
抖音直播运营管理存在的问题及完善对策研究—以 A 电子商务公司为例

目 录

摘 要.....	II
ABSTRACT.....	III
一、绪论.....	1
(一) 研究背景及意义.....	1
(二) 国内外研究现状.....	1
(三) 研究方法.....	4
(四) 相关理论概述.....	5
二、A 电子商务公司抖音直播运营管理现状.....	8
(一) A 电子商务公司简介.....	8
(二) A 电子商务公司抖音直播运营管理现状.....	8
三、A 电子商务公司抖音直播运营管理存在的问题.....	10
(一) 主播素质参差不齐.....	10
(二) 产品质量与售后服务无保障.....	11
(三) 抖音推广存在不足.....	12
(四) 平台机制不够人性化.....	12
四、A 电子商务公司抖音直播运营管理存在问题的原因分析.....	13
(一) 网红从业门槛较低.....	13
(二) 没有稳定的供应链.....	14
(三) 推广形式较为单一.....	14
(四) 推送内容过于局限.....	15
五、A 电子商务抖音直播运营管理的改进对策.....	16

(一) 提升主播专业素养	16
(二) 设立质量奖惩机制	16
(三) 加强推广实施联动营销	17
(四) 优化内容筛选推送机制	18
结论.....	19
参考文献.....	21

摘 要

在互联网技术的带动下，电子商务营销应运而生，而随着大众生活水平的不断提升以及互联网的日渐普及，网络直播异军突起。抖音作为短视频平台，其将网络直播和自身的短视频之间相互结合，借助短视频的流量引流，来帮助用户开辟直播达到销售的效果。2018年以后抖音直播进入快速发展时期，尤其是在疫情爆发以后，直播带货更是成为各大商家经济复苏的重要法宝。

本文针对A电子商务公司的抖音直播运营管理的问题进行研究，基于国内外相关文献以及直播营销相关理论，对其抖音直播运营管理现状进行分析，进而研究抖音直播运营管理中存在的问题及原因，针对性的提出其抖音直播运营管理的改进对策，这对于提高A电子商务公司抖音直播运营管理水平，增强抖音直播效果，加强其市场营销效率，有着重要的理论意义及现实意义。

关键词：抖音直播；运营管理；A 电商

一、绪论

（一）研究背景及意义

网络直播是一种通过网络进行在线直播的方式，它有很多种形式，比如游戏直播、产品销售直播等。在网络行业蓬勃发展的同时，直播行业也在蓬勃发展。网络直播是即时的，优点是现场感强，缺点是成本高，需要很高的互动能力。可以说网络直播带货的走红是我国电商发展的推动，电商和网络直播之间的有效结合，让营销更具有针对性，营销效率也得以大大提升。在电商+直播发展大背景下，抖音、快手等平台纷纷开启直播营销道路，抖音直播的运营管理也面对新的挑战，运营管理水平直接关系到直播的营销效果，所以，对抖音直播的运营管理进行深入探讨就尤为重要。本文针对 A 电子商务公司的抖音直播运营管理的问题进行研究，基于国内外相关文献以及直播营销相关理论，对其抖音直播运营管理现状进行分析，进而研究抖音直播运营管理中存在的问题及原因，针对性的提出其抖音直播运营管理的改进对策，这对于提高 A 电子商务公司抖音直播运营管理水平，增强抖音直播效果，加强其市场营销效率，有着重要的理论意义及现实意义。

（二）国内外研究现状

1. 国外研究现状

关于直播带货的发展趋势和意义的研究。在海外，直播的产品销售又被称作“直播在线营销”

。很多国外的学者都在探讨这种新型的网上销售方式的发展趋势及其重要意义。MurphyM (2019) 指出, 美国一半以上的网民都是通过收看现场直播来获得商品和服务的, 而这种比例也在逐步增长。Nicholas (2018) 对 2025 年的网络广播营销进行了预测, 直言直播会成为网络营销最重要的手段之一。这种方式比传统电子商务平台的静态广告销售模式更有趣、互动、有趣、刺激。通过直播, 网民可以了解到消费者购买商品的重要信息, 从而降低信息的不对称性。LarsonE. L. (2020) 建议, 通过网络的影响力和语言的魅力来鼓励顾客进行即时的网上预订。从而使其更有效、快速地提高了企业的市场营销效率。

关于直播和销售模式探讨的研究。直播的方式有三种, 每一种都有自己的优势和劣势。首先, 是商家自己作为网络产品的代言人, 这是网络产品的主要类型和效率。Park C. S. (2017) 认为这样的方式最能节约企业的资金。但是, 因为企业并非专业的网上直播, 其最终的网络直播效果也会受到一定的限制。其次, 是商家将商品给平台网红。一般来说, 这是一种商家直接邀请知名人士来推广其产品的模式, 利用名人的影响力可以迅速提高营销效率。第三, 企业包装代理统一模式, 专业媒体公司专注于整合公司必要的产品, 销售和选择特定的直播资源进行集中统一的广告和企业广告。Gunner (2018) 相信, 该方法能够改善整合资源的效率, 但是其最大的缺陷在于无法满足不同的业务服务需要。

关于网络直播中存在的问题与解决办法的研究。国外的直播发展, 才刚刚起步没十年。在早期阶段, 由于网络用户及其习惯再加上对直播认识不足和某些技术上的限制, 直播过程中也存在许多问题。很多学者对这些问题进行了深入的探讨, 并给出了更为具体的解决办法。主要问题有: 一是现场直播的技术问题。例如, Mark Granovetter (2017) 发现, 在当时的直播中, 有许多技术缺陷, 如实时影像模糊、现场图像不稳定、直播形式单一、缺乏多样性的互动评论等。在此基础上, 他提出了今后的交互式实况转播。第二, 用户服务和流媒体的产品品

质。网络直播产品在网上销售的过程中，由于没有完善的售后服务机制，导致网络上的消费者在网上购物的时候，往往会出现品质不佳的情况。为此，他建议对商家和主播的信誉机制进行完善，同时也要推行实名直播。第三，对交货流程进行监督，认为在线传输是一个互动的信息共享过程。假如违背了规定，将会有很大的消极作用。基于此，从技术层面上提出了一种基于“智能识别与监控”的解决方法。

2. 国内研究现状

关于直播带货的重要性的研究。首先，直播带货能够促进线上消费的需要，使已有的网络消费结构得到进一步优化。如柴森（2020）认为，网络主播直播能解决电商平台的经营问题，促进市场经济发展，促进消费。可以利用当地供应来有效减少贫困。张伟婷（2020）认为，流媒体直播产品的核心价值体现在三个方面：供应链、需求方和供应方。其次，徐森（2020年）认为，在现今全球疫情的情况下，直播带货的发展甚至可以整合不同的网络资源。它虽然不是公益行为，但可以促进中国媒体转型和传播方式创新，有效整合现有网络媒体资源，提升媒体传播价值。胡军（2020）建议，网上直播可以实现线上线下营销资源、用户、产品和消费者的场景的合而为一，有效整合线上多媒体资源和线上产品资源。第三，直播和网络可以显著提高定向扶贫的效果。实时摘要已经广泛应用于商业营销、社会关怀和直接减贫。许多广播公司通过直播为减贫做出了有效贡献。例如，江源和贺隆超（2020）提出了通过全球发展电子商务和通过网络直播进行农村捕鱼来减少贫困。在农村地区，渔业的经济效益得到了明显的改善，并为减轻贫困提供了支助。李忠怡（2020）认为，直接利用原料直接转移能够推动茶叶产业的发展，从而达到“直接传递、扶贫”的发展道路。

关于直播带货问题及对策的研究。由于中国互联网的快速发展和增长，中国网络直播带货中存在许多问题。从国内外学者的研究结果来看，研究重点在于：第一，直播中的商品品质问题。张程（2020）认为，如果没有有效的售后服务机制，直播产品的分销商和运营商很容易造成产品质量无限的问题。胡伟（2020）认为，在线直播最大的问题在于用户不能直观地接触到商品；他们在线上所见到的与他们所获得的完全相符。同时，当地没有良好的回报和交换机制，存在明显的质量问题。第二，如何规范直播带货。刘晓春、钟雨薇（2020）等研究人员

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/408105000001006117>