小熊运营



黄金珠宝首饰品类

抖音直播间带货爆量全流程运营培训教程

培训师：小熊运营

目录 CONTENTS



01 珠宝行业直播趋势

02 珠宝直播如何爆量上

03 珠宝直播如何爆量下

04 直播团队目标拆解



/01

PART ONE
珠宝行业直播趋势

流量机制变化，给直播带来的新机会

抖音电商流量机制变了！生意的春天来了



抖音电商总裁在电商作者盛典公布「新作者出道计划」



抖音副总裁在抖音创作者大会力挺新作者扶持

回归内容本质，重构流量生态

内容打破流量限制，内容池释放大量增长空间

内容力

提升流量获取

获得感　惊喜感

表达力　感染力

Volume 提升停留　Activate d 引导互动　Linked 多加粉丝

内容池

兴趣广泛

流量天花板高

分发



分发

交易池

分发精准

电商转化好

交易力

提升转化效率

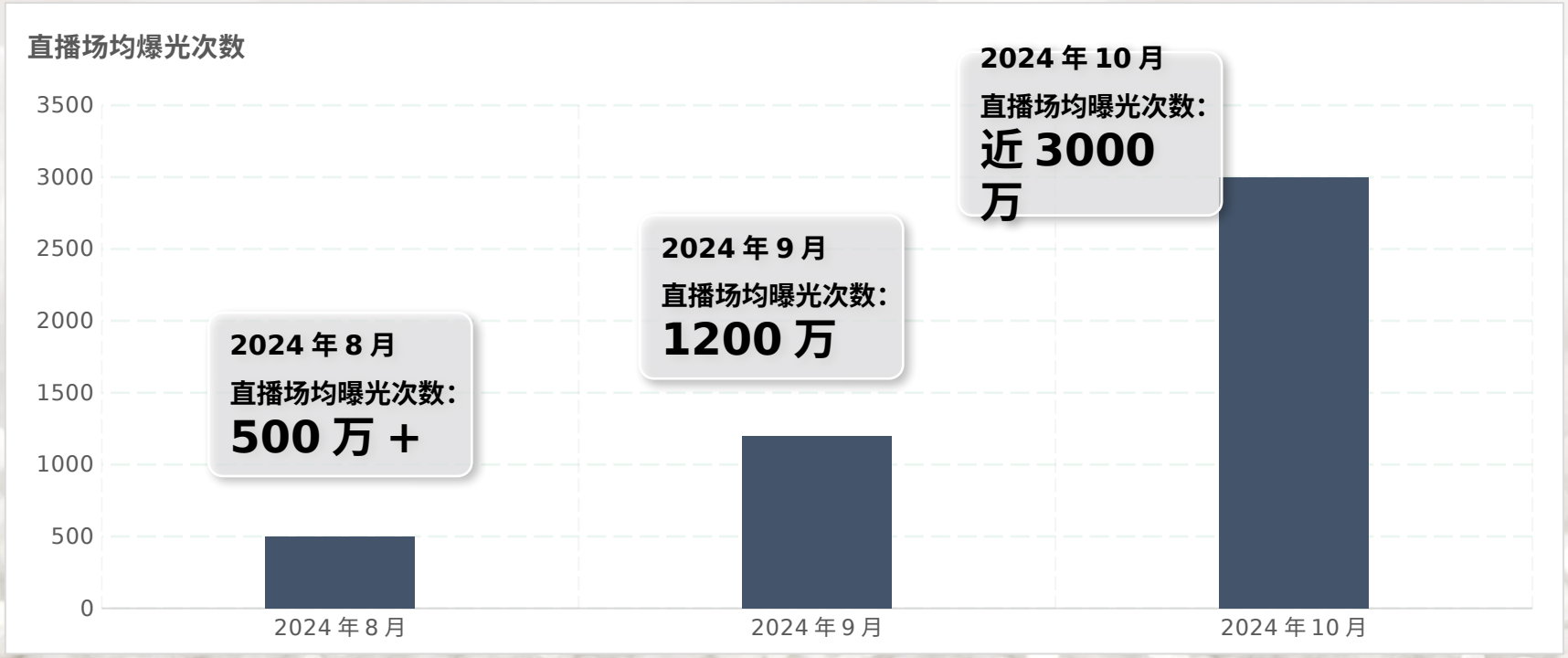
好货　好价

好开播

Pgrade 选品优化　Engage d 勤奋经营

内容池释放大量增长空间，内容作者轻松播

某内容型创作者流量机制调整前后数据



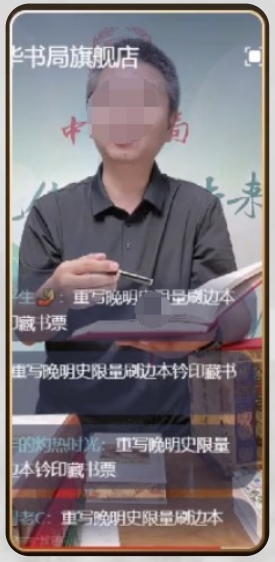
内容越优质，流量上涨更迅猛！

何为优质内容

给用户带来长久美好感受的才叫好内容

获得感

趣味和专业的知识经验或见解



选购指南

惊喜感

眼前一亮的选题立意、表现方式



吸睛主题

表达力

清晰和生动的内容传达



现场实测

感染力

触动人心的真实体验和感受

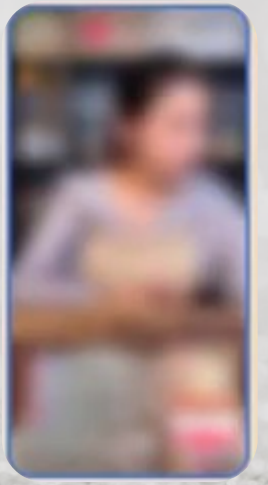


引起共鸣

何为优质内容

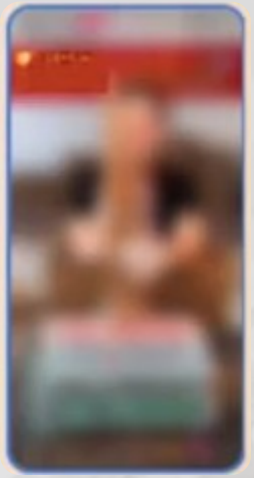
好内容创造核心竞争力，实现同赛道“快超车”

“叫卖式”直播间



流量及销售效果有限

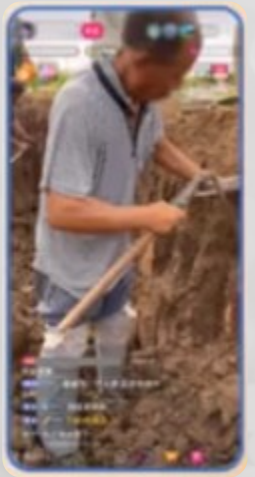
偏内容型直播间



销售额 +10倍

增加内容讲解

内容分享直播间



销售额 +30倍

场观人数 +50倍

创新内容形式

内容力如何打造——能停留

画面美观，构图合理，不踩红线

画面美观



- 清晰度高
- 灯光明亮
- 环境整洁
- 收音清晰

构图合理



- 顶部展示直播主题
- 侧边放置活动贴
- 中部展示主播 + 产品
- 底部展示商品细节

不踩红线

禁止违背公序良俗

内容力如何打造——喜欢看

把生活照搬到直播里，用“真实”“熟悉感”快速抓眼球

- 萌宠家庭
- 线下商场
- 工厂仓库
- 户外场景
- 美妆造型
- 厨艺烹饪
- ……



美妆造型

3 分 X 秒

停留时长



户外场景

3 分 X 秒

停留时长

检测实证



工厂仓库

2 分 X 秒

停留时长

内容力如何打造——自己嗨

主播强感染力行为，营造“热闹”氛围，激发互动



语言表达

清晰流畅

主播表达清晰，流畅讲解产品
副播补充信息和弹幕互动时简洁及时给到用户回答，直播间交流感强

1X 万 场均点赞

2.X 万 场均评论量



镜头表现力

搞笑夸张

在收到礼物 / 在线人数上涨后
主播用搞笑夸张的表情和动作
让用户感觉有意思，激发互动热情

5.X 万 场均点赞

7.X 万 场均评论量



团队配合

带动氛围

副播配合主播讲述故事
场控配合主播引导互动
直播间氛围欢快、热烈

5.X 万 场均点赞

1X.X 万 场均评论量

内容力如何打造——一起嗨

用高关注度的话题，把用户“卷”进来，一起热聊

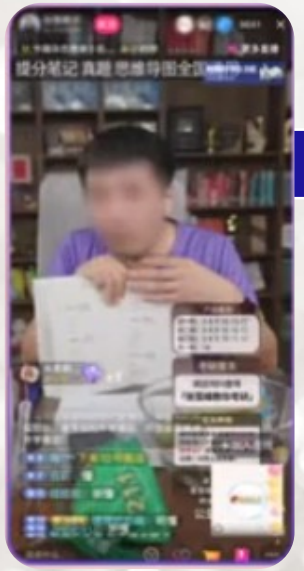
- 热点新闻
- 育儿早教
- 教育升学
- 职场成长
- 恋爱情感
- 游戏娱乐
- ……



职场成长

1.X亿 场均点赞

6X万 场均评论量



高考升学

1XX万 场均点赞

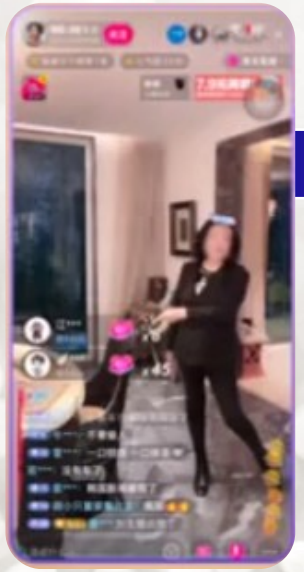
1.X万 场均评论量



宫廷穿越

9X万 场均点赞

1.X万 场均评论量



热点娱乐

8.X万 场均点赞

1.X万 场均评论量

内容力如何打造——稳步涨粉

用“有趣”“有用”的人设圈粉



土著部落 探险家

打开用户认知以外的新世界

1X 万+

单月涨粉



双口相声 天选打工人

已读乱回保洁阿姨和老板的搞笑直播

1XX 万+

2周涨粉



自律正能量 健身达人

带着表哥去健身，全民运动

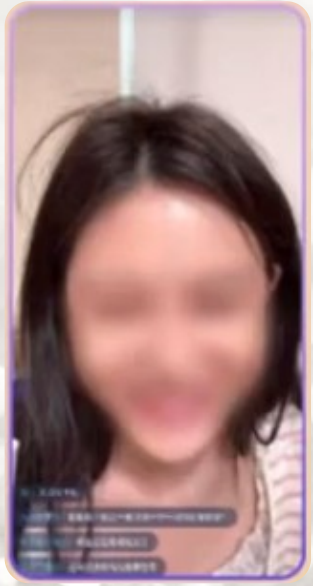
2XX 万+

单月涨粉

内容力如何打造——有效涨粉

塑造内容和商品统一的人设，既能圈粉还能带货





土著部落 探险家

快乐、咆哮讲解美妆的形象

有专业知识：化妆师

直播也有梗：搞笑幽默，化妆教学接地气

带货商品：睫毛膏、眼影、粉底液等

1XX 万+ 单月涨粉

8.X 万+ 单月直播订单量





乡村美食家

乡村姥姥形象

有独特才能：多种美食样样精通

视频很有趣：经常口出金句，风趣幽默，生活态度积极乐观

带货商品：面粉、水果、红薯农产品等

3XX 万+ 单月涨粉

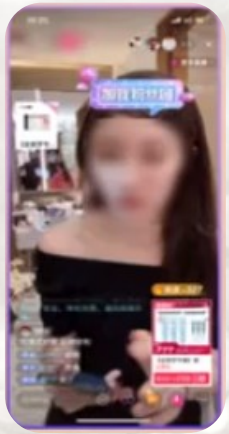
5X 万+ 单月直播订单量

内容力如何打造——用好平台工具

用好平台工具，内容力增长事半功倍

营销工具

直播形式

红包	红包	红包	红包	红包	红包	红包	红包
							
提升停留	提升停留 激发互动	提升停留 激发互动	激发互动	涨粉	激发互动	激发互动	激发互动

交易力如何提升——卖得动

精准选品 + 测品，首要保障直播卖货不翻车

用短视频赛马测出高转化率商品

从选品清单中筛选出更适合自己的商品





带货农产品
粉丝多为都市银发族

交易力如何提升——卖更多

好商品 + 好内容 + 好服务，解决购买担忧，让直播卖更多

好商品

筛选商品，提供优质商品

价优

- 性价比高
- 软机制吸引人

货全

- 有稳定供应渠道
- SKU 及种类丰富

好内容

塑造场景，激发用户购买欲望

激发需求

- **人群喊话**
  喊话目标人群，让用户感觉商品和自身强相关
- **痛点场景**
  向用户描述商品使用场景放大用户痛点

好服务

售后质保，促进用户当场下单

物流

- 快速发货，物流高效

退换

- 7 天无理由退换政策

售后

- 客服耐心高效售后



某品牌电商直播专场
@ 某头部直播间

交易力如何提升——持续播

通过大小场组合拳，降低“积极营业”的难度

直播频次

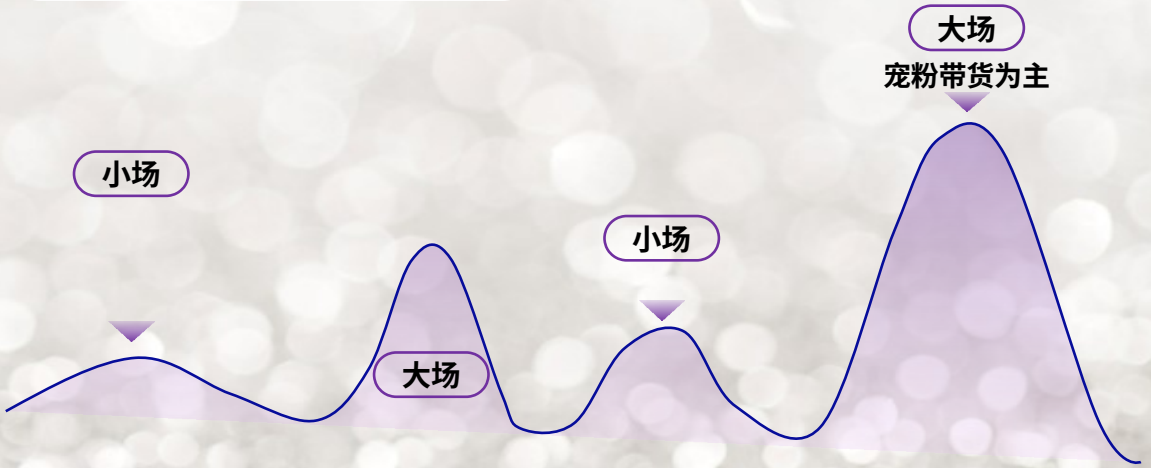
单场直播 > 2 小时

每月直播 > 10 场

参与平台直播活动



直播节奏：大小场组合





交易力如何提升——卖更多

	Volume 提升停留	Activated 引导互动	Linked 多加粉丝	Pgrade 选品优化	Engaged 勤奋经营	非直播期间 持续经营
	停留时长	互动率	涨粉 / 喜爱度	GPM	开播时长	
	场景	表达	人设	货品	直播节奏	
基础	能停留 画面美观 构图合理 不踩红线	自己嗨 语言表达清晰流畅 镜头表现搞笑夸张 团队配合带动氛围	稳步涨粉 “有趣”人设 “有用”人设	卖得动 精准选品 短视频测品	持续播 小场做内容 大场做交易	抓热点 短直联动 抖音热点宝 巨量云图
进阶	喜欢看 真实熟悉 才艺展示	一起嗨 生活话题 热点话题	有效涨粉 内容人设 商品统一	卖更多 画面美观 构图合理 不踩红线	拓团队 好商品 好服务 好内容	促涨粉 每周固定更新视频 打造 IP 化短视频 运营粉丝群
						拓交易 短视频挂橱窗链接 评论区挂商品链接 评论区挂橱窗链接

直播间需要关注哪些指标



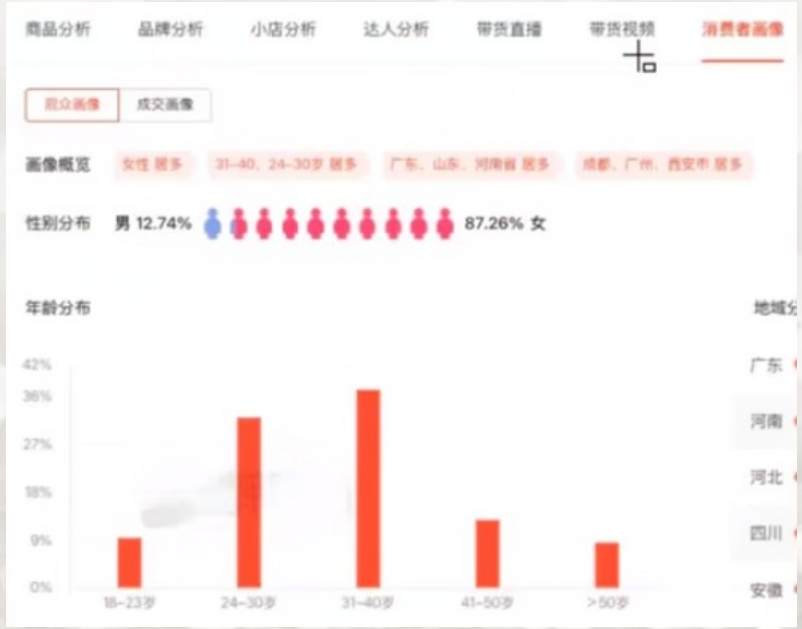
直播间数据指标优化建议

	用户路径	数据指标	数据口径	优化建议
内容力	被推荐	直播间曝光次数	直播间被推荐给用户的次数	1、优化开播场次和时长 2、提升直播效果：内容数据和交易数据
	观看	曝光 - 观看率	进入直播间的人数在直播间曝光量中的占比	1、优化场景：清晰美观、真实 / 才艺 2、营销工具：红包、福袋等
		累计观看人数	直播间观看人数	
		人均观看时长	每个进入直播间的人在直播间的平均观看时长	
	互动	观看互动率	观众在直播间中留下评论点赞、分享的次数在直播间观看人数中的占比	1、创新直播形式： PK、连麦等 2、主播话术：增加互动话题引导 3、营销工具：红包、福袋等
		点赞次数	用户在直播间内点赞次数总和	
		评论次数	用户在直播间内评论次数总和	
	转粉	观看 - 关注率	新关注直播间人数 / 直播间总观看人数	1、强化人设：有趣 / 有用的人设 2、有效涨粉：将内容和商品统一 3、营销工具：红包、福袋等
		新增粉丝数	有多少新用户成为直播间的粉丝	
		新增粉丝团数	有多少新用户加入直播间粉丝团	
交易力	点击小黄车	商品曝光 - 点击率	点击直播间商品的人数 / 商品曝光人数	1、贴片设计：增加商品卖点展示 2、主播话术：增加点击商品话术引导 3、福利机制：当场特殊福利机制
		商品点击人数	点击直播间商品的人数	
		商品点击次数	点击直播间商品的次数	
	购买	商品点击 - 成交率	商品成交订单数 / 商品点击次数	1、优化商品：精准选品 + 短视频测品 + 价优货全 2、激发需求：主播话术强化用户痛点 3、下单保障：快速发货 + 退还保障 + 售后无忧
		GMV	直播期间成交的所有商品的销售额	
		GPM	直播间每千人次观看产生的销售金额	

要想流量多且转化好，要有「好内容、好货、好机制」

	自然流量		广告流量
	内容流量池	交易流量池	广告流量池
核心指标	停留时长，互动率，用户喜爱度	GMV ，开播勤奋度	ECPM
运营机会点	流量天花板高 增长空间大	人群转化能力强	人群精准
竞争对手	抖音全量内容	电商、生活服务等业务体裁	广告素材
核心策略	优质内容	好货，好机制，性价比	精准投放，优质素材

黄金彩宝类目深受女性用户喜爱



- 2025 年 Q1 黄金彩宝大盘同比 2024 年 Q4 增速 **100%+**
- 2025 年 Q1 黄金彩宝的直播成交占比超 **80%+**
- 2025 年截止到 4 月 30 日，下单用户中女性用户占比超 **80%+**



用户为什么对黄金彩宝爱不释手

1

情绪价值

精准匹配年轻群体的心理需求

2

寓意期许

文化传统与心理暗示的深层驱动

3

投资心理

避险需求与消费升级的双重推动

情绪价值

精准匹配年轻群体的心理需求



社交货币属性与悦己消费：

P 联名与潮流元素：某品牌联名旺仔牛奶糖、曼卡龙联名《甄嬛传》等，将传统珠宝与现代流行文化结合，满足年轻人对“独特表达”的需求。

轻量化产品：黄金贴纸 (如“公主请发财”) 、小金豆 (0.1g 起售) 等小克重产品，以“两杯奶茶钱”的低门槛吸引年轻人，既满足“存金理财”的仪式感，又符合轻奢消费趋势。

寓意期许

财富与好运的象征意义



黄金的财富属性：黄金自古被视为财富象征，直间通过“金条库存有限”“今天金价”等话术，强化其对抗通保值增值的心理暗示。

玉石的文化寓意：如玉镯象征圆满、佛公寓意“平安喜乐”，直播间通过“玉养人”“留给子女”等话术，将产品与健康、家庭幸福绑定，尤其吸引女性用户。

投资心理

珠宝玉石的增值潜力

稀缺性与收藏价值：翡翠、和田玉等非标品通过直播间高清展示纹理与工艺，名人背书等形式，吸引收藏型用户



为什么用户更喜欢在直播间里买黄金珠宝？



沉浸式场景构建：动态展示与感官刺激的不可替代性

- 动态展示产品和细节呈现带来震撼
- 在场景氛围、主播演绎下给用户带来的感官愉悦



即时互动与冲动消费：稀缺性与社交裂变的双重驱动

- 主播的全称互动给用户带来的参与感
- 主播通过限时降价、赠品楔缺、产量稀缺等方式给用户营造的紧迫感

黄金珠宝直播带来的情绪价值

黄金珠宝直播间不是在卖货，而是在满足用户的情绪



五维四率	用户情绪
直播间 - 曝光进入率	**好奇感知** 有兴趣进来看看
观看 - 商品曝光率	**建立信任** 愿意看看、等等、购物车转转
商品曝光 - 点击率	**价值感知** 激发对产品的需求点
商品点击 - 成交率	**紧迫感** 迫不及待得到商品



/02

PART ONE

珠宝直播如何爆量上

黄金珠宝直播七大秘籍

在哪播



“场景”够丰富

- 户外播
- 溯源播
- 工厂播
- 展会播
- 秀场播

播什么



“主题”有热度

- 综艺影视主题
- 圈层兴趣主题
- 热点主题
- 运动赛事
- 节庆主题

怎么播



“形式”做创新

- 现场连麦
- 才艺表演
- 硬核测试
- 脱口秀 / 访谈
- 惊喜盲盒

谁来播



“人设”要鲜明

- 创二代
- 总裁高管
- 明星达人
- 跨界专家
- 专业柜姐
- 宠物助播

推什么



“商品”买点足

- 新款限量款
- 明星 IP 款
- 纪念限定款
- 定制款
- 网红款

怎么说



“话术”打动人

- 有人感
- 够专业
- 有共鸣
- 不叫卖
- 幽默感

怎么互动



“工具”多应用

- 超级福袋
- 倒计时红包
- 福利任务
- 优惠券
- 抽免单

秘籍—

在哪播：

场景选得对，流量会起飞！





为什么流量藏在场景里？

热度值

- 往往地标建筑会因为热度而获得更多曝光机会

猎奇感

- 场景越有创意，用户越容易进入直播间一探究竟

熟悉感

- 熟悉的场景容易唤醒用户的记忆

参与感

- 往往在不同的场景里会发生不同的故事，吸引用户的驻足和互动

场景可以传递猎奇感、熟悉感进而带来参与感

猎奇围观场景

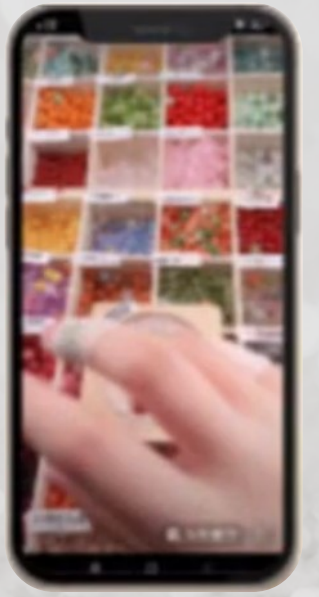
冰天雪地卖黄金



采石矿里卖珠宝



DIY 场景卖水晶饰品



熟悉信任场景

源头档口 货真价实
好价格



门店场景卖 品牌背书



秘籍二

播什么：

直播有主题，付款有动力！





怎么找到能拉动用户需求的直播主题

电商大促

- 用户有心智的全年低价便宜场景

传统节假日

- 引发用户的情感需求，送礼或者自我奖励

品牌上心

- 对于品牌忠实用户和对时尚款式有追求的用户

清仓捡漏

- 对于价格敏感性用户有吸引力的场景

电商大促强化机制和报价



电商大促 - 年货节

- 紧跟平台大促和行业大促节奏
- 促销主题做**数字量化 + 动效展示**
- 报价等承诺以多种形式展示
- 商品链接注意营造大促氛围

传统节日主打感情牌



传统节日 - 母亲节

- 情人节、母亲节、父亲节、端午节、七夕、、中秋节、重阳节、双旦、春节 ……
- 节日类产品注意产品包装要满足**送礼属性或者情绪价值**。
- 送礼类产品的价值感要明确，提升购买者的**社交价值**。
- 用寓意作为产品的“名称”往往会更有利于销售。

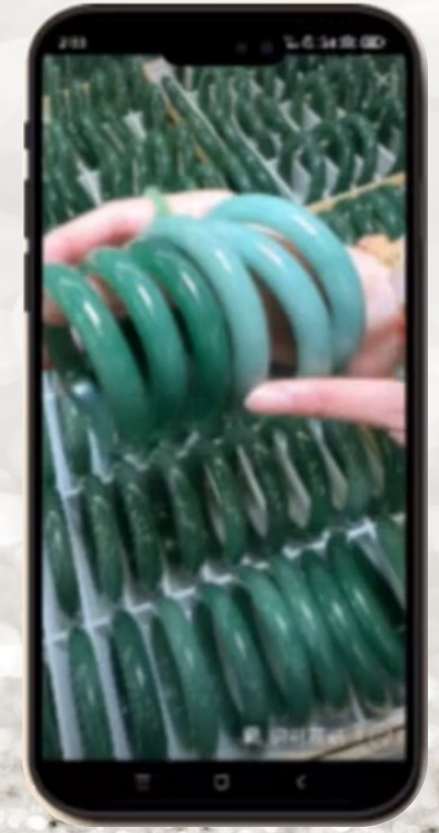
品牌上新搭配限量易见效



品牌上新 - 官宣代言人 / 价格

- 新品在开播前要做比其他类型更多的短视频种草和老用户唤醒动作；
- 有代言人的品牌不仅仅要邀请明星进入直播间，**还建议做好社交互动，提升热度，更容易有引爆销售的效果**。
- 新品发售时建议做好限量点，拉满产品的专属感，提升用户购买欲。

品牌上新搭配限量易见效



清仓捡漏 - 低客单折扣

- 往往配合仓库、打包现场、实体商场往往更容易吸引用户。
- 适当的**吵闹更有清仓感**。
- 以往商品曾经售价的对比以及购买过用户的好评更具备说服力。
- 对于玉石文玩等产品，型号和尺码不要太全。古

秘籍三

怎么播：

直播有意思，用户有欲望！



故事演绎 + 展示方式，提升黄金彩乡宝直播间人气



剧情演绎

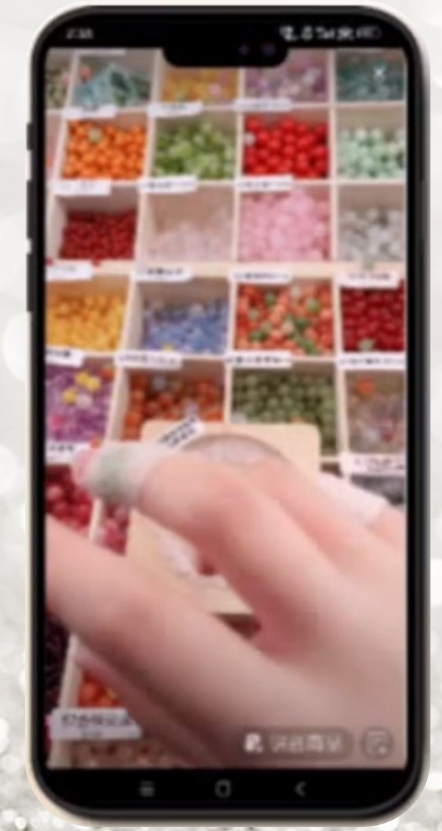
- 将黄金彩宝产品放在场景故事中
- 通过场景演绎的形式让用户产生兴趣和频繁互动
- 通过主播的植入式讲解完成用户的购买



穿搭讲解

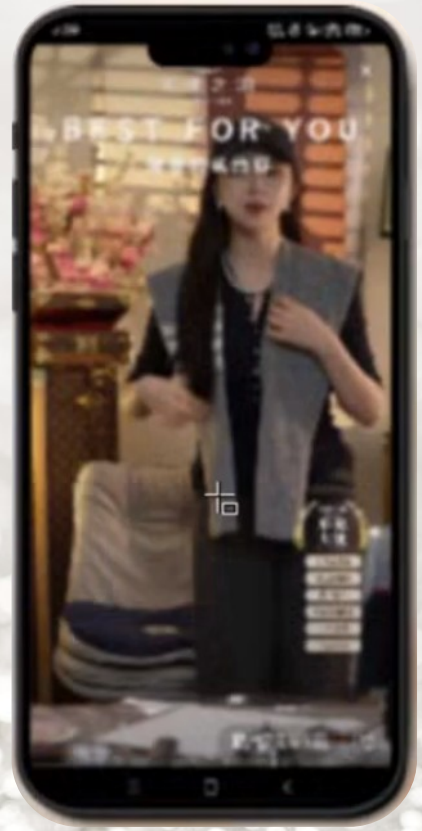
- 穿搭是女性用户购买黄金彩宝的重要理由之一
- 穿搭的讲解给产品提供了丰富的真实生活场景，
- 使得用户不仅购买到了心仪的黄金彩宝，还得到了很多变美变得体的小技巧。

故事演绎 + 展示方式，提升黄金彩乡宝直播间人气



创意 DIY

- 通过为用户展示琳琅满目的“半成品”来吸引用户的兴趣点和互动点。
- 再通过现场 DIY 的形式拉住用户的停留和购买欲。



做工细节展示

- 选取黄金彩宝类商品的某个细节做特写，给用户所见即所得的真实感，吸引用户的停留和互动。
- 注意增加特写机位和细节展示的仪式感，同时增加注意产品光线位置呈现。
- 配合主播讲解的内容提升产品价值感。



/03

PART ONE
珠宝直播如何爆量下

秘籍四

谁来播：

主播有定位，业绩早翻倍！





谁来播?

销售人员

- 销售员型主播 - 卖价格

朋友型主播

- 朋友型主播 - 卖分享

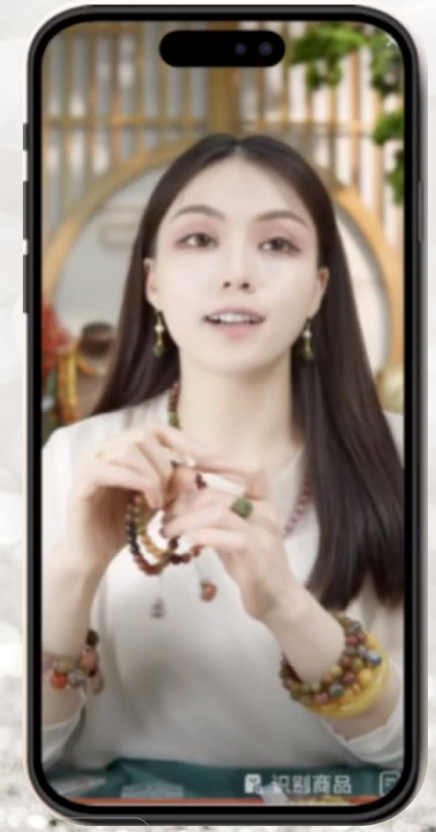
专家老板

- 专家老板型主播 - 卖背书

明星 / 达人

- 明星型主播 - 卖认同

销售型主播 - 卖价格



- 着装：与品牌调性吻合，也可以是品牌线下的工作装，可以提升用户信任度。
- 讲品内容：突出品牌实力、产品受欢迎、产品价格优惠和活动力度
- 建议：在讲品的过程中适当提及自己的真实感受或者身边经历，提升用户对主播的好感度。

朋友型主播 - 卖分享



- 着装：具有个人 IP 特色，往往与个人性格和产品传递给用户的情绪点相一致，并且有给自己的专属称呼，以拉进和用户的距离。
- 讲品内容：以分享的形式讲解自己对产品的理解或者在生活里对黄金彩宝的使用场景，同时以聊天安利的方式讲解品牌和商品参数
- 建议：多收集用户对黄建彩宝商品的正面反馈和晒图评价可以更好的巩固自己意见领袖的形象。

专家老板型主播 - 卖背书



- 身份：设计师、鉴宝师、行业测评人、老板
- 着装：与自己的身份高度吻合，往往老板是西装、设计师和鉴宝师要整洁并且带手套 .....
- 讲品内容：用“如数家珍”的心态讲解产品的细节工艺和品牌理念，配合活动的主题给出符合身份的专属优惠力度。
- 建议：专家老板型，可以严肃认真、也可以活泼亲民，但尽量避免拘谨感。

明星型主播 - 卖认同



- 着装：艺人有专属的造型团队设计活动服装，重点关注品牌产品上身后效果和是否能实现醒目展示。
- 讲品内容：切记不要让明星一板一眼讲品，反而要更注重和忠实粉丝的互动，以及分享自己对产品的喜爱。活动价格信息往往是助播补充话术。
- 建议：给明星的粉丝准备专属感强的纪念品，提升明星现场和粉丝的互动频次。

持续打造主播人设，赢得用户信任





什么是人设？

用户记得住你是谁，就是有人设

都有哪些人设？

我可以是：门店店长、设计师、鉴宝师、搭配师 .....

如何强化人设？

账号主页、视频口播、直播贴片 / 口播强调主播身份

颜值主播

主播颜值越高越好，还要定期更换妆造，塑造新鲜感





主播妆容造型要与直播主题吻合

- 潮流饰品 - 酷飒干净
- 黄金饰品 - 贵气雍容
- 玉石翡翠 - 干练优雅

秘籍五

推什么：

商品有噱头，业绩不用愁！





给商品找到“买点”，让用户有下单的理由

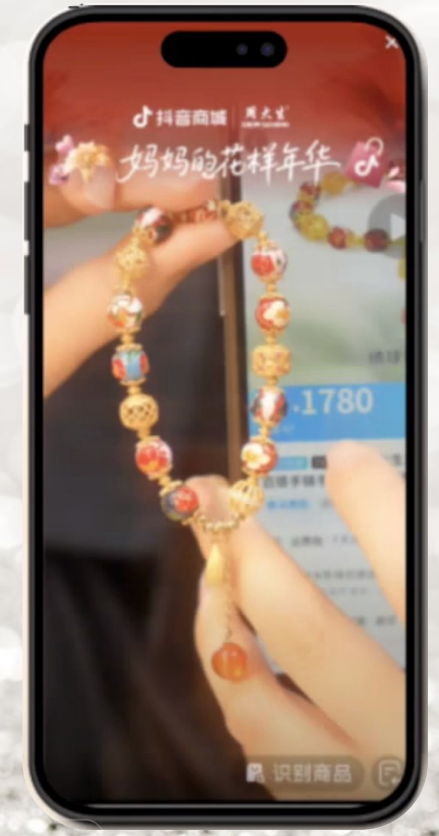
限量新款 - 稀缺

近期爆款 - 流行

清仓福利 - 捡漏

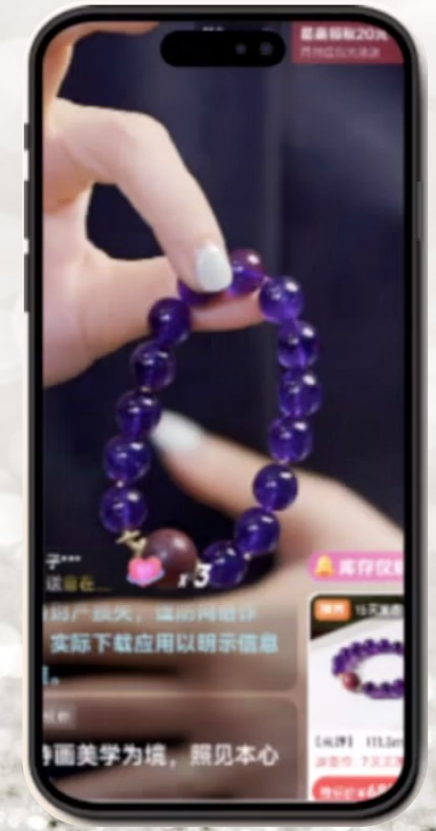
明星同款或 IP 联名款 - 认同

限量新款 - 稀缺



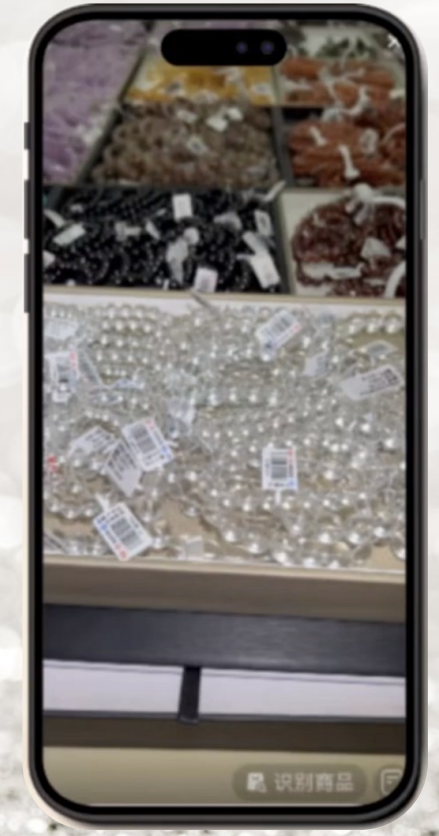
- 往往与大促、传统节日相结合，推出特别符合用户场景需求的定制款。
- 在黄金彩宝的链接和商品主图以及主播话术中都应该提及专属属性。

近期爆款 - 流行



- 以珠宝玉石和时尚饰品类为主，重点关注抖音电商上的流行趋势。
- 通过抖店 - 电商罗盘 - 市场 - 商品榜单、直播榜单等工具了解热门产品款式
- 通过行业热门达人内容设计产品讲解方向

清仓福利 - 捡漏



- 低客单的玉石类往往镜头里要展示产品的“丰富”和“不工整”，反而会提升用户对清仓的认可度。
- 福利类商品的比价环节尤为关键，用户要的不是真的便宜而是便宜感，这种感受带着很强的自我认同优越性。

明星同款 - 认同



- 通过明星的代言、生活种草、路透街拍等形式为产品带来的热度。
- 如果有明星授权的正式代言，可以再直播间元素上多植入并且通过投放定向覆盖明星的忠实粉丝群体。
- 建议在产品包装或者赠品上也能突出明星粉丝的专属感，以及建议品牌发起晒单或者话题挑战，为产品持续带来高热度。

IP 联名款 - 认同



- IP 联名款推广思路与明星同款类似
- 重点关注 IP 人群的偏好，打造直播间风格和主播妆造，更极大增加 IP 人群好感度。

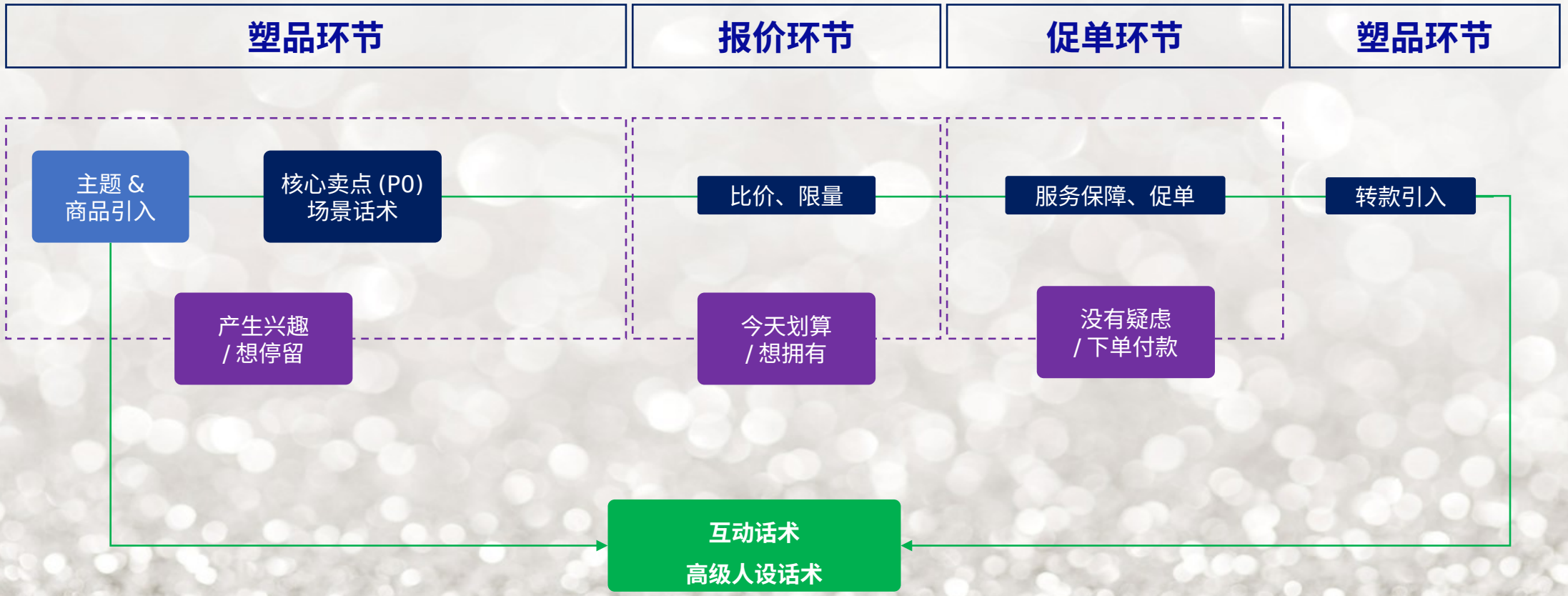
秘籍六

怎么说：

话术说得好，用户下单早！



黄金彩宝直播话术框架



从引入到单品话术再到转款话术全流程

好的主播话术该怎么说



够专业

- 讲产品信息直白不绕弯子
- 用数据说话，描述一致不夸大

有人感

- “ 重交流”而不是“重输出”不做复读机，跟用户互动

有共鸣

- 真诚互动，不一昧鼓动下单利他性话术，协助用户做选择

不叫唤

- 讲产品信息直白不绕弯子
- 用数据说话，描述一致不夸大

幽默感

- 不做 AI 播音员
- 用节目相声节奏，适度的游戏活跃氛围

好话术要让用户听的到，更要看的到

话术可视化指南

讲品信息

讲清，讲全，不死板



货组够显现



功效总结要突出



数据要高光



明星同款要亮眼

互动引导、拉升停留

回复，直接 cue ，引导，福利预告



评论回复要及时



手把手教下单

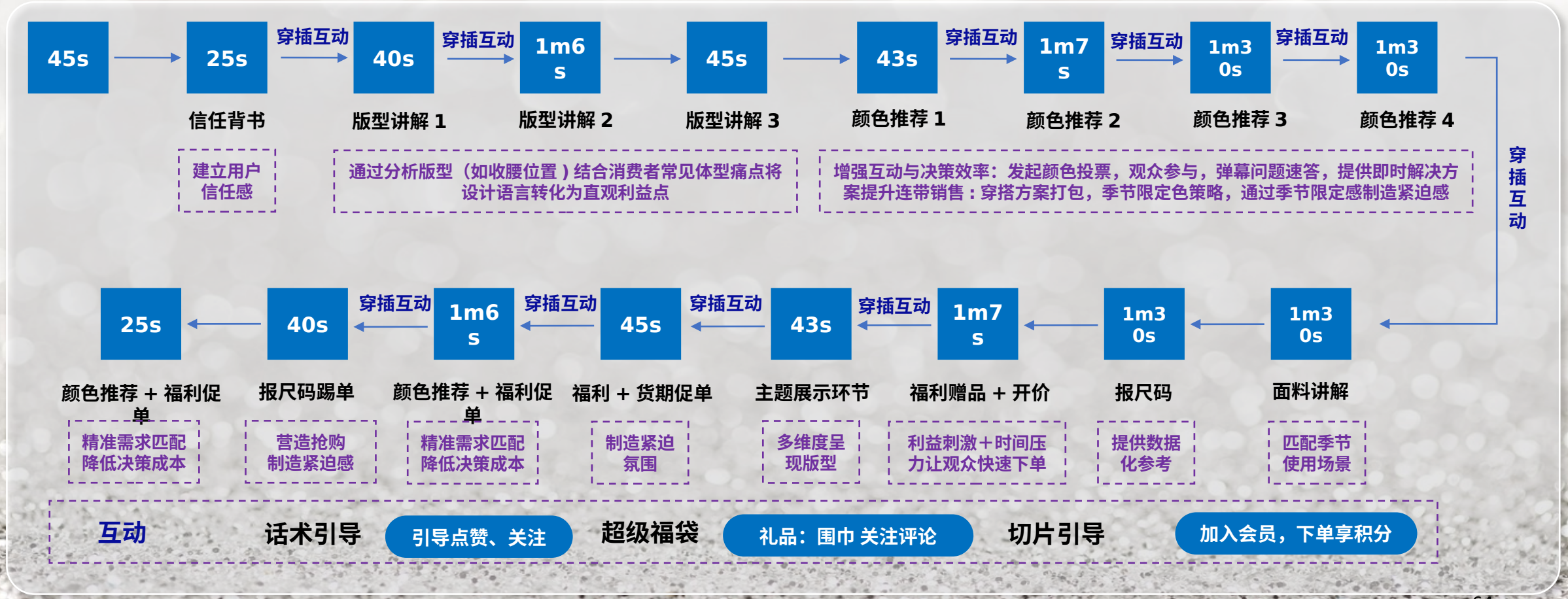


售后指引保安心

怎么说——举例

毛呢大衣直播间话术节奏参考

- **13min 卖货节奏**



秘籍七

怎么互动：

掌握工具库，互动零难度！



用好营销福利工具，停留互动都能涨

有福利 VS. 无福利

+1X% 直播间停留

+2X% 直播间互动



福袋



优惠券



红包

营销工具怎么使用

福袋

- 内容：小场直播配饰等有价值感的小件单品，大场直播选高价值商品；
- 时间：在线人数高峰期发，设置 10-15 分钟开奖，稳住在线；
- 门槛：加入粉丝团、会员或领券才能参与；设置的评论关键词要与直播间活动相关。

优惠券

- 优惠券类型：粉丝券拉关注、无门槛券拉转化、满减券拉客单；
- 发放时间：开场发、整点发，搭配停留时长作为条件。

红包

- 主播口播提示用户关注账号，有机会领取惊喜红包；
- 500 在线人数以上的直播间可优先考虑，设置领取后 6 小时内可以有效使用。

用好营销福利工具，停留互动都能涨

拉停留互动



超级福袋

实物福袋



福利任务

买指定链接送礼品

提转化



关注红包

实物福袋



抽免单

年卡免单准点抽



优惠券

会员专享券

用好营销福利工具，停留互动都能涨

超级福袋拉停留

抽实物奖品



入会引导互动

入会下单立减 80



领券再下单

领券下单更优惠





/04

PART ONE

直播团队目标拆解

好执行才能带来好结果

- 岗位分工，明确动作

- 目标拆解，有效激励

岗位分工，明确动作

01

直播前准备

一场直播的顺利进行，关键在于**直播前的筹备工作**是否到位

02

直播中配合

一场直播的业绩好坏，关键**直播中配合度和直播后复盘颗粒度**

03

分工明确

理清直播前中后各岗位的工作，帮助商家少走弯路！

场控运营分工

直播前（基础版）

- ✓ 检查商品链接：主图、标题、商详页提前上架链接，检查商品库存
- ✓ 根据场控运营需求，完成超级福袋采购工作和文案编写
- ✓ 找比价信息、准备商品演示所需要的工具
- ✓ 直播间设备的调试

直播前（进阶版）

- ✓ 确定直播商品数量、主推商品
- ✓ 商品玩法设计
- ✓ 和主播明确商品玩法和核心卖点
- ✓ 根据主推商品准备短视频和千川投放。

场控运营分工

直播中（基础版）

- ✓ 根据场控及主播节奏，拉库存、加单；
- ✓ 按照直播节奏调整购物车顺序，控制库存；
- ✓ 直播中如产品出现问题，及时协商解决方案；
- ✓ 使用评论置顶和飘屏功能回复用户提问以及辅助主播完成销售动作；
- ✓ 记录各类免单或者互动的中奖用户信息。

直播中（进阶版）

- ✓ 品序调整、喊单、主播沟通；
- ✓ 与短视频沟通当前跑量情况，短视频跑量好的产品，直播间立刻转品承接；
- ✓ 直播间跑量好的产品，同步短视频优先剪辑发布；
- ✓ 投放侧沟通，高佣且走量商品可以放量；
- ✓ 有断播计划提前 10 分钟同步投放侧停投；
- ✓ 带动全场气氛与主播情绪！

场控运营分工

直播后（基础版）

- ✓ 整理基础复盘数据，包括直播数据、商品数据、现场成本数据。

直播后（进阶版）

- ✓ 和主播、短视频、投放同事一同完成本场直播复盘，包括流量表现、货品表现、主播表现等；
- ✓ 制定后续落地动作。

短视频运营分工

直播前

- ✓ 了解主推商品价格和核心卖点信息；
- ✓ 了解类似商品热门短视频形式；
- ✓ 了解可以参考的抖音热榜短视频准备蹭热度完成拍摄和剪辑，并按照运营需求设定发布节奏。

直播中

- ✓ 全程跟播与运营配合，观察表现好的短视频及时反馈运营；
- ✓ 调整直播节奏。对于增速快、跑量好的视频与运营沟通库存是否充足；
- ✓ 投放后同步运营承接流量；
- ✓ 准备现场剪辑更多的短视频获取更多的流量。

直播后

- ✓ 参加复盘整理复盘数据；
- ✓ 整理单条视频数据；
- ✓ 收集用户视频中的反馈；
- ✓ 优化讲品内容。

主播分工

直播前

- ✓ 了解商品信息，根据个人风格和直播间运营风格、用户画像预先设计讲品思路；
- ✓ 按时到达公司，准备妆发；
- ✓ 上播前根据短视频团队需求完成短视频拍摄；
- ✓ 上播前运营团队完成彩排，确定预估商品的讲解方式和玩法。

直播中

- ✓ 配合运营节完成直播工作；
- ✓ 完成商品的讲解和演绎；
- ✓ 完成直播间的各项指标的演绎和表达。

直播后

参与复盘，包括但不限于：

① 本场违规原因分析；

② 主播现场表现，语言、动作、表情、语气、讲品节奏；

③ 下一场直播优化建议；

④ 老主播给本场新主播建议（若有新老主播一同工作时）；

⑤ 主播对运营团队的需求。

目标拆解，有效激励

总目标

月度总目标

- 涨粉量 (万)
- 销售额 (万)

销售额

- 结算率 (%)
- 佣金率 (%)
- 重点品牌（ X 场)

涨粉量

- 短视频涨粉 (万)
- 内容直播涨粉 (万)
- 带货直播涨粉 (万)

- 结合电商大促、节日热点、品牌上新节奏、粉丝福利人设计直播营销日历
  - 提前联动其他团队设计营销主题
  - 提前筹备产品货盘
- 根据黄金彩宝品类淡旺季和大盘情况设计单月直播间业绩目标；
  - 拆分成当月大小场次做分别业绩规划

目标拆解，有效激励

定排期



月度总目标

- **内容场：**涨粉量、互动率、预约量
- **电商场：**张分量、互动率、销售额

- 根据黄金彩宝品类淡旺季和大盘情况设计单月直播间开播节奏；
  - 拆分成当月大小场次做分别业绩规划
  - 即使已播项目也要定出重要场次数据

目标拆解，有效激励

备直播

- 开播目标
- 主题方向
- 用户画像
- 货盘方向【带货场次】
- 直播策略
- 人员协调
- 时间规划表
- 项目预算表
- 人员分工表
- 物料设计表

越是重要的场次越要做好筹备工作

- 根据单场直播目标设计具体运营策略
  - 从货盘、运营、短视频、投放等方面制定具体玩法
  - 直播后高质量完成直播复盘

目标拆解，有效激励

物质奖励

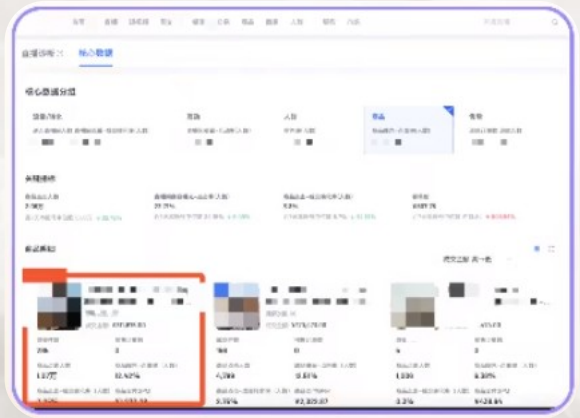
- 重要场次的单次奖励
- 团队超额业绩奖励
- 个人成长进步奖励

精神奖励

- 外出学习
- 团队分享
- 岗位晋升

认真复盘、场场迭代

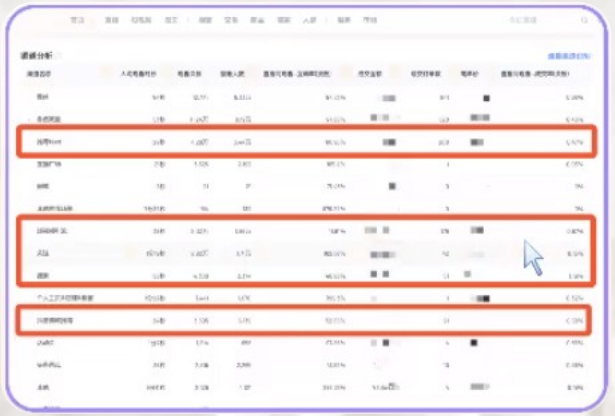
盘货品



路径

巨量百应 - 数据详情 - 核心数据 - 商品

盘流量



路径

巨量百应 - 数据详情 - 核心数据 - 流量 / 转化

盘主播

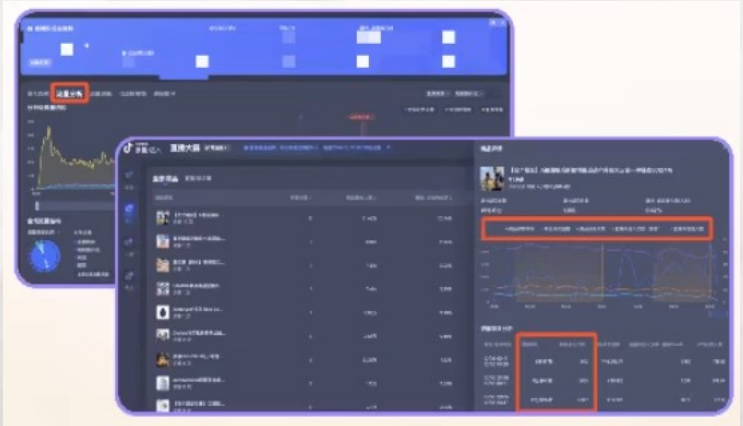


路径

巨量百应 - 直播大屏 - 数据 - 综合趋势 + 右侧直播回放

认真复盘、场场迭代

盘运营



路径

巨量百应 - 直播大屏 - 数据 - 流量分析

商品 + 数据详情

盘流量



路径

数据详情 - 核心数据 - 人群 - 成交人群

用户评论聚合内容



感谢观看

培训师：小熊运营