

# 《企业员工小白直播技巧培训课程》

主讲：谢桦老师

## 【课程背景】

随着新媒体的快速发展，直播已经成为企业营销和传播的重要手段。然而，许多企业员工对于直播技巧缺乏了解，尤其是那些没有相关经验的小白员工。在当今竞争激烈的市场环境中，企业需要充分利用直播平台来提升品牌知名度、推广产品和服务以及与客户进行更直接有效的沟通。

一方面，消费者的购物习惯和信息获取方式发生了巨大变化。越来越多的人通过直播来了解产品特点、使用方法等信息。企业如果不能掌握有效的直播技巧，就可能在市场竞争中处于劣势。例如，一些同行业的竞争对手已经通过精彩的直播吸引了大量客户，提高了产品销量和品牌影响力，这给其他企业带来了压力。

另一方面，企业内部员工结构也在发生变化，新入职的小白员工往往对直播等新媒体形式有一定的兴趣，但缺乏系统的培训。他们可能不了解如何选择合适的直播平台、如何进行直播内容策划、如何与观众互动等关键技巧。同时，企业也期望通过提升员工的直播技能，开拓新的营销渠道，降低营销成本，提高营销效率。本次《企业员工小白直播技巧培训课程》旨在解决这些问题，帮助企业员工快速掌握直播技巧，为企业的发展和品牌推广提供有力支持。

## 【课程收益】

- 1、掌握直播基础入门技巧。
- 2、掌握主播技巧与互动艺术，包括主播形象塑造、声音魅力提升、互动技巧和危机处理等。
- 3、掌握涨粉策略与粉丝维护。
- 4、掌握直播活动设计与流程管理。
- 5、了解直播禁忌与法律边界。

## 【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

## 【课程对象】

企业希望投身直播的员工、企业新媒体运营负责人

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 一、直播基础入门（1个半小时）

- 直播行业概述：直播的发展历程、现状与企业直播的重要性
- 直播平台选择与官网直播设置指南
- 直播设备与环境搭建：摄像头、麦克风、灯光、背景布置与网络要求
- 直播前的身心准备：形象塑造、心态调整、话术准备

### 二、主播技巧与互动艺术（1个半小时）

- 主播形象塑造：着装风格、妆容要点、非语言沟通（肢体语言、表情管理）
- 声音魅力提升：语速、音量、语调控制与情感表达
- 互动技巧：提问、回应评论、引导话题、利用互动道具（如点赞、礼物）
- 快速反应与危机处理：应对直播间突发状况、负面评论处理

举例：

主播形象塑造

□**着装风格**：根据直播主题选择服装，保持风格统一，符合品牌形象。例如，健康食品直播可选休闲舒适风，科技产品直播则推荐简约商务装。颜色搭配不宜过于繁杂，突出专业与亲和力。

□**妆容要点**：自然清透的底妆，避免浓重烟熏妆。眼妆要清晰，唇色根据直播光线调整，确保镜头前呈现最佳状态。定期检查妆容，保持直播全程美观。

□**非语言沟通**：肢体语言需自然大方，避免频繁小动作干扰观众。微笑是最基本的表情管理，适时眼神交流让观众感受到被重视。坐姿挺拔，展现自信态度。

#### 声音魅力提升

□**语速与音量**：根据内容调整语速，重要信息适当放缓，日常聊天式内容可稍快。音量适中，确保清晰传达，同时注意不要突然提高音量造成惊吓。

□**语调控制**：语调富有变化，避免单调乏味。提问时语调上扬，陈述时平缓，讲述激动人心的故事时可适当提高语调，增强感染力。

□**情感表达**：真诚投入，用情感丰富声音色彩。根据不同内容表达适当的情绪，如兴奋、同情、幽默等，让观众感受到情绪的共鸣。

#### 互动技巧

□**提问技巧**：设计开放式问题，鼓励观众参与讨论，如“大家平时喜欢哪种类型的护肤品？”利用问题引导观众分享观点。

□**回应评论**：及时响应观众留言，尤其是提出问题或分享体验的评论，展现主播的重视与关怀。使用观众昵称，增加互动的亲切感。

□**引导话题**：根据直播节奏适时引入新话题，保持直播内容的新鲜感和连贯性。可以是热点新闻、趣味故事或与品牌相关的小知识。

□**互动道具运用**：充分利用平台提供的互动工具，如点赞、礼物作为互动指标，适时感谢送出礼物的观众，增强直播间的互动氛围。

#### 快速反应与危机处理

□**应对直播间突发状况**：设备故障时，保持冷静，快速切换备用方案或通知技术人员解决，同时与观众进行轻松对话，缓解紧张气氛。

□**负面评论处理**：遇到负面评论，保持专业态度，礼貌回应，尽量私信解决问题，避免在直播间公开争执。对于恶意评论，可以直接忽略或幽默化解，维持直播间正面和谐的环境。

### 三、涨粉策略与粉丝维护 (1小时)

□**定位明确**：个人品牌与企业品牌相结合的主播定位

□**内容策划**：如何设计吸引人的直播内容，满足目标观众需求

□**吸粉技巧**：利用热门话题、KOL合作、限时活动吸引关注

#### 举例：

##### 1. 利用热门话题吸粉

□**紧跟时事热点**：假设当前正值欧洲杯期间，可以策划一场以“欧洲杯狂欢夜”为主题的直播，邀请观众预测比赛结果，分享足球趣事，甚至设计与世界杯相关的互动游戏。直播中穿插使用欧洲杯相关的话题标签，如#欧洲杯心情#、#足球之夜#，增加被搜索和推荐的机会。

□**节日联动**：利用中国传统节日或国际节日，如中秋节举办“月圆之夜，共赏诗词”文化直播，结合猜灯谜、分享团圆故事等活动，吸引更多兴趣相投的观众。

##### 2. KOL合作吸粉

#### 实例：

□**跨界合作**：如果品牌主打健康食品，可以与健身领域的知名KOL合作，共同直播“健

身后的营养补给”专题，KOL 分享健身心得，同时介绍你的产品如何帮助恢复体力，这样的合作既能借势 KOL 的影响力，又能精准触达目标群体。

□互推互访：与不同但互补领域的小众 KOL 进行互访直播，比如时尚博主访问科技产品直播间，讨论科技产品的时尚搭配，通过跨界的化学反应吸引双方粉丝。

### 3. 限时活动吸引关注

实例：

□限时秒杀/抽奖：直播中设置特定时间段的秒杀活动，如“晚上 8 点整，前 100 名留言用户可半价购买 XX 商品”，或者每半小时抽取一位幸运观众赠送品牌礼品，利用稀缺性和紧迫感刺激观众参与。

□粉丝专属福利：推出“直播专享优惠码”或“观看直播满 X 分钟获得神秘礼包”，鼓励观众长时间停留，并通过分享直播间链接到社交媒体来解锁更多福利，实现病毒式传播。

□互动挑战赛：发起“模仿挑战”或“才艺展示”，鼓励观众上传相关视频至社交媒体并@官方账号，选取优秀作品在直播中展示，不仅增加互动，也能吸引外部流量关注你的直播间。

□粉丝社群运营：建立粉丝群、互动频率与内容、粉丝激励机制

## 四、直播活动设计与流程管理（1 小时）

□活动策划：设定直播主题、活动流程设计、奖品设置与规则说明

□游戏互动：设计简单有趣的游戏，提升观众参与度

□限时促销与福利放送：虽不直接促单，但通过福利增加品牌好感度

□直播数据分析：观看量、互动率、新粉增长等关键指标分析与优化建议

## 五、直播禁忌与法律边界（1 小时）

□直播中应避免的言行：敏感话题、侵权行为、不恰当的玩笑

□法律法规简介：版权、肖像权、广告法等相关规定

□总结与问答：一天课程要点回顾，学员提问与解答

举例：

直播禁忌案例分析

1、政治宗教敏感：某主播在直播中随意发表对政治事件的不当评论，引发网友争议，导致直播间被封停。

2、社会事件不当言论：某直播中，主播未经核实便讨论某起社会事件，使用了不实信息，造成了不良影响，受到平台处罚。

侵权行为案例：

1、版权侵犯：一名音乐主播在未取得授权的情况下，直播翻唱流行歌曲，最终因版权投诉被要求删除视频并面临罚款。

2、肖像权侵犯：某直播中，未经同意使用他人照片作为背景或进行恶搞，被权利人举报，导致账号信誉受损。

不恰当玩笑案例：

1、性别歧视：主播在直播中开了性别歧视的玩笑，引起观众不满，遭到举报，影响个人品牌形象。

2、身体羞辱：对体重、外貌等进行负面评价，伤害了特定群体的感情，导致大量负面评论和粉丝流失。

抖音直播违规关键词

1. 极限词：如“第一”、“唯一”、“顶级”、“最好”等，这类词汇可能误导消费者，违反广

告法中的真实宣传原则。

2.不文明用语：包括但不限于辱骂、人身攻击、粗俗俚语，如“装逼”、“蛋疼”等，破坏网络文明环境。

3.暗示性引导用语：如利用隐晦语言诱导用户进行非法活动或购买行为。

4.刺激用户下单的词语：“最后机会”、“错过今天再等一年”等可能造成消费冲动的表达。

5.医疗宣传类词语：未经许可宣传治疗效果、药品疗效等，如“包治百病”、“特效药”等。

6.封建迷信类词语：推广算命、风水、鬼神崇拜等内容，违反科学精神和社会公序良俗。

7.权威性用语：如“国家认证”、“领导推荐”等，除非有确实证据支持，否则可能误导公众。

8.虚假性词语：“100%有效”、“永不复发”等夸大其词的表述，违背事实真相。

9.欺诈信息词语：“恭喜中奖”、“点击领取”等疑似诱骗用户点击或参与的行为。

法律法规简介

□版权法：直播中使用他人原创作品，如音乐、影视片段需获得授权。

□肖像权：未经本人同意，不得公开使用他人肖像。

□广告法：直播带货或品牌推广需遵循广告法，不得虚假宣传，不得使用绝对化用语。

□网络安全法：保护个人信息，不得泄露、篡改、非法使用用户数据。

□消费者权益保护法：确保直播销售的商品或服务信息真实准确，保障消费者权益。

## 结语

本次培训旨在为品牌与营销部门的同事们提供一套全面、实用的直播技巧体系，帮助他们在新的角色中迅速成长，为企业品牌传播贡献力量。通过一天密集而高效的培训，期待每位参与者都能成为企业直播的明星，有效提升品牌知名度与影响力。