

# 《主播培训：消费者行为学+营销策划类》

主讲：谢桦老师

## 【课程背景】

在当今数字化时代，直播行业呈现出蓬勃发展的态势，主播作为直播活动中的关键角色，其素质和能力对于直播效果及商业转化有着至关重要的影响。消费者行为学和营销策划类知识对于主播来说是提升自身竞争力和实现商业成功的重要基础。

一方面，了解消费者行为学有助于主播更好地理解观众的需求和心理。在直播场景中，观众的行为和决策受到多种因素影响。例如，消费者的购买决策可能基于情感因素，如对主播的喜爱和信任；也可能受到认知因素影响，如对产品质量和性价比的判断。主播只有深入了解消费者行为背后的原理，才能更有效地与观众互动，满足他们的需求，从而提高观众的满意度和忠诚度。

另一方面，营销策划能力对于主播来说不可或缺。随着直播行业的竞争加剧，单纯的产品展示已经不能满足吸引观众和促进销售的需求。主播需要具备制定营销策略的能力，从产品定位、品牌推广到促销活动策划等方面全面提升直播的效果。比如，主播要能够根据不同产品的特点和目标受众，制定合适的营销方案。对于时尚类产品，主播可能需要通过展示搭配效果和流行趋势来吸引消费者；而对于科技类产品，主播则需要深入讲解产品的功能和优势。

此外，在新媒体环境下，消费者的行为和市场趋势变化迅速。主播需要不断学习和更新知识，以适应新的市场环境。通过本次《主播培训：消费者行为学+营销策划类》课程，旨在培养主播掌握消费者行为学的基本理论和营销策划的实用技能，提升其在直播领域的专业素养，从而更好地服务于观众和品牌商家，实现直播活动的商业价值最大化，推动直播行业的健康发展。

## 【课程收益】

- 1、掌握消费者行为学（消费者决策过程、消费者动机与需求、消费者心理与情感因素）。
- 2、掌握营销策划技能（市场定位与目标受众、品牌建设与推广、内容策划与创意、营销效果评估与优化）。

## 【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】

董事长、总经理、直播卖货主播、市场部负责人

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 一、消费者行为学（3小时）

#### 1、课程导入与概述（半小时）

- （1）介绍课程目标和重要性
- （2）简要说明消费者行为学的基本概念和其对主播的意义

#### 2、消费者决策过程（1小时）

- （1）详细解读消费者在购买决策中的各个阶段，如需求识别、信息搜索、评估选择等

案例：东方甄选的董宇辉在直播中通过生动的讲解和文化内涵的传递，影响消费者对商品的认知和需求识别。例如在推荐书籍时，引发消费者对知识的渴望和对阅读的兴趣，

从而促使他们产生购买相关书籍的需求。

## 2、消费者动机与需求（半小时）

(1) 分析消费者购买的内在动机和外在因素

(2) 以疯狂小杨哥为例，他的直播风格幽默搞笑，能够满足消费者娱乐的需求，同时通过推荐各种实用的商品，满足消费者的实际生活需求。

## 3、消费者心理与情感因素（半小时）

(1) 探讨消费者的心理特点，如认知、态度、情感等对购买行为的影响

案例：交个朋友直播间，通过营造轻松愉快的氛围，让消费者在愉悦的心情下更容易产生购买行为。

## 4、小组讨论与案例分析（半小时）

(1) 分组讨论一些主播案例，分析其中如何运用消费者行为学原理

案例：讨论李佳琦等主播在推荐美妆产品时，如何抓住消费者追求美丽和时尚的心理。

# 二、营销策划类（3 小时）

## 1、营销策划基础概念（半小时）

(1) 讲解营销策划的定义、目标和关键要素

案例：罗永浩在直播中善于打造个人品牌，将自己的诚信和负责的形象融入到营销策划中。

## 2、市场定位与目标受众（1 小时）

(1) 指导如何确定目标市场和受众群体

案例：董洁的小红书直播为例，她精准定位了追求品质生活、注重审美和个性化的消费者群体。

## 3、品牌建设与推广（半小时）

(1) 强调主播个人品牌建设的重要性以及推广策略

案例：彩虹夫妇通过分享自己的生活故事和经历，塑造了真实、亲切的品牌形象，吸引了大量粉丝关注。

## 4、内容策划与创意（半小时）

(1) 分享如何设计有吸引力的直播内容和营销创意

案例：大狼狗夫妇的直播内容常常具有趣味性和创新性，通过各种有趣的场景和互动方式，吸引消费者的注意力并激发他们的购买欲望。

## 5、营销效果评估与优化（半小时）

(1) 介绍评估营销活动效果的指标和方法

案例：蛋蛋小盆友等主播如何根据数据分析来调整直播策略和商品推荐，以提高营销效果。

## 6、课程总结与互动交流（半小时）

总结全天的重点内容

主播们分享学习心得和在实际工作中可能遇到的问题，进行互动交流。