

内部交流资料，严禁外传！

三步诊断直播间数据

分享嘉宾：柯楠



直播常见问题

01

流量瓶颈难突破

02

直播间流量/模型不精准

03

流量持续下滑



目录

CONTENTS

- Part1.通过用户画像明确帐号定位
- Part2.流量来源优化获取更多用户
- Part3.数据复盘提高直播间流量承载力



帐号定位的内容

帐号定位是否清晰？

帐号开播规划是否清晰？

近30天的数据中哪些指标在下降？

直播间帐号数据复盘表				
基础信息	帐号名			
	粉丝量			
	粉丝团人数			
	帐号内容标签、带货标签是否保持基本一致			
	用户画像——粉丝画像	用户画像——直播画像	用户画像——成交人群画像	
数据信息	成交结构			
	直播占比 %		短视频占比 %	
	直播数据		短视频数据	
	指标	数据	指标	数据
	开播时长		作品总数	
	本场GMV		点赞数	
	订单量		评论数	
	成交平均客单价	GMV/订单量	分享数据	
	UV价值	GMV/观看人数	是否带货	
	GPM	(GMV/观看人次)*1000	播放量	
观看-成交率		完播率		
直播转粉率		净增粉丝量		
平均停留时长				





三像定标签

直播人设：商品、场景、主播、调性

短视频人设：视频内容和人设是否垂直于带货商品，视频用户画像与商品受众是否匹配，引流效果、带货转化效果分析



抖音创作者后台，粉丝画像

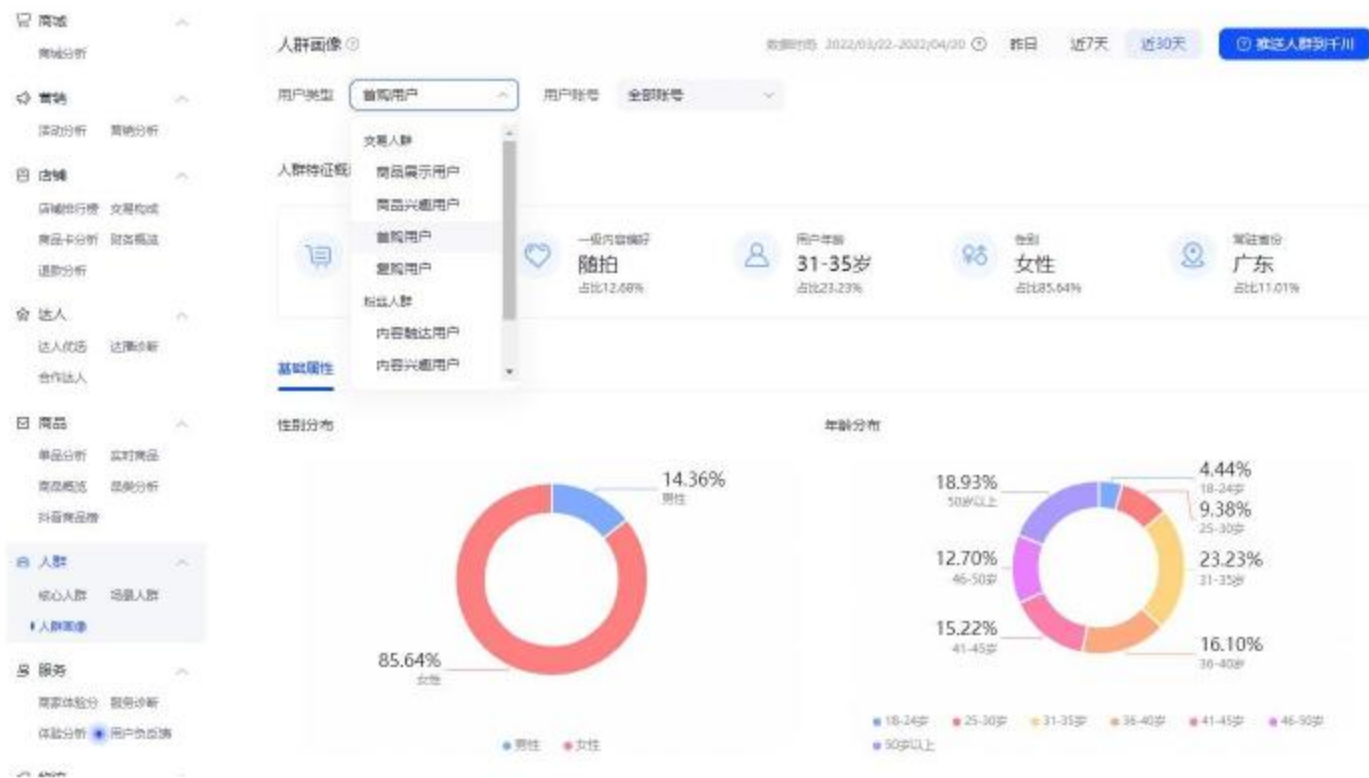
数据大屏，直播画像



三像定标签

直播人设：商品、场景、主播、调性

短视频人设：视频内容和人设是否垂直于带货商品，视频用户画像与商品受众是否匹配，引流效果、带货转化效果分析



抖店-人群画像-成交人群画像



如何明确帐号定位

- 产品类型：护肤类、美妆类、个护产品
- 帐号类型：品牌主号、工厂播、店播、专柜、户外播...
- 客单价：高客单价、中低客单价



目录

CONTENTS

- Part1.通过用户画像明确帐号定位
- Part2.流量来源优化获取更多用户
- Part3.数据复盘提高直播间流量承载力



直播间流量来源



自然推荐流量

千川、DOU+、小店随心推、品牌广告等

二维码、链接、猜你喜欢等其他自然流量进入
用户从关注入口进入直播间
内容短视频流量

搜索框搜索帐号、名称



直播间主要流量来源分类

自然流量

自然推荐-推荐feed
自然推荐-同城feed
自然推荐-直播广场
自然推荐-其他
短视频引流
关注tab
其他

付费流量

巨量千川
品牌广告
DOU+

搜索流量

巨量千川搜索广告
关键词搜索





自然流量需要关注的指标

新账号

停留、互动、转粉率、GPM、订单量

老账号

GPM、单量*成交密度、粉丝活跃度、
停留时长、互动率





如何提升自然流量



直播间



原生短视频





付费流量撬动自然流量

直播自然推荐流量	83.27%
自然推荐-推荐feed	48.61%
自然推荐-直播广场	27.89%
自然推荐-同城feed	6.77%
自然推荐-其他	0.00%
其他	11.95%
关注tab	3.19%
个人主页	1.59%
搜索	0.00%
短视频引流	0.00%
付费流量	0.00%
DOU+广告	0.00%
其他竞价广告	0.00%
千川竞价广告	0.00%
品牌广告-toplive	0.00%
品牌广告-其他	0.00%
订单中心	0.00%

直播自然推荐流量	55.29%
自然推荐-直播广场	51.30%
自然推荐-推荐feed	3.24%
自然推荐-同城feed	0.75%
自然推荐-其他	0.00%
付费流量	21.79%
千川竞价广告	21.79%
DOU+广告	0.00%
其他竞价广告	0.00%
品牌广告-toplive	0.00%
品牌广告-其他	0.00%
其他	9.84%
搜索	7.97%
关注tab	3.99%
个人主页	1.12%
短视频引流	0.00%
订单中心	0.00%





付费流量撬动自然流量



适当的场景介入付费流量可以加速突破流量池
垂直类目需要依靠付费流量带来精准用户



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/885210324233011304>