

# 《汽车行业营销大赛：直播技巧 平台规则》

主讲：谢桦老师

## 【课程背景】

在当今数字化浪潮的席卷下，新媒体领域尤其是直播，已经成为汽车经销商营销战略的核心组成部分。随着汽车市场竞争的白热化，传统营销模式的效力逐渐式微，而直播以其独特的即时性、互动性和广泛的传播性，为汽车经销商开辟了新的营销蓝海。在即将到来的汽车经销商营销大赛中，参赛选手作为各个经销商营销账号的运营关键人员，包括主播、拍摄人员和运营人员等，其直播能力直接关系到比赛成绩和店铺的营销效果。然而，现实情况是，这些运营人员在直播实践中面临诸多问题。主播方面，可能存在话术缺乏吸引力、无法专业解答观众关于汽车的疑问等问题；拍摄人员或许对如何在镜头中完美呈现汽车的魅力欠缺技巧；运营人员则对直播平台规则的理解不足，导致账号流量受限或遭遇违规处罚。此次培训旨在全面提升运营人员在直播技巧和平台规则把握上的能力，助力他们在营销大赛中崭露头角，并为后续的汽车经销商日常营销直播筑牢基础，推动汽车销售业绩的增长。

## 【课程收益】

- 1、提升直播内容创作能力：学员将学会设计引人入胜的开场白、精心雕琢汽车产品介绍话术，并巧妙安排互动环节，从而提高直播内容质量，增强对观众的吸引力，有效延长观众停留时间，提高观众参与度。
- 2、深入理解平台规则：全面掌握主流直播平台（如抖音、淘宝直播等）的规则，避免违规行为，同时利用平台算法和规则优势，获取更多流量和曝光，保障账号健康发展，提升直播的传播效果。
- 3、优化拍摄与视觉呈现：掌握直播镜头语言、光线色彩运用和场景搭建技巧，为观众呈现更具视觉冲击力的汽车画面，从视觉层面增强观众对汽车的兴趣和购买欲望。
- 4、强化主播表现技巧：注重主播形象气质塑造、语言表达和情绪控制能力，使主播在直播中展现出专业、自信的形象，更好地引导观众，处理突发情况，维护品牌形象。
- 5、精通直播数据分析与优化：熟悉直播数据指标，能够依据数据分析结果精准调整直播策略，包括内容优化、时间安排和互动方式改进，实现直播效果和转化率的持续提升。

## 【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、新媒体负责人、比赛学员

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 1、9:00 - 9:30（课程导入）

(1) 介绍课程目标：在汽车经销商营销大赛前，帮助学员全面提升直播技巧和熟悉平台规则，以提高营销账号在大赛中的表现。介绍全天课程的安排，包括各个模块的时间分配和主要内容。

(2) 学员自我介绍：让每位学员分享自己在当前汽车直播工作中的角色（主播、拍摄或运营）以及遇到的主要问题，如直播时观众互动少、拍摄的汽车画面不够吸引人等，初步了解学员情况。

### 2、9:30 - 10:30（直播平台规则解析）

(1) 主流直播平台通用规则讲解：以抖音平台为例，详细介绍账号注册与认证流程。比如，汽车品牌官方账号注册时，需要提供品牌授权书等相关资料。讲解直播权限获取条件，如粉丝数量、实名认证等要求。重点强调禁播规则，如禁止传播虚假汽车信息、禁止利用直播进行不正当竞争等。

案例分析：曾有某汽车改装配件商家在抖音直播中夸大其产品性能，声称能提升汽车动力 50%，被用户举报后，因虚假宣传受到平台处罚，账号被封禁一周，并下架相关产品链接。

(2) 平台算法介绍：以淘宝直播平台为例，讲解其推荐机制和流量分配原理。淘宝直播根据用户的浏览历史、购买行为等数据为用户打上标签，然后将相关的汽车直播推送给对汽车有兴趣的用户。

案例分析：某汽车用品店在淘宝直播初期流量不佳，通过优化商品标题、直播关键词等，使其直播内容更符合平台算法对汽车相关内容的识别，同时提高直播内容质量，增加用户停留时长，直播流量逐渐提升，销售额也随之增长。

10:30 - 10:45 (课间休息)

### 3、10:45 - 12:00 (直播内容创作技巧)

(1) 开场白设计：在抖音平台上，汽车评测类大 V “38 号车评中心”在直播开场时，常以近期汽车行业热点话题引入，如某款新上市汽车的争议点，然后展示自己对这款车的实测视频片段，瞬间抓住观众注意力。这种方式利用了观众对热点的关注度和好奇心，快速建立起直播氛围。

(2) 汽车产品介绍话术：以懂车帝直播平台上的“汽车之家官方直播间”为例，主播在介绍汽车外观时，会运用生动的语言，如“这款车的线条就像猎豹奔跑时的肌肉线条一样流畅，充满了力量感”，将汽车外观特点形象化。在介绍内饰时，会详细描述材质质感，“座椅采用了顶级的 Nappa 真皮，触感柔软细腻，就像婴儿的肌肤一样”，并结合实际乘坐体验，让观众能更好地想象自己在车内的感受。在性能介绍方面，结合专业数据和实际驾驶场景，“这款车的百公里加速仅需 5 秒，在高速公路超车时，能让你感受到风驰电掣般的快感”，使观众对汽车性能有更直观的理解。

(3) 互动环节设计：在哔哩哔哩直播平台的“极氪官方直播间”，主播在介绍一款新的电动汽车时，设置了抽奖环节，奖品是该款汽车的 1:18 精美模型和试驾体验券。同时，在直播过程中不断鼓励观众提问，对于观众提出的关于汽车续航里程在不同季节的变化、电池寿命等问题，主播都能详细解答。这种互动方式吸引了大量观众参与，直播间的人气和观众停留时长都有显著提升。

12:00--14:00 午休

### 4、14:00 - 15:00 (拍摄与视觉呈现技巧)

(1) 直播镜头语言运用：以汽车之家在抖音上的直播为例，在展示汽车外观时，先用全景镜头展示汽车整体造型，让观众对车辆的整体风格和尺寸有一个清晰的概念，然后切换到中景镜头展示车身侧面线条和轮毂，突出车辆的运动感。在介绍车内空间时，使用近景镜头展示驾驶位和后排座位的宽敞程度，最后用特写镜头展示车内的一些细节，如精致的仪表盘、独特的中控台按钮等，通过不同景别的组合，全方位展示汽车的魅力。

(2) 光线和色彩的运用：在奔驰官方在淘宝直播的一次活动中，展示一款豪华轿车时，利用柔和的暖色调灯光，打在汽车的内饰上，突出了内饰的高品质材质和精致的工艺。在展示汽车外观时，选择在阳光明媚的户外环境，利用自然光突出车漆的光泽度和色彩的鲜艳度，使汽车在镜头中更加耀眼夺目，吸引观众的目光。

(3) 直播场景搭建：在兰博基尼在快手平台的直播中，将直播场景设置在一个充满

科技感的展厅内，背景是巨大的液晶显示屏，播放着兰博基尼的赛车视频和生产工艺介绍。周围布置了一些与兰博基尼品牌相关的元素，如品牌历史墙、限量版车模展示柜等，营造出高端、奢华的氛围，与兰博基尼汽车的品牌形象相契合，增强了直播的视觉吸引力。

15:00 - 15:15 (课间休息)

#### 5、15:15 - 16:15 (直播中的主播表现技巧)

(1) 主播形象与气质塑造：在宝马官方在抖音的直播中，主播们身着宝马品牌的定制西装，搭配简约的领带和皮鞋，发型整洁利落，展现出专业、优雅的形象。女性主播则以淡妆为主，穿着得体的职业装，体现出宝马品牌的高端气质。这种形象设计与宝马汽车的豪华定位相符合，让观众在观看直播时，能从主播形象上感受到品牌的魅力。

(2) 主播语言表达技巧：在奥迪官方在懂车帝的直播中，主播在介绍高性能车型时，语速适中但富有激情，语调随着介绍的内容起伏，如在强调汽车的高性能发动机时，语调升高，“这款发动机的最大功率可达 450 马力，它能带给你的是一种无与伦比的驾驶激情”，让观众感受到汽车的强大动力。而在介绍舒适性配置时，语调则变得温和舒缓，使观众能更好地理解产品特点。

(3) 主播情绪控制和应急处理能力：在蔚来汽车在哔哩哔哩的一次直播中，遇到了网络卡顿问题，导致直播画面出现短暂延迟。主播立即向观众道歉，并幽默地表示“看来我们的网络小助手有点调皮了，不过没关系，我们马上调整”，然后迅速与后台技术人员沟通解决问题。在处理观众的负面评论时，主播保持冷静，以客观、专业的态度回应，维护了品牌形象和直播间的良好氛围。

16:15 - 16:30 (课间休息)

#### 6、16:30 - 17:30 (直播数据分析与优化)

(1) 介绍直播数据指标：以小鹏汽车在抖音直播的数据为例，观看人数反映了直播的吸引力和推广效果，观看时长体现了内容对观众的粘性，点赞数和评论数则代表了观众对直播内容的喜爱程度和参与度，转化率则是衡量直播营销效果的关键指标，如从观看直播到预约试驾、购买汽车周边产品等行为的转化比例。通过分析发现，小鹏汽车直播在周末晚上 8 - 10 点的观看人数最多，且年轻男性观众的比例较高。

(2) 依据数据优化直播策略：根据数据分析结果，小鹏汽车调整了直播内容，增加了针对年轻男性观众感兴趣的科技配置介绍和汽车改装案例分享。同时，优化了直播时间，增加了周末晚上的直播场次，并在直播过程中增加了更多与观众互动的环节，如投票、小问答等。经过这些优化，小鹏汽车直播的转化率有了显著提升，从原来的 2% 提高到了 5%，预约试驾人数也大幅增加。

#### 7、17:30 - 18:00 (课程总结与答疑)

(1) 回顾全天课程重点内容：包括直播平台规则、内容创作技巧、拍摄与视觉呈现、主播表现技巧和数据分析等方面的核心知识点，强调各个环节之间的相互关联和对直播效果的影响。

(2) 学员提问：鼓励学员提出在课程学习过程中以及在实际直播操作中遇到的问题，如平台算法变化的应对、如何提高直播中的互动效果等，并给予详细解答。

(3) 布置课后作业：要求学员根据所学内容，设计一场完整的汽车直播方案，包括直播平台选择、内容规划、主播形象设计、拍摄计划和预期的数据分析指标等，为即将到来的营销大赛做准备。