

2020年

致胜直播带货的 -- 十大法则

【克劳锐出品】

2020.03



前言

直播带货的浪潮从2019年开始不断被放大，大量主播、线上商铺店主等电商从业者等进入直播带货领域。

淘宝直播2019年“双十一”一天成交额近200亿元。

快手直播商家超200万家，平台活跃电商用户超1亿人。

罗永浩近日签约抖音，正式开启直播带货生涯，这也是抖音加码直播电商的一大信号。

如何才能做好直播带货？

为此，克劳锐总结出致胜直播带货的十个重要法则。

上篇

直播带货“硬件”条件

法则一：鲜明的人设是致胜直播带货的先发条件

法则二：找到与自身匹配的直播平台至关重要

法则三：具备一定数量的粉丝基础，有利于快速完成冷启动

法则四：主播带货的专业能力尤为重要

法则五：背后强大的供应链团队是直播带货做大做强的必备

法则一：鲜明人设

»»»» 鲜明的人设是致胜直播带货的先发条件 <<<<<



薇娅

邻家大姐姐的人设形象，带货同时与粉丝聊家常，亲和力强，给用户很强的信任感



李佳琦

口红一哥，对美妆产品的专业性让用户信服，主播时的小傲娇深得年轻女用户的喜爱



辛有志 辛巴

“农民的儿子”，通过不断努力实现人生逆袭，成为渴望成功的广大农村青年的偶像

法则二：依托平台

找到与自身匹配的直播平台至关重要



淘宝直播

平台特点

1. 交易场景
2. 供应链、物流成熟
3. 信用保障体系强

适合类型



品牌商家



带货主播



京东

平台特点

1. 交易场景
2. 物流速度优势
3. 售后服务完善

适合类型



品牌商家



带货主播



快手

平台特点

1. 用户下沉
2. 粉丝关注关系强
3. 老铁文化，信任度高

适合类型



KOC



KOL



抖音

平台特点

1. 短视频种草吸粉
2. 直播间拔草
3. 算法推荐流量高

适合类型



KOL



小红书

平台特点

1. 笔记种草转化好
2. 平台DAU未过亿
3. 女性用户占比高

适合类型



KOC

法则三：粉丝积累



具备一定数量的粉丝基础，有利于快速完成冷启动



在直播带货前，主播已经通过人设和内容积累了一定的粉丝量



带货主播



罗永浩

罗永浩在准备进军直播带货之前作为一个具备很强影响力的名人，其拥有大量的忠实铁粉，因此，其开通抖音账号**3小时粉丝量即破百万**，其背后大量的粉丝有助于老罗快速完成冷启动。



二哥评车

快手说车达人“二哥评车”在2019年5月通过快手直播汽车团购活动，**一次卖出288辆新车**。其在直播卖车之前在快手已经积累了**200万+的粉丝**，其中不少是有购车意愿的准车主。



王祖蓝

王祖蓝在各社交平台拥有大量粉丝。在快手，王祖蓝通过持续更新的短视频内容成为快手粉丝量最多的明星，粉丝数超**2700万**，这些粉丝助其在2019年快手**双十一达人带货榜中排名第十**。

法则四：专业过硬

»»»» 主播带货的专业能力尤为重要，能讲段子的主播未必能带货 <<<<<



商品讲解专业 产品卖点清晰

- 商品的熟悉程度高
- 清楚产品卖点
- 避免直播“翻车”



口播能力强 洞察用户心理

- 语言表达清晰
- 语言风格有煽动力
- 了解粉丝心理



种草型KOL 直播带货成功率高

- 已有粉丝积累
- 更了解带货行业
- 可快速进入角色



淘宝直播带货一姐薇娅的**专业积累**，一方面是来自早期**经营线下服装店和淘宝店的经验**，另一方面则是其每天坚持对所有将**直播商品的熟悉和学习**。

法则五：高能团队

背后强大的团队是直播带货做大做强必备

直播带货主播向上进阶需要强大团队支持

团队能力要求

选品能力

直播带货的商品选择十分重要，团队具备筛选

招商能力

只有保证售卖价格具备“高福利”，才能激发用户的购买欲望

供应链能力

商品的供应链每个环节都至关重要，良好的供应链

管控能力

团队有细化的分工，明确的职责，团队的管理要正规化、体系化

客服团队

售前、售后各环节都考验客服的应变能力，客服的好坏影响整个团队美誉度

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_38284

