

- 2、检验直播带货销售模式与传统营销模式对店铺/商品受众的转化有哪些优势。
- 3、提升店铺商品销量，进而推动公司在直播带货模式上的深度挖掘。

二、直播方式

- 1、直播形式：**XX**专场直播
- 2、直播场次：商家自行安排
- 3、直播时间：由商家自行安排
- 4、直播主题：品牌+产品+卖点+价格/优惠的形式来命名活动主题

三、直播筹备

XXXXXX

四、直播选品

1、印象款：

促成直播间第一次交易的产品。只能有了第一次交易，粉丝对主播或者直播间才会留下印象，下一次再进来直播间的概率才会增大。所以印象款的重要性不言而喻。什么样的产品适合做为印象款呢？我们建议可以选择直播间中高性价比、低

间，可以选择腰带、打底衫。找个产品一定要实用且人群覆盖面积广。

2、引流款：

顾名思义，用来引流的款式肯定是你产品中最具有独特优势和卖点的款。这款产品最好要做到人无我有，人有我优。何时推引流款？我们根据直播间的实时数据，可以在观看量达到一个峰值的时候为了促成销售成交推；也可以配合直播间活动，要求加关注到多少数值之后推这个爆款，以此来增加用户的在线观看时长和拉新。

3、跑量款：

我们在设置引流款的时候，为了增加竞争力，通常会设一个很低的价格，不赚钱甚至亏本。所以跑量款，实则才是支撑整场直播间销售额的产品。一场直播间可以设置多款跑量款，有节奏地穿插着分批推出。跑量款一定要保证货源充足。

除此之外，直播间还可以有用来提升档次的气质款，便于设置价格梯度的评价款等。需要大家在不断地实践中摸索最适合自己的直播间活动和粉丝属性的产品规划。

4、选品表格

根据店铺在售商品的数据分析结果进行选品，表格可以根据自身店铺/商品属性增加相关功能选项。

要做好直播带货最好是固定每天或者每周直播的时间和时长，这样有利于养成用户的观看习惯。

另外，新手主播在刚开始直播的时候，本来就没有太多流量，此时要错开直播高峰期，避免和大主播竞争流量。

抖音直播带货策划方案—脚本制作

不管是做短视频内容还是直播带货，都需要制作脚本，梳理整个直播流程，哪个时间段该做什么事情。这也是抖音直播带货策划方案的核心内容，由它来控制整场直播的节奏，梳理直播的流程。

将整场直播划分为多个模块，再对每一个模块进行完善，最后再进行整合。避免在直播过程中出现产品解说和产品上架时间错乱，错过发放福利的时间导致观众流失等情况。

抖音直播带货策划方案—话术引导

在直播间，用户的下单和主播的话术有直接联系，有 99% 都是通过话术来完成的。需要主播通过话术文案来引导他们关注、带他们了解产品、刺激他们下单等等。

抖音直播带货策划方案—活跃互动

相信没有一个用户喜欢看那种冷冷的直播间，所有的直播间一旦缺少互动，就会造成用户流失的情况。

比如到多少人、多少赞就抽奖、发优惠券、限时秒杀等等。并且在每一个用户新进来的时候口述一遍，这样才能有效的留住直播间的用户，就算他们对产品不感兴趣，也想等在抽奖的时候去参与。

抖音直播带货策划方案—场景设置

直播间的背景需要干净整洁，可以根据直播带货产品的类型，对直播间进行简单的布置，着重注意直播间灯光，要能够凸显产品的优势。

抖音直播带货策划方案—带货产品

直播带货的主角是“货”，我们一定要对我们的带货的产品进行严格把关。可以根据自己的账号定位选择热销产品，新主播尽量选择 69 元以下的快销品，这样能快速带动销量。

第三篇

1、确定直播主题

首先，我们要确定这次直播的目的跟主题，这是一个核心内容，你要是连这个都不想好，下面是进行不下去的。你要确定这次活动是为了吸引用户关注提升品牌知名度还是为了实现转化提高销量，有了目标才能制定后续计划。因为不同的主题有不同的策划方案，你要是用错了策划方案是达不到你想要的效果的。

2、前期准备

明确目标：我们需要通过自己确定的目的跟主题来确定精准用户人群，这样不仅能给直播带来最大的流量提升，同时也减少后续实施中出现的误差。

每个人都要有每个人自己做的事情，直播间人员分别要做什么工作要搞清楚，包括小助理和直播管理员等，不要分工都没弄清楚，这个工作没给安排上，那个工作也没有安排上，搞的乱七八糟的。遇上带节奏、恶意连线等突发情况，让他们做好现场控制，及时调整及活跃直播间气氛。不要自己慌了阵脚。

产品梳理：直播之前，需要对产品进行梳理，包括产品的价格，产品能解决哪些问题（痛点）；怎么样去解决问题（卖点）；自身产品和同类的差异在哪（亮点）等。

3、主播自我介绍

主播的介绍是必不可少的流程之一。这里我们可以着重介绍主播从事什么行业，精于什么领域，一定程度上显示了主播的专业性，这样也能在无形中让粉丝对主播产生信任感。

4、直播间福利

在直播的过程中，主播要讲出所介绍产品的有什么优惠、福利，以及这次参加这次直播间活动的用户能享受到什么福利，这样也很能吸引客户在直播间留下来。你要是什么活动都没有，干巴巴的，别人凭什么在你直播间买东西？

5、产品讲解

产品讲解是最重要也是最直接的一部分，想要客户下单，就要看你怎么去说服用户们

6、引导用户下单

通过分发优惠券来刺激粉丝下单购买，要知道低价才是粉丝观看直播的最大动力。在此期间，主播还可以通过发红包、抽奖等活动调动粉丝积极性，让粉丝对主播产生一定的信任，这样对下单购买也就更加积极。

7、下次直播预告

为了留住忠实粉丝，与新粉丝建立一定的粘度，在直播即将结束后，主播可以预告下次直播的时间，相当于为下次直播设置悬念，吸引粉丝观看下次直播。不要这一场直播碗里就拍拍屁股走人了，尤其是对于前期来说，本身流量就不多，还不牢牢抓住机会。

8、直播复盘

每一场直播结束后，是需要对本场直播进行复盘的，看数据，看看哪里有什么问题需要改进，看看哪里可以做的更好，总结本次直播遇到的问题和需要优化的地方，以确保下次直播能够得到提升。

第四篇

文案要讲人话，大家要懂白话文，让人有身临其境的感觉；不仅如此，比如说你是卖产品文案还需要挖掘消费者的痛点，找出卖点，让消费者需求购买。

那么如何确定产品的定位？

定位的目的不仅仅是让消费者知道你是谁，你是做什么的，还要考虑你的产品在市场上是第一位还是唯一位？

者往往无法区分。因此，只有找出产品的核心卖点和相应的目标群体，并以此为方向和定位，才能在细分的市场中脱颖而出。

描述产品的卖点，有哪些卖点。因为卖点是需求，人们对美向往和恐惧的回避，当然了需求是可以无中生有的，但是也可以通过短视频的方式来放大需求。

所以要创造一个消费者需要的卖点，不管是漂亮还是可怕，给消费者一个买卖的理由。

产品的功效以及用途：挖掘消费者的痛点，给他们看使用和不使用的区别和对比图，给他们看用户调查和好评的截图，销售证明的数据。总之，让消费者相信你的产品不是故弄玄虚，而是真的能帮他解决问题。

那么标题可以多用短句，短句拆分。把最能戳消费者痛点的惊艳内容放在前面，因为如果内容枯燥，消费者很少看到结尾；把不影响大局的东西，比如辅助说明和背书，放在页末。只有当消费者对面前的内容感兴趣时，他们才愿意继续深入了解你的产品。

产品文案不能只针对一类用户，必须有多重需求。你的主要卖点一定要放在前面，一些辅助卖点可以稍微放在后面。这是为了让不同的用户群体找到需求，增加产品的销量。

当然了，只有确定了自己的定位，你就知道每天自己该写什么了，就不会迷茫了。

定位里面一定要将你的优势展现的淋漓尽致，展现到极致，只有有特色有个性的文案才是独特的文案和内容。

同行那里都能找到。

1)、确定一个能够让人有感觉的标题，让人心动的题目。

2)、挑选唯美的视频素材，美的东西都是人们向往的。

3)、给你的内容配上清晰的好听的，动人心弦，震撼的音乐吧。不要让内容显得“枯燥且乏味”！

4)、你的内容文案，一定时走心文案，要体现专业度和内容一定是为解决客户问题去的。而不是随便写点什么放上完事。

5)、做一个高端大气上档次的视频封面

6)、自己的视频自己先点赞，因为视频号点赞就是传播，然后把视频发给你的好友，发到微信群，发到朋友圈进行点赞传播。

首先你的内容是给你的精准客户看的，要站到对方的立场去想问题，不是你觉得好，而是你的客户觉得好，否则你离变现就太远了。

那么打造爆款的标题有哪些特征呢？

激发好奇

这一招，无论是写文案，还是影视作品，都是常用的方法。还记得《隐秘的角落》开头那一幕吗？

这就是“激发用户好奇心”。

钱到底是用来干嘛的？你听懂了什么呢？

钱呀！多么吸引人的敏感词！“钱到底用来干什么？”

你可能会想，不是买东西还能拿来干嘛？是不是很想一探究竟？

除了这句，再分享几个比较爆的同类标题给大家——

为什么要跟雨伞学做人？跟雨靴学做事？

有一种忍让叫让你后悔都来不及，如果吼叫能解决问题，那驴早就统治了世界

没有心机的人有六大表现

老板和员工的不同思维格局

它们的共同特征就是，用敏感词激发你的好奇心。如果想模仿这类标题，建议大家先找几个敏感词语，比如像上面加粗的字体。句式的话可以直接模仿它们。

当内容和标题有对用户有价值的东西，才会吸引他们。

比如像这个标题——

学会这五点，马上让你谈吐不凡！

利益点是什么？——“让你谈吐不凡。”是不是一下就很想点进去了解了解？

其他相似的标题有——

真正厉害的人，已经扔掉了这四样东西，越活越轻松。

和别人初次见面的时候，如何让别人快速记住你呢？

不要看这些标题好像简简单单，它们都直接戳到能让用户受用的点。所以才成为了爆火。你可以试着模仿起几个看看。

这一点，所有写文案的人都应该耳熟能详了。

那么，在视频号标题这里，是怎么应用的呢？下面给大家看几个例子——

为什么富人越来越富，而穷人越来越穷，想要改变口袋，先要改变脑袋

人生就是，自己要先看得起自己，别人才会看得起你。

不要一味的不求回报的付出，这样对方会当成理所当然！

穷人要翻身就不要攒钱，要攒机会。如果是你，你会怎么做呢？

提及关于“贫穷”、“钱”、“人格尊严”、“情感”的内容，向来都是用户内心最痛的点。猛戳的话，他们会忍不住看的。

第五篇

1、痛点是恐惧，是怕，潜台词是“我不这样做就会导致怎样怎样”；

、相信最近两个月大家有刷到过一些美少女美少男唱歌跳舞卖零食、女巫星座占卜、小溪里卖红薯的直播间，以及大主播的直播间都做的跟秀场舞台一样的，所谓的沉浸式直播其实都在拼场！

3、中期的内容是拍摄。决定价格高与低主要是看拍摄时候使用的设备以及人员上的差异。比如摄像设备有不同的档次，目前微光传媒已经全部淘汰标清级别摄像设备，进入高清时代，但是广播级高清设备种类也有很大区别，机器本身价格从几万到百万有着很大的选择空间，在此声明，微光传媒所用型号如果没有特殊指定就是佳能 C300。

4、那么，结合抖音提出的兴趣电商货找人的逻辑，我们就需要用兴趣内容来激发缺乏感，甚至放大理想与现实的落差。在后面脚本模板的内容里，会给出两个方向如何激发这种缺乏感。

5、首先，在做直播带货前，你需要对你所想要带货的产品或者服务有个清晰的认识，然后对各大直播的平台流量逻辑也有一定的认识，然后选择合适的平台进行直播，方能高效转化，少走弯路。

6、来源 ID：林奕的老板圈

7、欢迎来到 XX 直播间，主播带你装逼带你飞，喜欢主播的点关注噢

8、最好的案例就是李佳琦的直播，看过他直播的都知道，将口红产品推销的很好，一个男生为什么会比女孩推销更加有用呢，文案就是其中一个重要的因素，将口红细分，给每个口红定位，将它推荐给适合它的人群，让产品的优点价值发挥得淋漓尽致，让产品有了灵魂，吸引用户购买。

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/948047024133006060>