

如何做好一场直播？

如何做好一场直播？

直播必备6要素：直播人员、直播场地、直播准备、直播预热/宣传、直播内容、直播复盘。

专业的导购主播，
有影响力、不怕场、
懂产品、会带节奏。

直播人员

直播场
地

专业的设备，灯光
到位，收音防抖。

每场直播充分准备，
切不可糊弄用户。

直播准
备

直播预热
/宣传

充分预热，多端联动，
养肥号，通知到。

提前规划好商品和折
扣，设计好脚本。

直播内容

直播复
盘

做好每场直播的数据
记录，及时总结。

直播人员

直播四类人：直播负责人+主播+主播助理+运营人员

直播负责人

- 明确直播项目负责人，并以**周为维度制定直播计划**，对直播所有事项负责。

主播

- 建议一场直播配备2个主播，**一男一女搭配或2个女主播**。
- 主播需选择能聊天，形象好，在镜头前展现自然，不惧场。
- 主播需**懂产品**、专业、有影响力，**会带节奏**。

运营

- 设计直播脚本、制定直播目标、选品、申请商品折扣等。
- 负责直播宣传预热、直播数据监测与总结等。

主播助理

- 需提前对灯光、镜头进行提前调试。
- 在直播过程中承担管理员角色，与粉丝进行互动。
- 直播过程中协助主播。

直播场地

场地选择要考虑的因素：选择合适的位置、灯光和收音

合适的位置

- 1、匹配商品的场景，与卖的商品场景一致，增加云逛街的代入感，增加信任感，若无法塑造专业场景，建议背景干净，景深感强，让用户专注在主播，且看久了不难受。
- 2、主播定位在直播间的中间位置，不要边走边播。
- 3、直播间无吵杂音、空间舒适、空间不能过于拥挤和逼仄。

灯光和收音

- 1、灯光到位：灯光一定要亮，如果背景很暗，没法更好展示商品情况。
- 2、收音防抖：无线耳收麦+手机三脚架。



直播前准备——设置准备

2台手机+稳定的网络+突发情况提前准备

- **2台手机**：1台手机用于后置摄像头直播，1台用来观看粉丝弹幕，与粉丝互动。
- **网络环境**：保证网络稳定，建议使用WiFi，如果使用4G开播，建议手机飞行模式，以免电话接入，出现网络中断。
- **充电设备**：备好充电宝、移动电源，保证手机有足够的电量。
- **镜像**：前置摄像头是镜像的，如有文字等信息要正确显示，可以点击镜像按钮调整。

四.突发情况 >

1•**直播卡顿**：强制退出app后重新打开，2分钟内回到直播计划页即可继续直播；

2•**观众听不到声音**：切勿在开播途中切到后台，否则观众的直播画面将暂停；

3•**网络信号突然中断**：建议在直播间内唤起菜单栏，切换为4G网络保证直播继续进行，不建议退出直播间设置网络，否则观众的直播画面将暂停。

直播宣传—预热

一、直播海报要突出商品卖点和折扣信息

- 1、直播宣传海报简洁、直奔主题，突出直播时间和商品折扣信息。
- 2、海报上放上直播间二维码，引导粉丝提前订阅直播间。

二、宣传渠道和策略

- 1、**宣传时间点**：直播前1-2天宣传，预热效果最为突出。
- 2、**宣传渠道**：微信粉丝群、导购朋友圈、重点客户一对一私信沟通、线下门店活动宣传、公众号推文。
- 3、**宣传策略**：
 - 1) **优惠券策略**：提前发放一批稀缺优惠券到微信群或重点客户群，吸引粉丝提前关注直播间。
 - 2) **会员积分策略**：针对重点客户，可邀请客户帮忙转发朋友圈，截图可送积分100分。



直播宣传—直播中宣传

一、提前开播，再次转发直播间

- 提前5分钟开播，将直播间再次分享到**微信粉丝群、导购朋友圈、重点客户一对一私信沟通。**

二、直播节奏与公众号发文保持一致

- 将直播间嵌入到公众号推文中，集中触达粉丝。
- 直播间内嵌公众号指南：

https://mp.weixin.qq.com/s/SS4Mt8_f7cV6_VWSDp06rg

三、直播间设置分享玩法，再次裂变

- 分享领券。直播间设置分享领券，促进粉丝分享直播间拉粉。
- 转发直播间奖励。客户转发直播间或发放朋友圈，截图找客服领取红包或礼品。



直播内容—策略

线下实体商家需经营好自己的私域粉丝和会员，培养信任度，然后再通过直播变现。

直播种草期

强化门店与粉丝之间的关系

- 1、直播间内容：不以带货为导向。给粉丝介绍新品、讲解服饰穿搭、美妆护肤等内容等。
- 2、直播间玩法：抽奖、限时免单等福利引导粉丝订阅直播间。

直播强化期

直播间强调优惠，引导用户初次购买

- 1、直播间内容：以打折扣带货为导向。直播间商品设置专属折扣价，引导用户购买。
- 2、直播间玩法：发放优惠券、福利抽奖等。

直播收获期

形成稳定的开播频次

形成稳定的开播频次，以日常带货和促销为主。

如何设计好的直播内容？

- **固定直播时间。** 固定直播时间和时间段，养观众固定观看的习惯，每场直播2-4个小时。
- **打造导购人设。** 充分挖掘每个导购/主播的特性，给他们打上标签，形成用户感知；固定主播，培养粉丝观看习惯。反复口播导购信息，有个人的特色用语和动作风格，加强观众对导购/主播的印象。
- **讲一个好故事。** 每次直播需要打造“直播主题”并提前规划好产品，如本周是“服饰新品介绍”，下周可以是“新旧混搭”等，提前规划好直播脚本。
- **选择合适的商品。** 根据直播主题选择商品，每场直播选取5-10款商品，包含一款引流单品、2-3款折扣主推商品，重点讲解主推商品。
- **关注粉丝行为。** 主播需要与主播互动，陪粉丝聊天，并及时回复粉丝评论；或设置直播间管理员，一对一回复消息，让粉丝觉得受到重视。
- **多种玩法带节奏。** 如点赞1万送礼物、截屏抽奖、发放优惠券等，炒热直播间氛围，通过设计不同时间段的噱头，如每5或10分钟重复口播重点信息，让观众印象深刻；每半小时或整点设置特殊玩法，拉长停留时长。
- **直播结束预告下一场。** 反复预告下一场直播时间、内容及折扣，也可以卖个关子，吸引用户。

直播总结

直播进行中和直播结束后，充分关注数据，做好复盘总结

- **直播进行中。** 关注人气数、点赞数、优惠券发放和领取数据、粉丝留言数，及时调整直播策略。
- **直播结束后。** 直播间人气、PV、UV、人均观看时长、优惠券核销率、成交GMV等
- **直播总结与复盘。** 通过直播间成交数据和主播感受，分析每场直播的优点和不足，及时作出策略调整。

谢谢