

《直播短视频营销策略与团队打造》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

抖音、快手、淘宝、京东、视频号等短视频和直播平台，已经成为移动互联网中最为核心的流量入口，虽然我操盘传统电商业务十余年时间，但不得不承认，以淘宝、京东为代表的电商行业主体，确实可以被称为“传统电商”，而直播、短视频、内容带货借助疫情期间的特殊状态得以迅速成长。虽然直播电商“蛮荒发展”的状态始终未能得到抑制，时至今日依然存在着诸多问题和“先天 BUG”，但拥抱变化、适应变化、跟随变化，始终应该是互联网人、电商人应有的心态。

【课程收益】

本课程将辅助企业相关负责人了解如何通过直播和短视频进行产品销售、品牌推广、客户维护、团队考核与绩效等，并如何能够扩大线上渠道。

【课程特色】

有策略规划和思考，也有执行方法和落地执行细节；既包括运营团队的核心知识点，也包含主播打造与主播绩效。同时，短视频的传播和短视频带货也是本课程的重点内容，用以提供给企业另外一条带货路径，规避当前直播带货成本过高带来的窘境。

【课程对象】

企业负责人、电商业务团队、直播业务团队、销售团队、品牌营销团队。

【课程时长】

1-2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

1、认识网红内容运营

- 内容运营是什么
- 内容运营、活动运营和用户运营
- 网红经济运营链条
- 短视频直播时代的运营思维

2、解读电商直播

- 娱乐直播和电商直播区别
- 国内电商直播现状
- 电商直播领域机遇
- 电商直播基本支出
- 解读电商直播运作架构

3、解读直播内容生产

- 内容运营是什么

- 内容运营做什么
- 内容运营实施步骤
- 内容编辑三要素
- 抖音/秒拍营销套路
- 案例分析
- 玩转短视频工具

4、电商直播内容生产与短视频标准化运营

- 直播前内容分配
- 整体路径规划
- 平台资料重组
- 活动经营策略
- 主播标准化培养
- 运营团队标准化培养

5、电商直播路径规划与转化率提升

- 直播脚本设计
- 直播前准备工作
- 商品卖点提炼
- 如何制作有效的直播执行方案
- 电商主播销售技巧
- 微信号与社群运营方案

6、电商直播与短视频后续工作

- 直播后续报道
- 直播与短视频数据分析
- 后台人员管理
- 粉丝社群管理

7、解读电商主播

- 电商主播是什么？
- 直播产业链模型
- 影响用户购买的因素：用户、商品、体验、品牌、服务、平台运营

8、主播到用户过程的受众分析

- 过程分析四步法
- 信任关系建立模型
- 销售转化四大制约因素
- 商品因素

- 主播因素
- 传播因素
- 用户因素

9、消费者购物心理分析

- 男女不同性别购物心理特征
- 购物过程中的表现形式及心理

10、电商主播销售技巧

- 基础层面&促单层面
- 基础层面七大要素
- 基础层面：准备工作五要素
- 基础层面：形式定位
- 基础层面：语言表达
- 基础层面：处理冷场
- 基础层面：互动须知
- 基础层面：心理现象
- 基础层面：学会反思
- 促单层面：降低消费理性因素
- 促单层面：降低消费理性方法
- 促单层面：提炼卖点
- 促单层面：8大方式方法
- 促单层面：内容直播（公域、私域直播案例）

11、总结

- 全景图：直播前准备&直播过程把控方法