

目录

第一章. 账号诊断

- 1.1 诊断账号的目的
- 1.2 诊断的数据维度
- 1.3 诊断报告

第二章. 主播阶段性成长周期规划

- 2.1 快手电商GMV来源
- 2.2 主播跨越式成长靠营销大场
- 2.3 主播阶段性成长周期规划
- 2.4 操盘服务分层

第三章. 营销大场策划执行

- 3.1 操盘手在营销大场中的核心赋能
- 3.2 操盘手全局观察策略

第四章. 营销大场执行

- 4.1 直播前-营销大场准备（7大策略）
- 4.2 直播中-营销大场执行（5大保障）
- 4.3 直播后-复盘报告

第五章. B级（日播）策划执行+营销大场穿插策略

- 5.1 操盘手在B级（日播）中的赋能
- 5.2 B级（日播）执行策略

第六章. 操盘系统工具介绍

第七章. 跨越周期 - 主播阶段性成长典型案例

第一章

账号诊断

1.1 诊断账号的目的

1.2 诊断的数据维度

- 1.2.1 直播间运营数据分析
- 1.2.2 粉丝维度数据分析
- 1.2.3 货盘维度
- 1.2.4 流量数据维度

1.3 诊断报告

- 1.3.1 数据指标是诊断的“地基”
- 1.3.2 账号存在的主要问题类型

账号诊断，恰如其名，在整个直播电商系统中，是一个“看诊”的环节，是评估主播账号表现及各项能力的标准化流程，找出主播的痛点问题。在此基础上，为主播提供更好的支持，以及科学的解决方案，帮助主播全面认识到自身存在的问题，并为后续提升提供明确方向。

1.1 诊断账号的目的

做账号诊断前，我们首先要明确的，就是此次诊断的目的。目前，在快手电商，操盘手与主播进行账号诊断的目的主要有以下五点：

（一）找出主播的痛点问题和优劣势

账号诊断，首要的目的，毫无疑问是找出主播的优势和劣势之处。主播突出的要素是什么？最需要注意的问题是什么？又有哪些地方是需要调整的？只有发现问题，才能最终给出调整方向。

（二）分析主播目前所处的周期阶段（上升、瓶颈、下滑）

知道主播的问题所在之后，我们要根据主播的客观数据指标和表现，如粉丝体量、新老客占比、月GMV（商品成交总额）等维度，来综合判断主播目前所处的阶段，到底是上升期，下滑期，还是瓶颈期。

（三）确定主播所处的水平，与同结构主播*的差距

在了解主播的成长阶段和水平后，我们可以将主播账号的各项数据与同行业、同结构主播进行比较，判断主播是高于还是低于平均水平，哪些要素差距最大……明确主播在整个主播群体中的位置，整理主播与其他主播相比的不足点在哪里，以及提升点在哪里。

*同结构主播是指：同地区、同行业（以主营行业确定主播所属行业）、同月GMV水平（50万以下，50-200万，200-500万，500-1000万，1000万以上）

（四）确定主播下一阶段成长策略（涨粉-粉丝-新客-老客转化）

根据主播的水平和成长阶段，我们就能有针对性地制定下一阶段的成长策略，助力实现周期跨越。比如说，主播老客的活跃度低，那么在成长周期内，操盘手与主播着重要去做好“拉新-转化潜客-新粉-新客-老客复购”这一整个粉丝运营的链路。

（五）分析确定主播操盘专场GMV增长点

通过主播账号现状分析以及成长策略后，我们能够明确主播在营销大场直播中实现的GMV增长点，例如借鉴其他优秀主播，多做福利购的动作，能够极好地留住看播用户，而通过增加爆款货盘，就能提升直播的成交转化率，在客单量上实现增长。

1.2 诊断的数据维度

人们常说，电商直播靠实力说话，而数据就是实力的最好证明。事实上，主播的每一场直播里都会产生许许多多的数据。那么多数据，到底孰轻孰重？我们在做账号诊断时，又应该重点看哪些数据？

快手电商直播间诊断的数据维度，主要包括直播间运营、粉丝、货盘、流量等四大维度的数据。接下来，我们详细来了解。

1.2.1 直播间运营数据分析

操盘手，在与主播建立联系阶段，首先要做的，也是较为容易去做的一件事，就是去“拉数据”，对主播的直播间运营数据进行分析。

我们建议选择主播近3个月直播场次的运营数据，按照场次一一进行整理，并得出主播的平均表现。第一个关键数据，就是各场直播的GMV表现，分析成长或下降趋势，关注近3个月内主播的单场GMV峰值，深挖主播在该场直播取得GMV峰值的原因，找出促进GMV增长的积极要素，以及需要持续完善的环节。

除了GMV外，我们需要关注的维度，还包括：新增粉丝数、平均同时在线人数、成交订单、成交人数、成交转化率、GPM（千次观看创造的销售额）、人均观看时长、成交粉丝占比、粉丝复购率、客件数、件单价、客单价等数据。

正如上文已经提到的，我们了解了主播的基本数据后，还要去了解其他主播的表现，来判断主播做的到底是好是坏。

我们会选择多位同结构主播（不少于3位）的直播数据，按照以上相同的数据维度，进行详细的对比，明确得出主播与同结构主播相比，优势与弱势在哪里，差距最明确的数据是什么。例如，主播平均在线人数低于同结构主播的平均值，那么，主播就要着重解决直播间来人少、流量低的问题了。

同时，为了助力操盘手对运营的分析，快手官方推出了账号诊断工具、直播计划工具、操盘分佣工具、竞争雷达四大操盘系统工具，从最开始难度较大的阶段予以工具手段的支持。例如，账号诊断工具可以加速操盘团队对于账号诊断的数据分析，如果千次观看成交GPM出现缺口，则需要注意内容策划，补齐短板。

1.2.2 粉丝维度数据分析

私域，是快手电商的一个特色，特别是老客的复购率很高。在平台私域属性很强的情况下，主播需要先进行涨粉，进而通过营销活动把粉丝一步步从沉默粉丝转化为活跃粉丝，从活跃粉丝转化为新客，最终把新客转化为老客，依托老客粉丝的高复购率提升直播GMV。

在很大程度上，粉丝的表现，几乎就决定了主播是否能够实现长续发展。

在分析主播的粉丝数据之前，我们需要先了解快手直播间目前的用户构成，主要分为以下五类：

- 。 **潜客**，就是指潜在客户，没有关注主播账号，但发生了浏览作品和看直播的行为，是成为粉丝的潜力群体。
- 。 **粉丝**，即沉默粉丝，指看了直播之后，关注了主播，但是尚未在主播直播间进行下单行为。
- 。 **新客**，就是在主播直播间首次进行下单的客户，新客未必是粉丝，但认可主播的货品。
- 。 **活跃粉**，是在60天内在主播直播间有浏览、互动、下单行为的粉丝，是购买的主力之一。
- 。 **老客**，老客是在180天内在主播直播间发生了多次购买行为的粉丝，是高复购率的主要贡献者。

（一）粉丝活跃度分析

谈到粉丝，我们首先关注的，当然是粉丝量，根据整体的粉丝数，我们可以大致判断主播目前所处的阶段，同时可以观察周期内粉丝涨跌趋势，出现大幅涨粉或减粉的时间节点，分析产生趋势变化的主要原因。

另外，我们还要观察各类粉丝的占比，评估粉丝的粘性，评估各类粉丝占比的变化，是否会影响到整体的直播间人次和GMV成交表现。

我们都知道，在一个直播间里，老客的占比越高，就代表着用户的复购率越高，因为老客是对主播最信任、最认可的，也是各类群体中，粘性最高的用户。因此，当我们在分析粉丝的活跃度时，首先就要分析以上五类用户的占比。

同样以3个月为周期，我们从两个维度的分析，首先，我们会分析各场直播中，粉丝与非粉丝用户的人数、占比，了解粉丝和非粉丝的比例；之后，我们会分析，潜客、沉默粉丝、活跃粉、新客、老客在各个场次中的人数、占比。我们还可以关注，粉丝在不同直播场次中，所表现出的复购率差异，关联主播的直播表现及货品组合，找出原因。

当然，我们同样需要选择多位同结构主播的粉丝数据表现，判断主播的粉丝活跃度水平大致在整个行业中所处的位置。

（二）粉丝画像特征：性别、年龄、地域分布

主播的粉丝画像，极大程度决定了主播选品的方向，以及主播所要运营的直播风格等。例如，主播的粉丝以30岁以上的女性为主，具有较高的消费水平，但是主播缺少对此的分析，而一味卖客单价偏低的零食、家居百货等产品，而没有寻求高客单价，这其实是一种极大的浪费。

因此，了解粉丝的性别占比、年龄情况以及地域分布，也是诊断中不可或缺的部分。

年龄上，我们建议将用户的分为“<=21岁、21-25岁、25-30岁、30-35岁、35-40岁、40-50岁、>=50岁”共七个区间，而后再整理各个年龄维度的男、女性数据表现，主要关注观看直播用户中，男、女性用户的人数、占比，成交用户中，男、女性用户的人数、占比，最终得出，男性看播用户成交率，女性看播用户的成交率。

分析粉丝地域分布数据，首先无疑就是圈出了主播的人气地区，这对于后续的投流、选品，都有参考意义，例如南方粉丝与北方粉丝，对于产品的喜好各有不同，广东和黑龙江的用户，对爆款的定义都会有差异。只有知道了粉丝地域分布的特点，主播才能真正做到“因地制宜”。

从以上数据中，我们可以知道，主播主力看播用户的核心年龄、性别、地域分布，以及购买用户的年龄、性别、地域分布等，进而可以得出需要重要经营的用户群体。例如，主播的主力客群是21-25岁的女性，在所有看播用户中占比达到了60%，那么，主播就需要在货品维度，更加关注趣味性、颜值及性价比等要素。

（三）用户转化成交分析

关注直播商品的转化成交表现，实际上就是在做删减动作，了解用户对商品的感兴趣程度，如果销售转化成交占比过低，主播就需要替换货盘中人气较低的商品，或者思考主播自身在商品解说、带货节奏、粉丝互动、话术等方面的不足之处，并为此进行改善。

分析转化成交数据，我们关注的是3个月内各场直播的“观看人数 → 商品点击人数 → 下单人数 → 支付人数”，这四类用户人数的变化情况，关注每一场的变化，也关注3个月内4项数据的曲线变化。

然后，从3个月直播场次的完整数据中，我们筛选出转化成交最高和最低的多场直播，针对性找出主播卖得好和卖得差的原因。

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/617103040154006063>