行总结一套直播话术
- 银行如何用直播做好客户管理及流量变现

### 【课程对象】

银行主管部门负责人&客户经理&柜员

### 【课程方式】

理论授课、分组讨论、案例教学、现场任务、模拟演练等

### 【课程时间】

1天，（6小时/天）

附：辅导需求根据各家情况“一行一策”制定周期安排

### 【课程大纲】

#### 第一讲：银行全新战役--银行直播新风口

##### 一、直播类型

- 1、电商直播
- 2、理财直播

3、金融产品营销直播

4、银企联动活动直播

## 二、金融行业直播带货的“不行”与“行”

1、各大平台对金融行业直播带货的约束

2、银行人在直播带货领域该如何“曲线救国”？

3、信用卡营销直播可以做到哪一步？

4、手机银行可以通过直播拉新促活吗？

5、贵金属产品该如何直播带货？

## 三、银行直播的 4 大切入点和落脚点

### 1、行长直播

可盐可甜，即可客串又可卖货，让客户看到不一样行长形象

案例：行长联合名嘴韩乔生主持村超

某县一银行行长与县长共同助农直播卖货

### 2、党员直播

扶贫助农、暖心慰问、带头表率服务民众--皆可播

### 3、助力乡村振兴直播

整村授信现场直播，线上线下同步行

入户调研做直播，展现新农村、新风采

当地特产往外销，助农直播我看行

采访纪实、直播卖货，打造新时代服务型银行

### 4、助力企业发展直播

帮助企业做带货直播（企业产品专场直播-口播广告、产品展示等）

辅助企业做宣传直播（如：走进某某某企业，探索不为人知的奥秘等）

联合企业做活动直播（宣传活动、公益活动等）

## 四、主播人设——构建 IP 化主播 增强用户粘性

1、IP、人设、知识产权、品牌的解读

2、主播 IP 的包装与丰富策略

3、主播 IP 的构建与实施路径

4、主播 IP 打造的元素模型与策略

实操：主播 IP 打造的规划

## 五、主播的呈现技巧及镜头感训练

## 六、主播销售技巧及引人上头的高转化话术

## 七、开播准备——直播的人 货 场的拆解

1、直播间的系统搭建

- 2、直播间的直播设备使用
- 3、直播单场的选品/内容规划
- 4、直播用户画像构建与拆解

实操：直播设备使用、用户画像拆解

#### 八、直播引流——流量广撒网 用户精获取

- 1、直播内容的选题规划与设计
- 2、直播内容的标题设计与创意
- 3、直播内容的文案策划与创意
- 4、直播内容的海报设计与制作
- 5、直播内容的 H5 设计与制作

实操：标题、文案、海报、H5

#### 九、直播流程——直播全系流程的规划与设计

- 1、主播运营团队的组建与工作流程
- 2、直播的排期与规划
- 3、直播的预热策划与营销计划
- 4、主播单场直播的流程脚本
- 5、直播的产品卖点与买点提炼设计
- 6、主播的五步直播脚本设计

### 第二讲：不打无准备之仗——直播前需要做什么？

#### 一、平台选择

- (1) 抖音
- (2) 视频号
- (3) 小程序
- (4) 自有平台

#### 二、人员配置

- (1) 主播
- (2) 副播
- (3) 直播间助理
- (4) 商务洽谈
- (5) 选品和卖点提炼
- (6) 脚本创作与环节设计
- (7) 小号提问配合
- (8) 客服人员（中控台：公告、优惠券；客服：活动确认）硬指标任务

(9) 技术服务

(10) 机动部队

### 三、合作选品

(1) 异业联盟商家的选择

(2) 选品的 3 大分类

### 四、直播目标

(1) 带货目标

(2) 植入目标

(3) 影响力目标

### 五、引流宣传

(1) 直播间 5 大公域流量来源

(2) 直播间 4 大私域流量来源

### 六、脚本策划

(1) 直播主题

(2) 直播时间

(3) 直播节奏

(4) 直播分工

(5) 环节设置

① 开场预热

② 直播互动

③ 产品讲解

④ 产品测评

⑤ 抽奖环节

⑥ 促单成交

⑦ 总结预告

(6) 单品脚本

① 产品卖点打造：零售产品包装组合设计、卖点提炼与营销技巧

② 视觉化表达

③ 品牌介绍、信任背书

④ 引导转化

### 七、设备检查

(1) 声音

(2) 影像

(3) 网速

- (4) 环境

## 八、媒体对接

- (1) 传统媒体（当地电视台、电台、报刊等）
- (2) 新媒体（自身公众号、官网、APP 和当地大 V）

## 第三讲：打仗亲兄弟——直播中的衔接与技巧

### 一、主播的角色定位和人设

- (1) 主播人设及 IP 态度：你有你的风格
- (2) 主播的角色定位：专业的某某顾问

### 二、主播的关键能力训练——网红表达技巧

- (1) 网红的的能力要求
  - ① 四有“线上精气神”镜头感训练
- (2) 直播话术训练
  - ① 直播开场的 20 段话术
  - ② 直播活动介绍 4 大环节话术
  - ③ 直播产品介绍话术
  - ④ 直播促单话术
  - ⑤ 应对直播间尴尬的 4 大方法
- (3) 营造直播间气氛
- (4) 如何增加直播间热度？
  - ① 内容提醒
  - ② 工具提醒
- (5) 粉丝互动的 3 大目的
  - ① 增强用户对商品的了解
  - ② 增强主播信任感
  - ③ 增加粉丝直播间停留时长
- (6) 粉丝互动的 5 大方法
  - ① 引导用户关注
  - ② 引导用户评论
  - ③ 设计互动话题
  - ④ 活跃直播氛围
  - ⑤ 下单引导
- (7) 产品讲解与促成下单
  - ① 产品类/活动销讲策划方法
  - ② 镜头前展示产品的技巧

- ③ 促进成交的话术技巧
- ④ 李佳琪、薇娅、辛巴带货直播技巧

(8) 直播间剧情表演

- ① 粉丝直播间砍价
- ② 制造库存紧张氛围
- ③ 现场练习商家补库存、砍价等

行长/品牌方/农户/店长/村长等联合讲解

模拟直播间

以小组为单位，组成临时直播团队，密切分工配合，模拟直播前、直播中和直播后全链路流程。