

目 录

1	湖南杨阳杨食品有限公司基本情况	1
1.1	公司简介、	1
1.2	产品情况	1
1.3	电子商务经营情况	2
1.3.1	网络营销情况	2
1.3.2	网络销售情况	4
2	湖南杨阳杨食品有限公司电商直播现状	5
2.1	直播情况	5
2.2	存在问题与分析	6
2.2.1	存在的问题	6
2.2.2	总结	6
2.3	竞争对手分析	7
2.3.1	湖南味之源食品有限公司	7
2.3.2	湖南佳味美食品有限公司	8
2.3.3	总结	8
3	杨阳杨抖音直播营销活动设计	9
3.1	活动目标	9
3.2	活动对象及需求分析	9
3.3	活动内容	10
3.3.1	活动主题	10
3.4	活动选品及场地	10
3.4.1	选品	10
3.4.2	直播场地	13
3.5	活动直播话术设计	13
3.6	活动直播时间及频率	14
3.6.1	活动直播时间	14
3.6.2	直播频率	14

4	杨阳杨电商直播营销实施方案	14
4.1	直播账号日常维护	14
4.1.1	直播账号主页设计	14
4.1.2	抖音短视频发布	15
4.2	直播账号预热引流	16
4.2.1	站内引流	16
4.2.2	站外引流	16
4.3	直播前的准备工作	16
4.4	直播人员安排	16
5	活动预期	17
5.1	费用预算	17
5.2	预计成果产出	18
	参考资料	19

湖南杨阳杨食品有限公司抖音直播营销方案设计

1 湖南杨阳杨食品有限公司基本情况

1.1 公司简介、

湖南杨阳杨食品有限公司，于 2016 年 06 月 17 日成立，位于湖南省益阳市南县南洲镇工业园 8 栋，主营预制或加工鸭肉。作为湖南本土的知名食品企业，凭借对品质的执着追求和对消费者的深度理解，成功塑造了杨矮子酱板鸭这一备受欢迎的食品品牌。我们专注于研发、生产与销售酱板鸭，致力于为消费者带来健康、美味且富有创新的产品体验。多年来，公司团队凭借不懈的努力，成功研发出了一系列畅销产品，成立了杨矮子酱板鸭这一品牌。同时，也建立了完善的销售网络，不仅在国内各大城市拥有稳定的销售渠道，还积极开拓国际市场，将我们的美食带到了世界的各个角落。

在当下这个数字化、网络化的时代，抖音平台以其独特的短视频形式、广泛的用户基础和高度活跃的社区氛围，成为了品牌与消费者沟通的重要桥梁。而直播带货，更是近年来迅速崛起的一种新型营销方式，其直观、互动、高效的特性为品牌带来了前所未有的营销机遇。

对于杨阳杨食品而言，选择抖音直播营销方案，是顺应市场趋势、提升品牌影响力的明智之举。通过抖音直播，我们可以更直观地展示产品的独特之处，让消费者在轻松愉快的氛围中了解我们的品牌故事和产品特性。同时，直播形式的互动性和实时性，能够让我们更深入地了解消费者的需求和反馈，为产品的研发和营销提供宝贵的参考。



图 1 公司品牌 logo

1.2 产品情况

湖南省杨阳杨食品有限公司主要产品有杨矮子酱板鸭、酱板鱼、酱鸭脖、

酱鸡爪、杨矮子系列礼盒等多种卤制产品。

表 1 杨矮子产品展示表

序号	产品名称	产品图片	产品价格	产品规格
1	酱板鸭		44.6 元/袋	净含量：301-500g 保质期：9 个月 包装形式：袋装
2	酱板鱼		18.6 元/袋	净含量：118g 保质期：9 个月 包装形式：袋装
3	酱鸭脖		19.8 元/袋	净含量：200g 保质期：9 个月 包装形式：袋装
4	酱鸡爪		25.79 元/袋	净含量：201-300g 保质期：270 天 包装形式：袋装
5	杨矮子系列礼盒		188 元/盒	净含量：200g 保质期：9 个月 包装形式：礼盒装

1.3 电子商务经营情况

杨矮子酱板鸭是一个比较知名的酱板鸭品牌，以往都是通过线下商铺销售。随着互联网时代的来临，杨矮子为了跟随时代的步伐逐渐开始了线上销售。

1.3.1 网络营销情况

最初，公司对于线上销售了解不够深刻，通过对于线上销售平台的分析，我们选择了天猫、京东和拼多多作为我们的线上销售平台。形成一个线上线下相结合的运营模式，多渠道地进行销售，让我们的销售额得到增长。



图 2 线上销售平台店铺展示图

之后，我们发现线上销售的数据并不可观，我们开始分析原因，因为品牌知名度在那时并不高。因此，我们需要对品牌进行推广，经过推广方案的分析，我们选择人数基数大的微信平台公众号进行我们的线上推广。在公众号内发布各种推文，为了方便用户下单也提供了微信下单服务。



图 3 微信公众号店铺展示图

经过公众号推广，销量开始稳步增长，公司开始思考如何进一步增加品牌影响力，让更多人了解杨矮子，喜欢杨矮子，支持杨矮子。公司开始进行广告投入。通过短视频博主及 UP 主推荐让更多人知道杨矮子，同时也在百度上投放相关广告。



图 4 短视频及 UP 主推荐页展示图



图 5 百度平台品牌搜索推文展示图

1.3.2 网络销售情况

最近几年，随着短视频的新起，线上渠道的飞速发展，公司销售额得到稳步增长，杨矮子这一品牌销售额在公司销售额占比中高达百分之八十，是公司的重点发展品牌。品牌线上销售额占比较大的是京东和天猫两个平台的官方旗舰店。

1. 天猫

杨矮子旗舰店在天猫平台上已经拥有 8.1 万粉丝，综合体验达五颗星，开店时长已经有六年多了。但近期的 DSR 评分却不高，描述、服务、物流三个维度都有所下降，低于同行业。公司需要对天猫平台的店铺各方面进行维护与优化。



图 6 杨矮子旗舰店天猫店铺信息展示图

2. 京东

公司于 2018 年 7 月 2 日入驻京东平台，拥有粉丝量 2.7 万人，用户评价分

为 4.0 分，物流履约评分为 4.3 分，售后服务为 4.8 分。由评分可看出在京东平台我们的售后和物流是做的不错的，只是在用户体验方面需要改进。



图 7 杨矮子旗舰店京东店铺评分展示图

2 湖南杨阳杨食品有限公司电商直播现状

2.1 直播情况

湖南杨阳杨食品有限公司在直播营销方面已经进行了一系列的尝试与实践。目前，公司主要在抖音平台进行运营，公司尝试制作和发布与产品相关的短视频，展示产品的制作过程、口感特点等，吸引用户的关注。



图 8 杨矮子酱板鸭抖音官方店铺

- a) 直播时长及时间: 直播时长一般播 1 到 4 个小时, 开播时间大多在 10:00-18:00 这个时间段, 有时可能会在晚上 18:00-2:00 时间段。

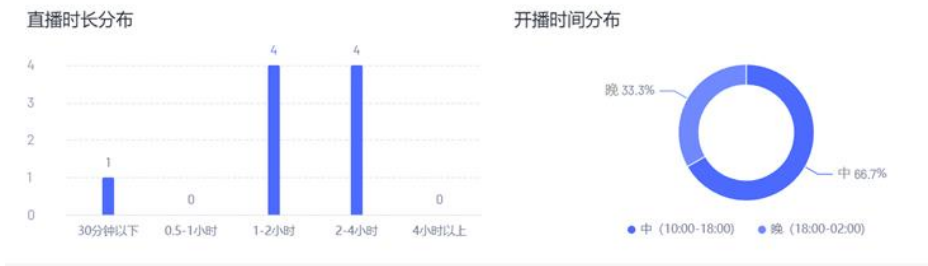


图 9 直播时长及时间分布

b) 直播销售额: 据统计, 30 天直播 9 场(带货直播 6 场)销售额达 2500 至 5000 元, 直播销量不容乐观, 观看人次比较少。



图 10 直播销售额

2.2 存在问题与分析

2.2.1 存在的问题

1. 内容创意不足: 公司发布的直播营销内容在创意和趣味性方面有所欠缺, 主页内容比较简单, 难以吸引用户的关注和兴趣。这影响了内容的传播效果和用户的互动积极性。
2. 流量来源单一, 公司平均观看人数少, 品牌宣传力度低。
3. 与消费者的互动不够深入直播过程中, 主播与消费者的互动深度和广度上仍有待提升。直播团队缺乏深入的消费者洞察和反馈收集, 导致产品优化和市场调整不够及时。

2.2.2 总结

综上所述, 湖南杨阳杨食品有限公司在直播营销方面仍有较大的提升空间。而解决这些问题不是一朝一夕就能解决的, 因此为了达到优化店铺, 提升影响力的目的, 而进行一次直播营销活动, 作为优化店铺方案的一次尝试。优化店

铺可以在原基础上优化直播内容的趣味性，互动性，制作出系统的一套直播方案。

2.3 竞争对手分析

在湖南杨阳杨食品有限公司所在的食物行业中，存在着众多强有力的竞争对手。本次分析将选取两家具有代表性的竞争对手进行深入研究，分别是“湖南味之源食品有限公司”和“湖南佳味美食品有限公司”。这两家公司均在食品市场拥有一定的市场份额，且在网络营销方面有着不同程度的尝试与投入。

2.3.1 湖南味之源食品有限公司

网络营销情况：湖南味之源食品有限公司较早地意识到了网络营销的重要性，并在此方面进行了多方面的尝试。该公司不仅拥有自己的官方网站，还在多个社交媒体平台上开设了官方账号，包括微博、微信、抖音等。

1. 网络营销方式及使用情况

味之源在抖音平台上采用了短视频推广、直播带货等多种方式。他们定期发布与产品相关的短视频，展示产品的制作过程、口感特点等，吸引用户的关注。同时，他们还邀请网红或明星进行直播带货，利用他们的影响力吸引更多潜在消费者。

2. 效果

通过抖音平台的网络营销后，味之源食品有限公司成功地提升了品牌知名度，吸引了大量粉丝关注，并带动了产品销售的生长。直播带货活动更是取得了显著的效果，销售额有了明显的提升。



图 11 味之源旗下品牌抖音官方店铺主页

2.3.2 湖南佳味美食品有限公司

网络营销情况：湖南佳味美食品有限公司在网络营销方面相对保守，但仍有一定的投入。该公司主要依赖于官方网站和社交媒体平台进行品牌推广。

网络营销方式及使用情况：佳味美在抖音平台上主要通过发布短视频进行产品推广。他们重视视频内容的创意性和趣味性，力求以独特的方式吸引用户的注意。此外，他们也尝试过与网红合作进行短视频推广，但频次和规模相对较小。

效果：尽管佳味美在抖音平台的网络营销投入有限，但仍取得了一定的效果。通过短视频的推广，他们成功地吸引了部分用户的关注，并在一定程度上提升了品牌知名度。然而，与味之源相比，粉丝量较少，其网络营销的效果仍有待提升，品牌影响度也没有味之源那么大，推广渠道没有味之源的广泛。



图 12 佳味美抖音官方店铺主页

2.3.3 总结

通过对湖南味之源食品有限公司和湖南佳味美食品有限公司的网络营销情况进行分析，我们可以看出，网络营销已成为食品行业推广产品、提升品牌知名度的重要手段。而网络营销中直播卖货已经成为提升品牌影响力和赚取利润的重要方法之一，而不同的公司在网络营销方式和使用情况上存在差异，效果也各不相同。湖南杨阳杨食品有限公司在制定抖音平台直播营销方案时，可以借鉴竞争对手的成功经验，结合自身的特点和目标受众的需求，多渠道以及发布与产品相关的有创意有特点的短视频进行宣传，提前为直播活动进行预热，以取得更好的营销效果。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/406100214043011043>