



“总裁”的直播带货招式解析

——企业老板带货发展现状研究



TOPKLOUT

继主播与明星之后，2020年上半年“总裁”成为直播带货领域又一重要角色。有人说“总裁”直播是随波逐流、难以持续；有人道“总裁”“志”不在此、“技”也不在此，直播间内可能会尴尬不已……

不可否认，并非每一位“总裁”都适合直播带货，但在这热闹非凡的半年中，多位“总裁”各出奇招纷纷探索适合自己的直播形式，更有甚者已将其做成一档固定节目常态运营。

迄今为止，“总裁”的直播间内有哪些“招数”值得我们深思借鉴？“总裁”直播于品牌、产品而言意义何在，挑战何在？走进“总裁”直播间，共探各位商界“大侠”直播招式的奥秘……

核心看点

Summary of Content

01

2020上半年，覆盖**20+行业**、数百个品牌的掌舵者已开启“主播”之旅

02

与明星不同，“总裁”直播**主阵地**的选择多**集中在**利于**用户直接转化**的平台

03

“总裁”直播带货需要**有人设、场景、内容、优惠**等多种**招式加持**

04

基于行业、营销目的、直播招式的不同“总裁”衍生出了**不同的带货现象**

05

“总裁”直播会成为**行业常态**，但其**个人**因**时间精力**等问题**难以常态直播**

06

直播带货对于**具备网红属性与人设**的“总裁”而言是为品牌**获取流量的风口**

CONTENTS

01

“总裁”直播带货
现状概述

02

“总裁”的直播**招式与**
具体现象解析

03

“总裁”直播带货
发展趋势洞察



备注：本报告中的“总裁”为泛指，涵盖企业创始人、总裁、董事长、CEO、老板等品牌主导者或主要管理人

01

“总裁”直播带货 现状概述

- “总裁”直播带货基本现状
- “总裁”走进直播间的动因与价值
- “总裁”直播的优势所在

直播带货的“总裁”所在行业TOP5



NO.1

家电



NO.2

数码3C



NO.3

食品饮料



NO.4

服饰鞋包



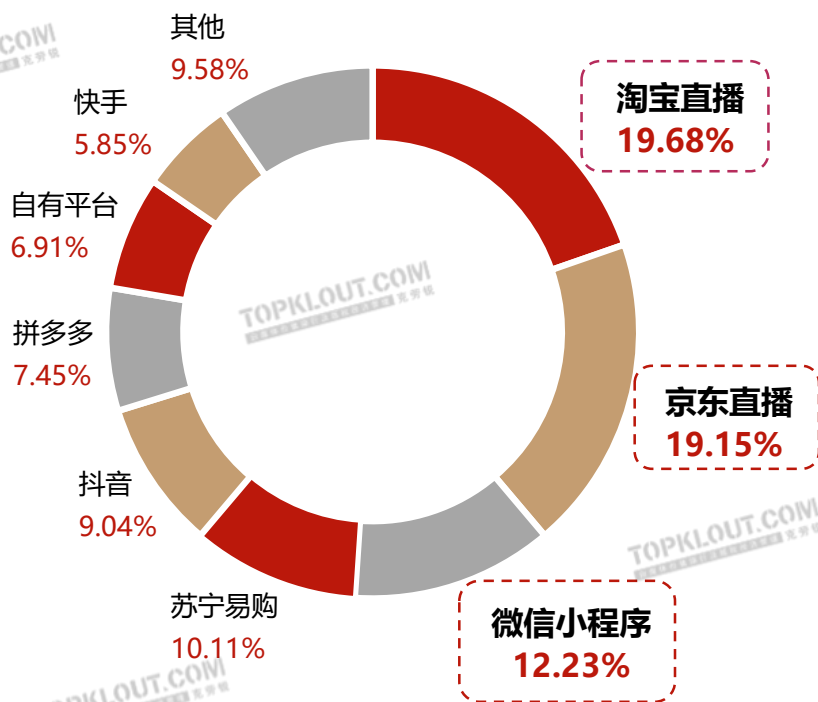
NO.5

旅游

- 2020年上半年“总裁”已成为直播间又一常客，**覆盖行业20+**，数百个品牌的掌舵者开启“主播”之旅
- **618大促期间**，家电行业众多“总裁”走进直播间开始尝试带货，并在多个平台为旗舰店站台引流，618之后，**家电**一举成为**最多“总裁”参与带货**的行业
- **旅游、餐饮**等行业受疫情影响较大，因此很多相关品牌的总裁在**2月**便开始尝试**直播带货**，开始拓展更多的营销渠道

“总裁”直播带货的主“阵地” PICK情况

2020年2-6月“总裁”直播带货平台选择情况



- 明星、“总裁”直播主阵地选择大不同

明星参与直播带货平台选择的TOP3集中在**淘宝直播、抖音、快手**；而被“总裁”更多PICK的直播阵地TOP3则是**淘宝直播、京东直播和微信小程序**

- 品牌用户与真实成交才是“总裁”选择平台的关键

“总裁”直播代表**权威、品质**，且承担**店铺引流、产品销售**等功能，开设品牌旗舰店的**电商平台**更具**优势**，已有近**40%**的“总裁”选择在**电商平台开播**

- “总裁”直播中的私域流量运营与用户沉淀

部分品牌在微信有自己的**私域流量**集中**社群及小程序商城**，因而“总裁”在进行直播带货时，**微信小程序**亦是**主选项之一**

数据来源：克劳锐研究院，网络资料整理
数据截止日期：2020.06.30

2020年上半年“总裁”直播发展实录

2020年2月开始诸多受疫情影响较大的企业加码线上，**电商直播**成为新的**营销方式**与**售卖渠道**，部分“总裁”亲自尝试，与员工一起探索直播之路

2月-6月期间**直播带货**逐渐成为众多企业的运营常态，“**总裁直播**”也逐渐成为企业**大力发展直播业务**的标志之一

在各大**电商平台**与**品牌**的**合力推动**下，**618大促**成为“**总裁直播带货**”**“跨跃式”**发展的**超强推动力**

2020上半年“总裁”直播场次分布情况



部分“总裁”618带货战绩一览



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38280

