

PART3

服饰直播从0-1方法论





开播前的准备

新手期

胆子放大
模式跑通

成长期

不要放弃
思考生计

成熟期

扩大边界
矩阵布局



开播前的准备——开通直播/小店

在抖音，该如何首次开直播？

1. 开播前须知

无粉丝数量要求
开播需完成实名认证

“+” 投稿页 -- 直播 -- 首次完成实名认证可开播



2. 开播页

3. 开播页要求

标题：建议在 5 字以内，最多可以 13 个字符

封面：需在开播页设置，不设置封面，自动同步抖音头像做封面。封面体现在直播广场 / 同城推荐上

显示位置：打开定位有更多流量

其他功能预览：道具、美颜

开通商品分享功能

申请方式

登陆抖音 app- 【我】 - 【设置】 - 【创作者服务中心】

申请要求

实名认证（不可修改，年龄大于 18 岁，需和直播同一人，否则会被封号）

个人主页视频数（公开且审核通过）大于等于 10
账号粉丝量大于等于 1000





开播前的准备——选择直播方式



品牌自播

成本低
粉丝好沉淀



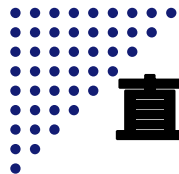
明星/达人专场

声量/销量好
适合多SKU



明星/达人拼场

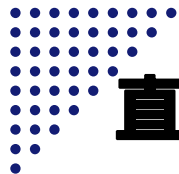
灵活性高
适合超优惠的爆款



直播前准备——确定**主播人设**

主播
怎么找？





直播前准备——确定主播人设

定人设五步曲



例：我是18年从事服饰的搭配师

例：中高端职业女性

例：工厂价格/大牌品质

例：不懂搭配/教你避坑/帮你找货

例：教你精致穿搭变好看

01 我是谁
职业或者提供什么样的服务

02 面对谁
年龄/收入/消费能力/性格等

03 我提供什么产品或服务
你的核心竞争力是什么

04 解决你的什么问题

05 给你带来什么好处

直播前准备——配置**主播团队**



主播



助理



副播



运营



摄像

版本	基础版	标配版	升级版
人员配置	主播+助理	主播+助理+运营	主播+助理+副播+运营+摄像
适用场景	家庭作坊/小成本直播间	成熟直播间	大型直播间



开播前准备——挑选售卖货品

多品类直播间

40% 引流款 ——> 低价商品，吸引流量

30% 利润款 ——> 拉高店铺利润

30% 主推款 ——> 品牌主推、当季必备
维持店铺运营

单品类直播间

提前进行测品，
以应季爆品为主。

选品规则

- ✓ 利润率大于40%
- ✓ 有广泛的受众群体
- ✓ 品质好，退货率低



开播前准备——撰写直播流程/脚本

多品类直播间

环节	内容
开场预热	粉丝互动+预告福利+安利爆品
产品介绍	引流款+主推款+利润款 5~10min/单品
实时反馈	根据实时数据 重点讲解爆款产品
返场	呼声高的产品 返场讲解
结尾收场	解答问题+引导用户关注+预告下期时间/新款

单品类直播间

环节	内容
开场预热	粉丝互动+预告福利+安利爆品
产品介绍	1~3个主推产品 5~10min/单品
福利环节	人气低 上福利
产品介绍	人气高 上产品 循环播
结尾收场	解答问题+引导用户关注+预告下期时间/新款



开播前准备——撰写直播流程/脚本

单品介绍框架

产品介绍：材质、面料、款型、故事

价格差别：原价多少、现价多少

优惠活动：有什么福利、如何参与、手机操作展示

产品链接：倒计时上产品链接

穿搭展示：和其他单品的穿搭组合展示，引出适穿的场景

产品规格：产品有什么尺码颜色，适合什么体重肤色的人穿

快递发货：（可弱化）什么时候发货、哪些地方可以收到

粉丝问答：让粉丝多评论点赞加粉、解决粉丝提出的相关问题

催促下单：倒计时读数下架、再不买就没有优惠了、断码了等





开播前准备——确定直播场地

家中

随时开播，无场景限制



门店

场景感更真实



搭建直播间

布景专业，效果清晰



工厂

生产/加工/物流环节，流程透明，增加购买信任。



场地优化自查Checklist

必须做到

- **光：**直播间打光明亮清晰，主播面部透亮，没有阴阳脸。不泛白，不反光（单反相机质感）
- **收声：**直播间收音清晰，没有有杂音、爆音，主播吐字清晰
- **背景：**直播间背景简约、大方、不杂乱、不反光
- **配置：**直播间有贴片、环节条、背景板等提示优惠、互动、产品卖点信息
- **网速：**直播过程中没有出现卡顿、延迟和掉线的情况

建议做到

- **音乐：**直播间有背景音乐烘托氛围
- **道具：**小黑板、计算器等道具，辅助直播
- **景别：**远景、近景切换，远景给到直播间互动时使用，近景聚焦产品本身

开播前准备——确定直播场地





开播前准备——直播开播checklist

步骤一：【通用】开播前网络测速及硬件检查

- ✓ 硬件要求（满足以下两项之一即可）：
ios：建议iPhoneX以上；Android：建议使用品牌旗舰机。
PC：系统：建议Windows 10、内存：8G以上、CPU：intel I7，测试不卡即可
- ✓ 进入【测速链接】，上传带宽要求 ≥ 10 Mbps，如果有网络主备方案，主备网络上行均需要测试。
同一网络状况下保持仅有主播设备连接，不要有其他设备抢占网速

步骤二：【直播测试】账号开播测试，POC进观众端直播间走查直播效果

- ✓ 测试账号开播，观众端观察是否可以正常看到直播
- ✓ 测试主播活动中会用到的直播间功能，观察直播基础功能是否正常
- ✓ 测试主播露出人像，观察直播清晰度（关注环境光线和主播画质）是否满足活动需求
- ✓ 测试主播说话、放音乐，观察直播声音（关注音量、音质）是否正常
- ✓ 主备网络（如果有）切换1次，观察直播间是否有卡顿线上，容灾效果是否可接受
- ✓ 保持当前直播测试状态10分钟（含前序步骤耗时），观察直播是否有卡顿现象
- ✓ 如无其他测试项，可以下播，如有连麦，看步骤3

步骤三：【连麦测试】完成步骤2后，需要额外一名测试同学继续与主播连麦。继续观察：

- ✓ 主播连线是否可以正常连接，无黑屏、无流、连麦失败等问题
- ✓ 连麦双方下麦一次，再重新连线，观察是否有连麦上下麦卡顿
- ✓ 双方测试主播露出人像，观察连麦清晰度是否满足活动需求
- ✓ 双方测试主播对话，观察直播声音是否正常（关注音量、回声）
- ✓ 主备网络（如果有）切换1次，观察直播间是否有卡顿线上，容灾效果是否可接受
- ✓ 保持当前连麦测试状态10分钟（含前序步骤耗时），观察连麦是否有卡顿现象
- ✓ 如无其他测试项，可以下播

步骤四：【直播间配置】checklist

直播配置测试：banner/礼物/红包/贴纸/道具上线测试

导流资源测试：如TopLive、Feed直投直播间等

电商能力确认：开播账号带货权限确认；商品list确认；操作流程熟悉（如下架商品，改价，配券等）

开播前2-5天进行测试

建议准备两台设备，使用正式开播设备和正式网络环境，登录低粉账号，将账号设置为私密，开播进行以下测试，避免产生未知影响。

直播中引流

引流



留存



转化

如何吸引更多人
进到你的直播间?

进到你的直播间
用户可以停留多久?

直播间的用户多少
可以被转化购买?

被看见

利用公域流量的推荐
积累线上/线下私域流量
直播间内的互动氛围

能进入

内容是否有吸引力
选择的商品是否有亮点
优化直播标题封面

阶梯福利

定时定点设置阶梯福利
直播间免单
直播间特卖/送礼物

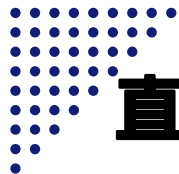
内容性

直播间布置
专业的产品介绍
与用户的情感沟通

直播间营销玩法设计

直播间限时秒杀

直播间限量优惠券



直播中引流——直播新手期



直播前预热——账号装饰

账号装饰



直播前预热——预热视频

竞价广告

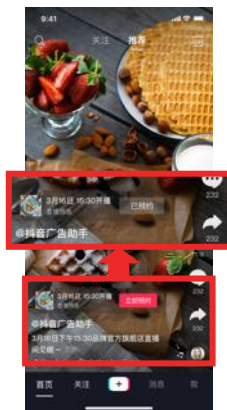


- 发布时间:
1 ~ 5天 直播前3h
- 视频内容:
时间、福利、亮点

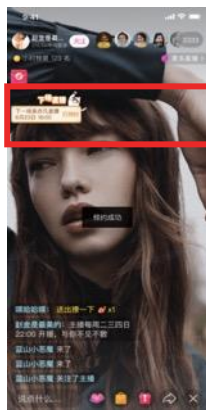
直播前预热——直播预约

「短视频预约」

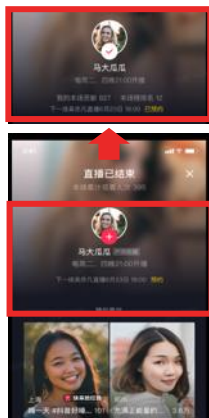
直播前
feed流品牌广告预约



直播中
直播间内预约



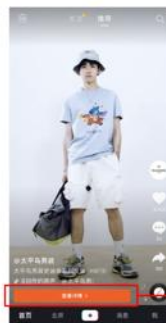
直播后
直播结束页下场预约



「H5预约」

直播前
可使用*带有广告标的标准广告作为引流资源，
跳转H5页面进行预约

引流资源

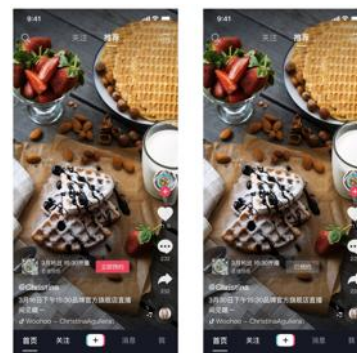


H5预约页面



「全民任务预约」

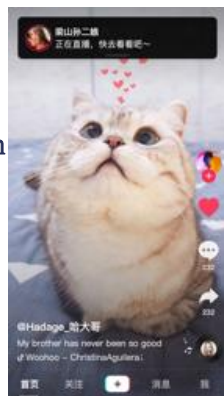
全民任务的参与视频
即展示直播预约组件



「开播前召回」

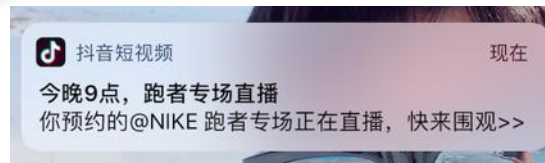
站内Push

用户浏览流量视频feed/同城/关注/搜索/直播广场时收到push



站外Push

用户在站外收到App的push通知



直播中引流——流量曝光

「Feed直投直播间」

视频信息流



原生直播间



抖音号主页



适用于直播经验充足的客户，主播可根据用户反馈实时调整内容，主动把控导流率，引流用户质量高

*FEED流直播组件展示+企业号直播间直播组件“双管齐下”，流量更丰富，获量更精准

「短视频引流直播间」

视频信息流



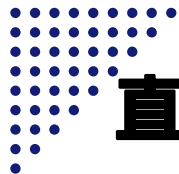
原生直播间



抖音号主页



适用于有视频广告素材的客户，保留进入落地页广告组件，在进入直播间的同时支持落地页转化



直播中引流——同城/封面/名称/话题

「同城功能」



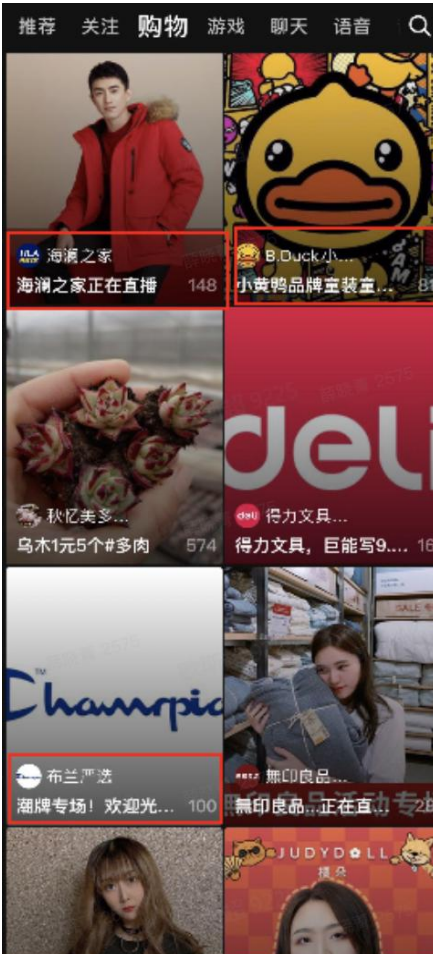
「封面」



「话题」



「名称」



流量曝光

直播中留存——互动玩法

超强互动：多样化互动玩法助力原生直播提升用户活跃度

「福袋」

指定数量抖币/实物奖品



「红包」

指定数量抖币/指定数量礼物



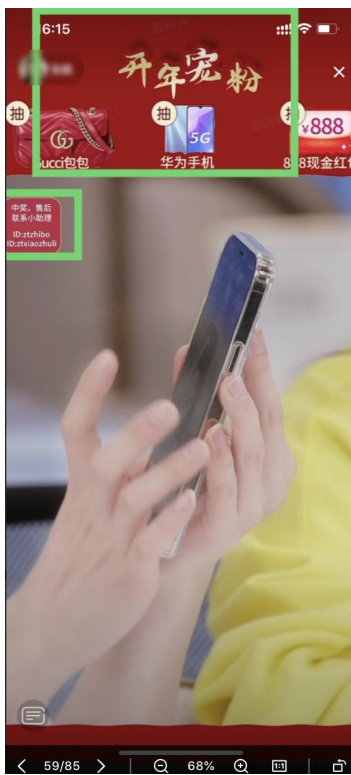
「优惠券」



「传送门」



「贴纸」



直播后引流——长尾营销

高光回放/总结视频

精彩直播片段生成，优质内容二次延伸影响力



二次发酵
延伸推广效果

粉丝运营

加强用户对粉丝团感知，持续维护头部粉丝

群内支持消息类型



文字 | 图片 | 表情

站内短视频 | 话题 | 全民任务

商品橱窗 | 小店商品链接

小程序链接卡片

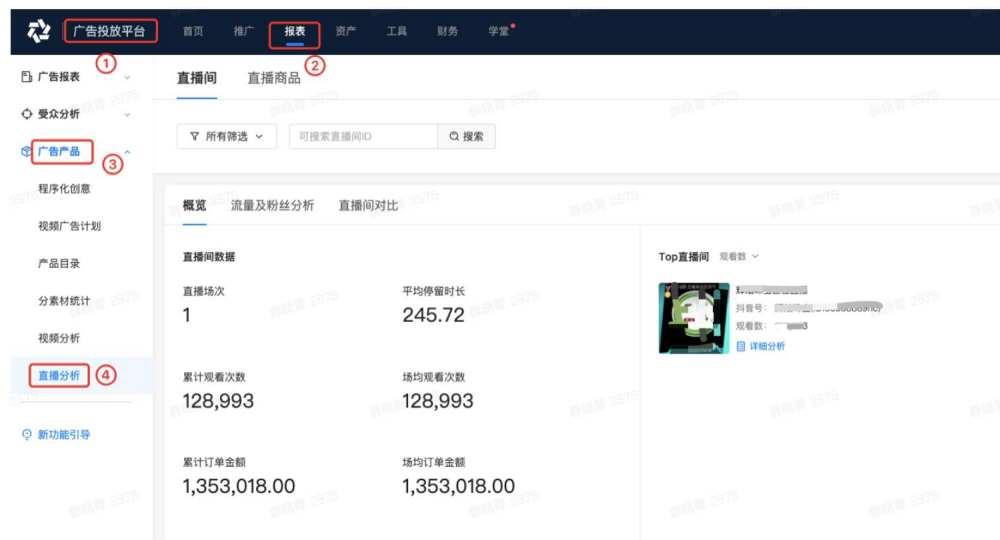
直播间链接

直播后复盘

路径一

优选

在巨量引擎广告投放平台（AD后台）—报表—广告产品-直播分析



路径二

在巨量百应平台—数据参谋/直播带货数据



五大价值 全面衡量



观看UV

- 外层点击CTR
- PCU(最高同时在线人数)
- ACU(平均同时在线人数)
- 观看>1min率



人均观看时长

- 评论率
- 关注率
- 分享率
- 不喜欢率



粉丝GMV

- 看播粉丝占比
- 粉丝活跃看播率
- 粉丝评论率
- 粉丝取关率



GMV

- 商品点击率
- 商品支付率
- GPM
- 7日平均复购率

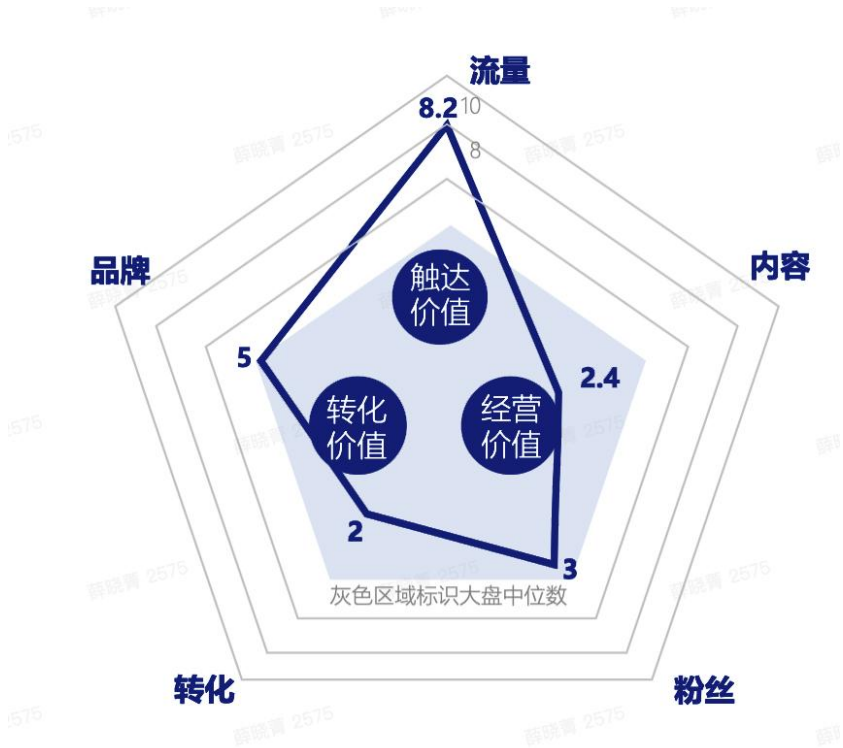


评论净情感值

- 产品提及率
- 品牌传播指数变化率
- ...

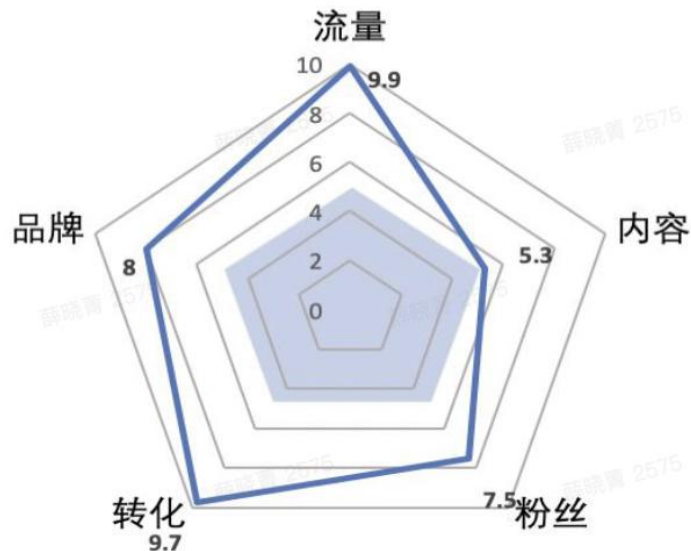
直播后复盘——数据表格

维度	主要指标	数据表现	超过大盘%	辅助指标	数据表现	超过大盘%
流量	观看UV			外层点击CTR		
				PCU（在线峰值人数）		
				ACU（在线均值人数）		
				观看>1min率		
内容	人均观看时长			评论率		
				关注率		
				分享率		
				不喜欢率		
粉丝	粉丝GMV			看播粉丝占比		
				粉丝活跃看播率		
				粉丝评论率		
				粉丝取关率		
转化	GMV			商详页点击率		
				商品支付率		
				GPM（购物车每千次展现产生的GMV）		
				商品讲解时长		
品牌	评论净情感值			产品评论提及率（包含产品名评论数量/所有评论数）		
				品牌传播指数变化率(直播当天环比前一天变化率)		



直播后复盘——复盘步骤

基础：获取后台数据



STEP3.优化数据表现



- 关注率提升5%
- 粉丝看播率提升67.21%
- 粉丝评论率提升70%

STEP1.直播度量诊断分析

流量维度



- 账号基础较好（300W粉丝），直播预热足，配合广告投放，直播间流量表现优异

内容维度



- 人均看播时长低----直播内容观感差，内容质量偏低
- 评论、关注率低----主播对互动氛围调动差

粉丝维度



- 粉丝看播率低----粉丝吸引力不足，老粉召回弱，粉丝运营能力差

转化维度



- 产品力强，配合一定专享优惠，直播间转化效果不错

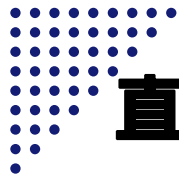
品牌维度



- 知名品牌，有调性的直播间布置，用户对品牌认知强

STEP2.针对性优化策略

- 内容维度：调整直播间灯光和背景布置----提升人均看播时长
- 内容维度：多种互动方法----提升直播间评论、关注率
- 粉丝维度：专享宠粉福利----提升粉丝看播率



直播后复盘——核心指标

直播阶段	阶段划分	核心优化指标	核心优化动作	建议周期
新手期	ACU≤200	>1min看播人数	- 优化直播间内容，提升用户看播时长，优化>1min看播率； - 扩充更多流量来源，提升看播UV（广告投放，引流短视频，站外引流……）	15天
成长期	200<ACU≤500	粉丝看播UV	- 优化粉丝运营，提升粉丝活跃看播率（长期稳定持续开播，粉丝定投，粉丝群运营……） - 提升粉丝量（账号内容精细化运营，抖音号推广涨粉…）	30天
成熟期	ACU>500	粉丝GMV	- 优化货品组合，提升客单价； - 优化产品卖点和优惠策略，提升支付转化率	-

直播后复盘——自检清单

人

- ☐ 主播角色、形象是否清晰，是否有特点易被人记住，且和品牌想传达调性一致
- ☐ 主播、副播分工是否明确
- ☐ 主播口条表达是否清晰，对产品是否足够熟悉
- ☐ 主播直播状态是否足够亢奋，能带动观众情绪

货

- ☐ 直播间内选品是否有规划，引流款、主推款、利润款是否有明显划分
- ☐ 直播间sku上架节奏是否有明确规划
- ☐ 产品讲解节奏是否把控到位，每个sku讲解时间是否把控在10分钟内
- ☐ 直播脚本流程是否清晰，不拖沓
- ☐ 单一产品卖点是否提炼到位，表达清晰（核心卖点+场景推荐+优惠话术+促单话术）
- ☐ 直播间互动玩法是否多样，互动节奏是否到位

场

- ☐ 直播间收音是否清晰，是否有杂音、爆音
- ☐ 直播间是否有背景音乐烘托氛围
- ☐ 直播间打光是否明亮清晰，主播面部透亮，没有阴阳脸
- ☐ 直播间背景是否简洁、大方、明亮
- ☐ 直播间是否有小黑板、环节条等提示核心信息
- ☐ 直播过程中是否出现卡顿、延迟和掉线

引流

- ☐ 预热视频/直播中视频是否起到引流效果
- ☐ 账号名称、banner图、简介是否有引导
- ☐ 自然流量和广告流量分别产生多少影响