

快手达人 运营解决方案

飞瓜数据·快手版 出品

目录

PART 01 定位篇

- 行业定位
- 内容定位
- 人设定位
- 账号细节

分析各行业账号适合搭建的基础内容、人设和细节，为更多参与者提供参考。

PART 02 视频篇

- 视频创作
作品封面、作品标题、运营总结、案例分析
- 账号运营
粉丝运营、内容运营、数据运营、案例分析
- 运营总结

用快手生态的独特性去生产高匹配度、高热度内容，从视频创作到运营技巧，总结快手账号运营特点。

PART 03 直播篇

- 带货实操
场景搭建、脚本、直播话术、转场与预热
- 选品策略
如何选品、货品搭配、产品定价、排品过品
- 直播复盘
数据回顾、时段复盘、商品解析、观众画像
- 运营总结

直播带货是账号综合能力的体现，由达人、粉丝与品牌组成，做好底层数据分析，有效的方法论可以大大提高带货效率。

PART 01

定位篇



1.0 账号定位

新账号破冰第一步需要确定账号方向，要考虑到起号想做什么账号、什么内容？行业定位决定账号主要内容走向和人设。初期账号没有粉丝没有流量的情况下，盲目发布内容会影响平台对账号的识别，进而影响流量的分配。

定位流程

A

行业定位

选择与达人个人或团队适配度高的行业，确定账号后期运营大盘方向。

B

人设定位

人设是用户对于快手账号的一大记忆点，让用户从你的人设形象了解账号定位，能让你的账号更具辨识度，并精确吸粉范围。

C

内容定位

找到适合自身条件的可持续的内容创作模式。站在用户的角度，用心创造优质的内容，用内容抓住粉丝的心。

定位流程

初印象

差异化

明方向

吸流量

1.1 行业定位

快手新账号破冰第一步需要确定账号方向，要考虑到起号想做什么账号、什么内容？行业定位是决定账号主要内容走向和人设定位的第一步。初期账号没有粉丝没有流量的情况下，盲目发布内容会影响平台对账号的识别，进而影响流量的分配。

定位方法

■ 根据自身条件和能力进行分析，能做什么、擅长做什么，这样选择的行业能够很大程度的保证内容质量和持续性产出

■ 可以通过达人擅长的领域切入，切入的行业领域够细分、够垂直更有助于账号后期精细化运营

■ 参考多个感兴趣行业的达人，找到和自身特点、能力契合的行业，再从行业中挖掘与其他达人的账号差异化



1.2 人设定位

想要从底层打造清晰的人设，就需要基于自身定位和人群需求去建立，围绕着这些人群需求去定制、生产优质的短视频和直播内容，并不断去扩大这一核心群体在粉丝画像中的占比。必要的账号对标，能更快找出自身优势。

我是谁

服装老板娘 / 品酒师
美妆达人 / 果农 ...

有何不同

拥有自家工厂
强大供应链 / 专业背书
...

面向谁

Z世代群体 / 宝妈群体
中老年人
...

垂类主播

突出专业感
以信任为基石

泛娱乐主播

好物推荐官
以情感社交为纽带

人设：服装厂老板娘
@MiMi在广州开服装厂

人设：品酒师 / 酒仙
@李宣卓

人设：颜值达人、爱美精致女孩
@周周珍可爱

人设：夫妻档、家庭日常
@蒙安夫妇

1.3 内容定位

什么是内容定位？就是为账号发展所需要发布的作品贴上标签，标签越明确，内容越清晰，账号发展越精细。内容也是辅佐账号人设重要一环，通过内容定位，稳定持续地发布作品，加以人设相辅相成，形成账号特点，在用户心目夯实达人形象以及加深账号记忆点，降低建立用户认知的成本，有利于实现价值最大化。

1

兴趣决定

在领域限制范围内选择兴趣相符的内容方向，兴趣爱好本身就是一种动力来源，例如：
对表演感兴趣，性格喜欢搞笑，可以以搞笑小剧场形式的作品为主；

2

环境决定

按照个人经验，例如工作经验、环境影响等因素决定内容方向，例如：
有做过厨师或者平时爱做饭，可以以分享美食制作为主等；

3

技能决定

根据达人自身所具备的能力和实力来确定内容定位，例如：
精通舞蹈，账号内容可以是分享舞蹈视频等；

4

赛道决定

分析行业大盘下所属相关的戏份领域，根据多方因素考虑赛道与账号的契合度，例如：
热门领域可参考的达人众多，历史经验丰富，但是竞争差异性较难挖掘等；
冷门赛道内容模式模糊，需要达人团队钻研探索，需要判断受众是否小众，是否有发展空间等；

1.4 账号细节

达人账号的头像、背景、名称和个人简介是容易被忽视的一点，作为账号首页最先被用户看到的区域，是决定用户对达人账号初印象的关键点，完善账号首页细节设定有助于精准吸引目标受众，同时辅助平台识别账号定位，用户也可以在第一时间获取达人信息，账号定位。

背景头图

账号封面选用达人作品、或达人生活照等，凸显账号定位特色；

头像设定

真实形象就等于塑造达人人物品牌，方便用户快速熟悉达人面容

账号名称

账号名称建议选择简单好记，避免生僻字，和账号定位相关；

账号简介

简介介绍达人基本情况，用最精简的话概括达人信息，突出达人定位，了解达人信息增加粉丝信赖感；



5156.4w
粉丝

991
关注

1.4亿
获赞

白小白《欠你的婚礼》

快手号：baixiaobai666

歌手白小白、快手音乐人

为了站在更高的舞台，我会珍惜每一个舞台！感恩陪伴！
代表作：《最美情侣》《我爱你不问归期》《最后我们没在一起》
《最美婚礼》等...更多原创音乐各大播放器 白小白
谢谢大家加入白糖，
看完我的作品相信你会爱上我

男 摩羯座 吉林 >

案例图源@白小白

PART 02

视频篇



视频创作

01

作品封面

02

作品标题

03

创作脚本

2.1.1 作品封面

封面是作品的“门面”，是用户对作品的“第一印象”。所以作品封面对于作品曝光、账号流量有着重要的助推作用，作品封面的质量高低甚至会直接影响到视频的推荐和播放。

封面要点

1

画面清晰



画面清晰与否会影响用户想要观看作品的兴趣度，封面的感官体验甚至会影响吸引用户持续观看的欲望。

2

竖屏最佳



竖屏封面相比较横屏封面能容纳更多元素展现，同时也更符合短视频平台的属性。

3

核心人物



封面保留作品核心人物的出现，并且要在醒目的位置方便用户了解作品核心人物刺激好奇心。

4

突出重点



封面要能够突出作品重点，以便更快的吸引用户点击，也能在第一时间触达目标受众群体。

5

关联主题



封面上的文字和画面都需要与作品内容相关，这样方便给观众一个“内容提要”，在观看作品的时候能够迅速进入状态。

2.1.1 作品封面

封面类型

核心人物 — 作品关键帧



案例图源：@张二嫂

作品关键帧封面是快手最常见的封面类型，主要以作品中某一关键画面作为封面，提高用户继续观看的兴趣。

突出重点 — 文字添加式



案例图源：@爱美食的猫妹妹

直接在作品初始的画面上添加文字，文字的内容可提取突出视频内容的关键点，既可以让用户区分每个视频的重点与不同，也可以对作品内容一目了然。

关联主题 — 模板式



案例图源：@万宁叔

统一模板式封面即每一个作品封面都有固定模板，用户进入达人账号可以感受到此类封面带来的统一性；

模板统一的封面可以形成一种专业化模式，让用户在潜移默化中，增加对你的印象，更有助于品牌IP的打造。

2.1.2 作品标题

快手短视频好的标题不仅能吸引更多目标用户观看，还能使整个短视频内容增色不少，一方面能够提升视频完播率；另一方面好的标题可以促进用户互动率，同时促进视频播放量的提升。快手作品标题分为两种：**文案标题**和**封面标题**。

文案标题

关联热点

标题可以使用“蹭热点”的方式瓜分平台流量，加大作品被数据推荐的范围；



视频信息	播主	播放数	点赞数	评论数	分享数
<p>99.1 工程机械也来小鸡恰恰舞了#小鸡恰恰舞挑战 #平安挖掘机培训教学 热词：厉害 人才 版本 视频 全网 太有 创意 挖掘机 人开 最牛 发布时间：04月03日 视频时长：1分3秒</p>	<p>平安挖掘机培... 127.3w 粉丝</p>	4147.1w	122.7w	14.2w	10.3w

语气词

通过感叹、疑问等的语气词，刺激用户好奇心，提高作品播放率；



视频信息	播主	播放数	点赞数	评论数	分享数
<p>99.1 哥哥怎么了? 今天居然不宠妹了? #整蛊妹妹 #兄妹 热词：妹妹 哥哥 奶茶 欺负 好看 好像 小妹妹 小孩 颜值 羡慕 发布时间：03月25日 视频时长：1分49秒</p>	<p>哥哥快跑 178.1w 粉丝</p>	3116.2w	181.8w	4.8w	2.9w

内容简述

提炼内容重点，添加内容关键词、给内容润色等方式，引起共鸣；



视频信息	播主	播放数	点赞数	评论数	分享数
<p>99.3 女儿长大了 懂事啦知道给自己洗澡了.....哈哈哈哈哈 热词：宝宝 洗澡 心动 喜欢 孩子 温柔 搞笑 星星 浪漫 小孩 发布时间：04月12日 视频时长：1分6秒</p>	<p>Y瑶一瑶小肉包 205.3w 粉丝</p>	5239.8w	376.4w	61.7w	24.4w

2.1.2 作品标题

封面标题

在作品封面上添加文字标题，也是抓住三秒定律的关键，目前常用封面标题的类型大致包括：时政要闻、人物事件解说、科普这三大类，醒目的颜色和文字能在用户刷作品时进行短暂的停留阅读，从而提高完播率。

时政要闻 / 人物事件 / 科普



案例图源：@央视网



案例图源：@娱乐课代表



案例图源：@小航看世界

标题颜色

标题可以使用“蹭热点”的方式瓜分平台流量，加大作品被数据推荐的范围；

标题字体

尽量选择粗体、阴影，相对于封面更加抢眼；

标题字数

避免“因小失大”，太多文字遮挡住封面的露出，控制在15字以内；

标题内容

以概括作品核心要点为主，多使用祈使句、疑问句，增加作品吸睛点；

2.1.3 创作脚本

分镜头脚本

分镜头脚本就是达人拍摄剧情形式作品所需要提前准备好的思路和剧本，提前设计好作品的主题以及剧情走向，根据主题拟定脚本，脚本从视频主题、内容简介、背景音乐、镜头切换、画面描述以及台词做细致的设定，帮助视频顺利拍摄，提高视频内容完整度。

分镜头脚本

作品主题/文案		作品相关热点话题/标签							
内容概括		拍摄目的							
场景	拍摄手法	时间	出镜人物	画面	特效滤镜	台词	画面文案	背景音乐	备注
1	远景/近景/ 特写等	秒/分	有哪些人员 出镜	出镜人员要 做什么	使用什么特 效/滤镜	出镜人员说 什么	画面是否需 要添加文案/ 字幕	特定场景下 选用什么背 景音效	特殊注意的 事项
进入下一个场景的转场手法									

2.1.4 案例分析



案例图源：@芋头赶快跑

- **达人人设：**角色以包租婆妈妈和女儿芋头为主，都是达人一人扮演，从达人账号的头像以及背景图均以账号核心人设为主，方便用户在第一时间明确账号人设定位；

- **内容定位：**从达人简介可以一目了然的清楚达人内容定位，根据人设包租婆与女儿的设定，内容均以记录母女日常为主；

- **作品形式：**搞笑小剧场



案例图源：@芋头赶快跑

- 从账号首页整体上看，每个作品的封面标题都做到统一，具有观赏性的前提下，也能方便用户区分，选择想看的作品；

- 作品封面均以竖屏形式为主，这一点也契合了平台上下滑动看视频的特点，符合用户习惯，也是快手封面的主流形式；

- 封面画质清晰，并且作品核心人物最为突出，均选择角色面部表情、肢体动作浮夸的画面作为封面；

- 封面中凸显“包租婆”的人物形象，与账号人设契合，打造账号特色IP形象；

账号运营

01

粉丝运营

02

内容运营

03

数据运营

2.2.1 粉丝运营

快手具有明显的社交属性，“老铁们”之间的关系十分紧密，通过多渠道互动可以收获粉丝信任以及培养达人与粉丝之间的亲密关系，提高粉丝粘性，保持拉新留存的同时有助于账号持续发展。

A · 发布日常动态

分享达人生活或者粉丝感兴趣的话题，达到内容拓展延伸，拉近粉丝距离。

B · 直播互动

开启直播，通常以聊天式直播为主，培养粉丝观看直播粘性有助于后期开拓直播发展。

C · 建立群聊

建立粉丝群，塑造“大家庭”形式的粉丝关系，提高粉丝之间的凝聚力，有助于粉丝与达人之间长期的粘性培养。

D · 评论互动

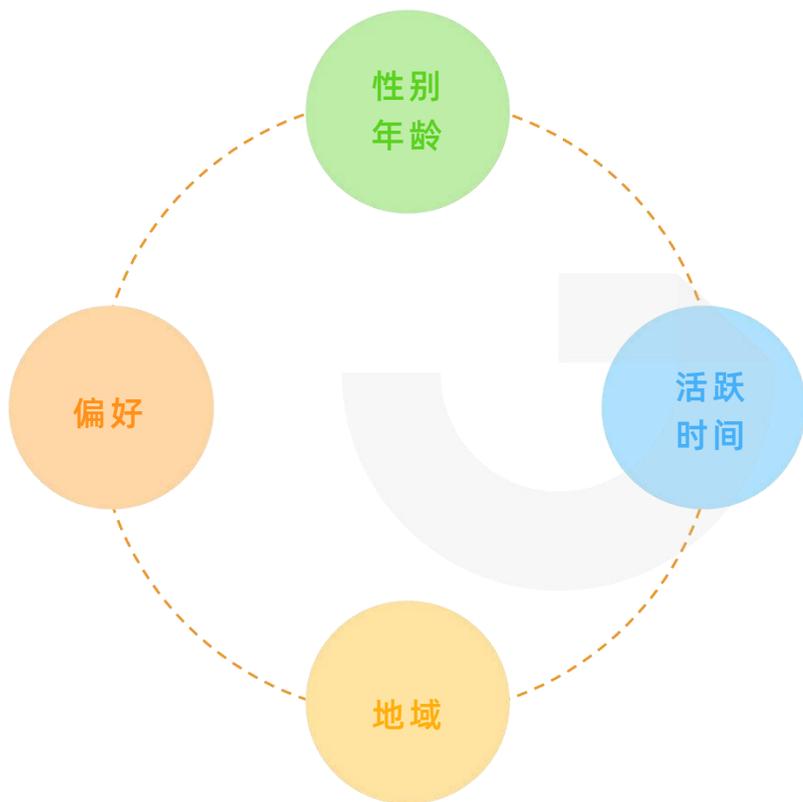
在作品评论区中进行问答互动，或是回复观众评论，引导互动，有效转化粉丝粘性，拉新留存。

粉丝运营

数据

2.2.1 粉丝运营

账号运营，除了对内容的持续输出外，保证作品质量的同时，更需要注意刚起号时的粉丝画像，这部分数据可以直接反应账号内容定位是否准确，让达人在运营的过程中能够将焦点关注在账号受众的内容偏好和行为习惯上，对账号后期运营进行分析策划。



借助飞瓜数据【粉丝分析】功能，辅助达人了解账号受众的基本情况，通过分析能够知道粉丝喜欢什么，什么样的内容可以打动他们，有利于达人更精准的触达目标受众，为拉新留存提供有效的帮助。

功能入口：主播详情页-粉丝画像

数据概览

粉丝分析

视频数据

直播数据

推广商品

粉丝画像

直播观众画像

粉丝团画像

粉丝重合度

2.2.1 粉丝运营



分析粉丝性别分布、年龄分布了解内容定位触达的粉丝群体分布。



根据粉丝活跃时间调整作品发布频率以及发布时间，有效触达更多目标用户。



根据粉丝偏好了解受众内容喜好走向，及时丰富作品内容，拓宽受众覆盖范围。



2.2.2 内容运营

背景音乐

音乐是达人在快手发布作品时高频率使用的一项功能，用以辅助瓜分平台流量，高使用率的音乐会为作品带来该音乐的受众。作品与背景音乐是相辅相成的关系，背景音乐可以增强作品带给观众的感官代入、沉浸式享受的效果。

- 1 根据热门音乐中的使用人数，查看相关热度情况，从音乐详情数据中观察使用音乐的行业分布、音乐使用的趋势，判断音乐是否与作品契合。
- 2 根据作品风格对音乐进行选择，比如舞蹈、照片集等作品可以选择卡点音乐，增加节奏感。

热门音乐

音乐信息	作者	使用人数	热门视频TOP3	操作
花桥流水 (笛子版) (Cover 高安) 时长:2分25秒	胖哥笛子: 乐器经营部	45.1w	[Video 1] [Video 2] [Video 3]	[Menu]
异城风情 时长:9秒	法迪	42.3w	[Video 4] [Video 5] [Video 6]	[Menu]

小可爱 #小可爱
作者: 阳逸晨 / 单夕
- 20725827 个作品

每日新增作品数趋势图

使用人数行业分布

- 其他: 12.12%
- 母婴育儿: 6.06%
- 生活: 6.06%
- 网红美女: 9.09%
- 游戏: 21.21%
- 时尚穿搭: 45.45%

选择音乐

推荐 收藏 用过 本地

热门分类

- 快手热歌榜
- 快手推荐榜
- QQ音乐榜
- DJ嗨曲
- 伤感
- 卡点
- 网络流行
- 纯音乐
- 音乐人榜
- 小清新
- 儿歌
- 国风古风

为你推荐

- 一路生花 (你从来都不是我的...)
00:51
超过190万次使用 温实心
- 我们都变老了
03:12
超过190万次使用 歌手-刘志鹏
- 幸福就是遇见你
04:29
原创 超过800万次使用 梅朵
- 农村人
03:33
超过12万次使用 朱冠宇 (新歌农村人)

2.2.2 内容运营

话题标签

发布作品时，为了进一步提高流量效果，需要不断跟进真实有效性的话题热点。快手平台对于热点活动会有一个流量加持，蹭热度能够大大提高爆款几率，但热门话题标签需要根据内容涉及的领域合理进行选择。

- 1 可以参考快手热门标签榜单，观察具有上升趋势的热门标签。
- 2 根据标签详情，参考是否与作品涉及领域契合，作品发布前在文案标题后添加相应标签吸取流量。



2.2.2 内容运营

话题标签

发布作品时，为了进一步提高流量效果，需要不断跟进真实有效性的话题热点。快手平台对于热点活动会有一个流量加持，蹭热度能够大大提高爆款几率，但热门话题标签需要根据内容涉及的领域合理进行选择。

1 参考小时级更新的快手热门话题榜，可以自定义日期，每小时更新热门话题，还可以回溯历史话题，达人可以根据热度值选择能够合理使用的话题。

2 参考快手平台内【快看点热榜】，实时跟踪热门话题。

The screenshot displays the Feigua Data app interface. On the left is a sidebar menu with options like '热门素材', '热门视频', '热门音乐', '热门话题', '快手热榜', '直播分析', '商品分析', '播主查找', '品牌分析', and '小店分析'. The '快手热榜' option is highlighted. The main content area shows a table of trending topics with columns for '排名' (Ranking), '热点信息' (Hot Topic Info), '热度' (Popularity), '热门视频top 3' (Top 3 Hot Videos), and '操作' (Action). The table lists three topics:

排名	热点信息	热度	热门视频top 3	操作
1	跟着导游看美景	1141.8w	[Video thumbnails]	详情
2	这是我们滚烫青春里最沸腾一章	1106.4w	[Video thumbnails]	详情
3	高考倒计时1天	1092.9w	[Video thumbnails]	详情

On the right, a mobile phone mockup shows the '快看点热榜' (Quick Look Hot Topics) section, which is updated every 10 minutes. It lists trending topics such as '上海全市性封控还会持续多久', '上海增死亡11例 确诊1931例', and '上海开展社会面清零攻坚九大行动'.

2.2.3 数据运营

话题标签

使用飞瓜数据【视频监控】对已发布的快手视频进行实时数据监控，掌握作品的热度走向。

功能入口：菜单栏-数据监控-视频监控

即时监控

对于已经发布的作品进行分钟级的监控，及时掌握作品流量趋势。

预约监控

对于尚未发布但已经计划发布时间的作品进行预约监控，不错漏作品数据的收集。

达人对于监控的作品有数据要求时可以对作品设置数据提醒。

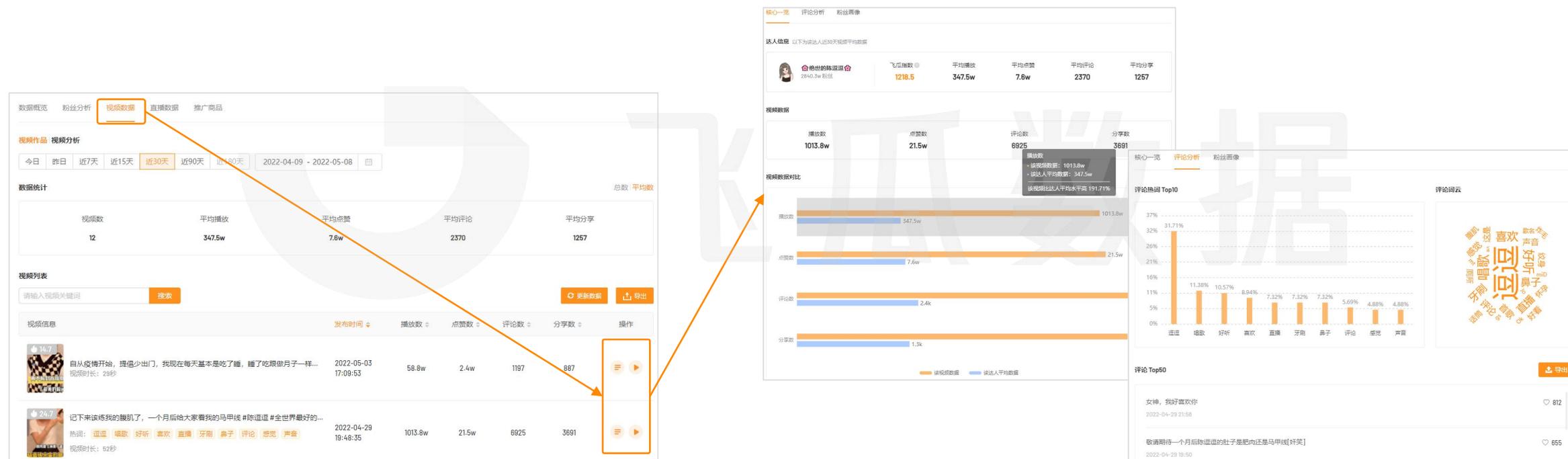
例如：作品数据较好高于达人平均水平时，数据监控及时提醒，这时可以选择给作品购买平台推广等。



2.2.3 数据运营

视频数据

视频数据分析也是账号运营中非常重要一部分，飞瓜数据【视频数据】可以针对单个作品进行数据分析。其中有达人近30天的平均数据、作品的核心数据，以及单个作品与往期发布作品进行数据比对，方便达人分析作品内容优劣，了解与粉丝兴趣方向。



2.2.4 案例分析

粉丝互动

评论互动



快手达人【骚龙小哥】在发布作品后均会在评论区与用户进行互动。

提高用户互动欲望，在增加粉丝粘性的同时，高互动率的作品有更大的机会获得平台推荐。

群聊互动



骚龙小哥在快手平台建立粉丝群，日常进行聊天互动。

这样的互动可以让粉丝更贴近达人生活，对达人更了解更信任，达人对粉丝也以“家人”为主要称呼，塑造“大家庭”的关系，提高粉丝与达人之间的凝聚力和信任感。

2.2.4 案例分析

封面类型

日常直播互动



达人骚龙小哥每天会在快手进行一次直播，直播时间均在用户活跃时间段，提高粉丝与达人之间的粘性。

达人整活



骚龙小哥的直播分为两个部分，前半部分通常以互动为主，在直播间中花样整活，带领团队成员为观众进行唱歌、跳舞等才艺表演，主要以搞笑风格为主，和粉丝进行互动沟通，逐步加强粉丝粘性。

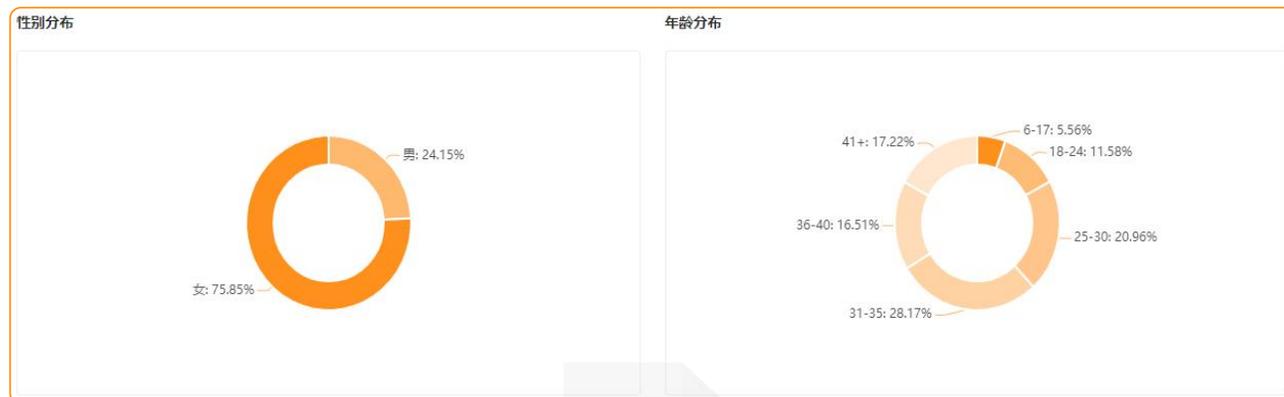
直播变现



后半部分进入直播带货阶段，前期的直播互动预热带动观众进入活跃的氛围，有助于刺激观众在带货环节的购买欲。

2.2.4 账号运营 · 案例

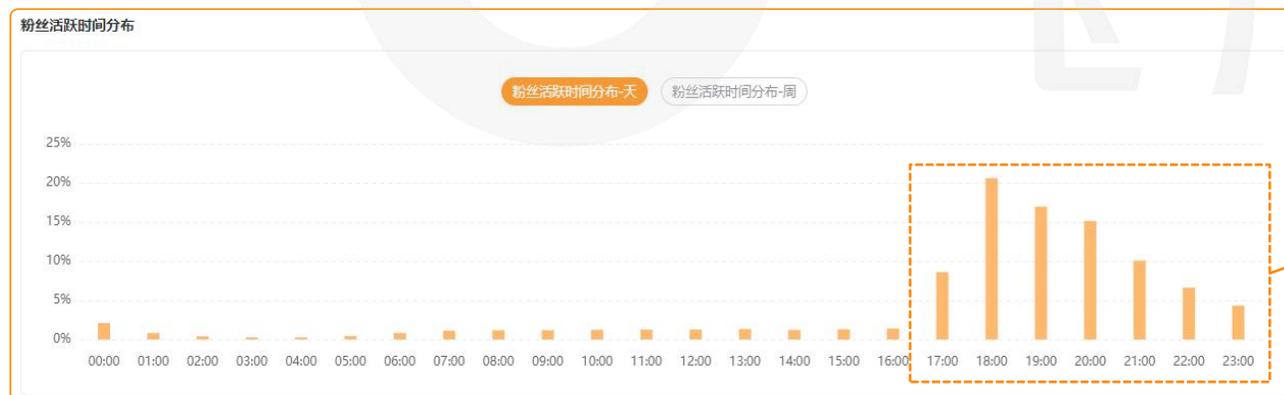
粉丝分析



骚龙小哥账号女性粉丝占比75.64%，远比男性粉丝占比高

所以达人人设定位应更倾向于女性视角下偏好，内容转型反串女性角色后作品流量也得到提升；

年龄分布中25-41+的群体为主要粉丝年龄，所以达人在人设的塑造上多以中年以上的女性为主，从而在内容上更贴近目标年龄段女性的生活，激发共鸣；



骚龙小哥账号粉丝活跃时间段在17:00-23:00，这也与快手平台的用户活跃时间段契合。

所以达人发布作品的的时间和直播时间均在粉丝活跃时间段内，一方面迎合粉丝行为习惯，另一方面与平台用户活跃时间段吻合有助于作品收获更多流量。

■ 运营总结

2.3 运营总结

账号运营

账号定位

- 行业定位，确定账号运营方向
- 人设定位，打造账号辨识度，精细圈粉
- 根据行业、人设建立内容定位，持续触达目标受众

作品细节

- 作品封面是用户看作品的第一印象，凸显作品核心是关键
- 作品标题是吸引眼球的重要细节，内容再好也离不开标题吸睛的作用
- 作品脚本是达人团队拍摄的风向标，精细化敲定作品细节有助于作品的呈现

粉丝运营

- 日常互动必不可少，拉近粉丝和达人之间的距离，建立“老铁”关系
- 借助平台推广、数据工具的粉丝画像分析，侧重关注粉丝行为喜好，适度调整账号运营方向
- 借助话题、标签、背景音乐三方流量池，为作品带来外部流量，及时监控作品数据，掌握流量趋势

数据运营

- 作品发布后借助数据监控工具实时跟踪数据趋势，掌握作品热度走向
- 及时查看作品核心数据，分析播放数据、互动数据判断作品内容优劣，从而改进

PART 02

直播篇



带货实操

01

场景搭建

02

直播话术

03

脚本

04

转场与预热

3.1.1 场景类型

优质的直播间“人-货-场”三要素缺一不可，其中“场”指的就是直播场景，直播场景的搭建直接决定了观众的对直播间的兴趣，也直接影响了直播的人气、转化等数据。

主题匹配

年货节

年货节



@蛋蛋

@半姐

根据直播主题、营销活动、特殊节点等，搭建呼应活动场景的直播间，有效刺激粉丝消费增长。

亲近感

聊天式直播



@西梅prune

@糕一三班-烘焙

直播场地简单，多在日常生活场景，聊天式直播更多的是以朋友的身份与观众拉近距离，为观众推荐好物，观众可接受度高、粘性强。

信任感

工厂直播

果园直播



@清风官方旗舰店

@榴莲大叔

工厂/原产地直播，展示生产、加工、物流等环节，流程透明化增强用户信任感。

风格差异化

康师傅旗舰店

佰草集Herborist



@蹦迪式直播

@宫廷式直播

独特的风格能促使观众停留，为主播争取更多时间揽客留客，促成交易。另外，个性鲜明的直播间也更容易引爆热点，制造破圈事件。

3.1.1 搭建要素

基于直播场景搭建的所有互动和展示的承载模块，是影响直播效果最核心的因素之一。直播间场景的合理打造不仅可以营造一个好的购物氛围，提升粉丝的观看体验；还可以很好地强化品牌账号和产品的调性，加强粉丝对品牌和产品的记忆点。

1 展示区（前景）

展示区也就是摆放在主播面前讲解的商品，核心作用是完整展示商品形态、突出商品卖点，展示区尽量保持只有单一商品。

2 道具区（中景）

处于主播身后的区域，主要由助播协助摆放奖品及“小黑板”等各类道具，辅助主播进行产品说明、释放福利信息等。

3 产品区（背景）

可以是货架陈列向用户展示更多商品，延长观众在直播间的停留时间；也可以是背景装修，突出直播主题或品牌形象。

硬装

软装

1 营销贴纸工具

包括直播预告时间、优惠信息、活动信息、引导关注等。



2 红包抽奖

直播间设置倒计时红包/抽奖，引导观众持续停留。



3 背景音乐

高昂澎湃的背景音乐可以带动观众的情绪，助推直播间氛围。

3.1.3 直播话术

话术不代表语速快、口才好，而是要分析观众心理，进行详细生动地宣传推销同时引导用户参与直播互动，最终影响用户购买的决策。一套优秀的话术可以帮助商家和主播控制直播、完善主播特色、营造直播氛围。

热场聚人

点名观众名称：欢迎xxx+关注引导

寻找共同话题：通过聊天引入直播话题

福利预告：直播人数达到xx，会有价值xx元的福利放送

宣传直播内容：直播主题+重磅产品+提醒关注

促单引导

产品介绍：展示+形容+痛痒点

建立信任：自用感受+专业背书

价格机制：官网价+日常价+粉丝福利价，通过对比凸显优势

逼单成交

讲时间：库存不多、时间紧迫/倒计时、福利仅此一次、不返场

讲优惠：下单前10名送xxx、前50名送xxx

讲物流：秒拍秒发、xxx人下单送运费险

留客互动

发问式互动：抛出问题+有疑问扣1

选择性话术：想要xxx的扣1，想要xxx的扣2

节奏型话术：觉得好的刷666、想要xxx的宝宝把xx刷起来

福利放送：提醒领取优惠券、1元商品秒杀

话术场景

3.1.3 单品脚本

成功的直播离不开一个设计严谨的直播脚本，直播脚本是团队把控直播的节奏，规范直播流程，达到预期的目标最关键的一步。好的脚本不仅可以最大程度的减少突发意外、提高观看体验，还能让直播效果最大化，通常来说直播脚本分为**单品脚本**和**整场直播脚本**两部分。

单品脚本

对每个商品的内容介绍进行详细的规划，放大产品优势，单品脚本的内容包括商品链接号、商品名称、品牌信息、商品原价、直播间福利到手价、优惠力度、赠品情况、库存情况、产品卖点等。

单品脚本提要：

单品脚本

产品介绍

- 产品成分/材质/功效/用途
- 专业背书/官方资质
- 销量截图/好评率

核心卖点

- 产品的核心优势
- 与同类型产品的核心差距
- 消费者的痛点和痒点

福利优惠

- 强调利益点：大促破价、上新抢先价、宠粉福利价
- 优惠方式：赠品叠加、多件折扣、满减优惠

催单话术

- 限时限量
- 促销力度
- 物流服务

3.1.3 单品脚本

	案例一：服饰鞋靴行业		案例二：美食饮品行业	
产品名称	吾双百事联名系列套装	molyvivi盈感防晒衣	汤臣倍健胶原蛋白果味饮料	遇见螺柳州螺蛳粉
产品图片				
产品介绍	<p>1.产品亮点：百事IP联名款；</p> <p>2.风格理念：个性图案设计，凸显年轻时尚品味；</p> <p>3.面料款式：纯棉材质，夏天穿不闷非常透气，有黑/白2种颜色可选；</p> <p>4.适合人群：简单休闲的T恤最适合学生党、年轻族日常通勤或出门玩乐时穿搭；</p>	<p>1.产品亮点：运动功能型防晒服、紫外线防护系数高、360°包围设计</p> <p>2.面料成分：75.8%锦纶+28%氨纶，冰凉触感、透气不闷汗、柔韧性高</p> <p>3.适合人群：精致年轻女性、户外运动、通勤出行</p>	<p>1.产品亮点：养颜护肤、清爽果味、方便携带</p> <p>2.场景带入：作息不规律、熬夜带娃、深夜追剧</p> <p>3.成分功效：胶原蛋白肽+GABA+酵母抽提物+壳寡糖，除了抗糖抗氧化功效外，GABA成分还可以改善睡眠</p> <p>4.适合人群：抗老人群、熬夜党、爱美年轻女性</p> <p>5.专业背书：GABA专利证、成分检测报告、获资深专业人士推荐</p>	<p>1.产品亮点：浓郁螺汤、地道口味</p> <p>2.原产地：广西柳州市</p> <p>3.口味配料包：8大配料（粉包+汤包+酸笋包+白醋包+花生包+腐竹包+萝卜酸豆角包+红油包）</p> <p>4.食用方式：水煮、干捞、爆炒</p>
日常价	¥ 159	¥ 139	¥ 399	¥ 69/5包
直播活动价	¥ 99	两件到手 ¥ 159	到手价 ¥ 229 限时抢购买一送一，加赠一盒白芸豆	¥ 49.9/5包 多件优惠：满 2 件减 20 元
核心卖点	IP联名款、活动破价	紫外线防护系数、冰爽触感、限时活动价	美容养颜功效、所含胶原蛋白含量、分子量	多买多优惠、配料丰富

3.1.3 整场直播脚本

因为直播是动态的过程，在直播过程中可以根据团队的人员配置，设备安排，品牌类型等调节直播脚本，策划适合自己的直播流程。直播脚本的四大要素：**明确直播目标、直播节奏把控、人员分工调度、直播互动引导。**

直播脚本范例1：服饰鞋靴

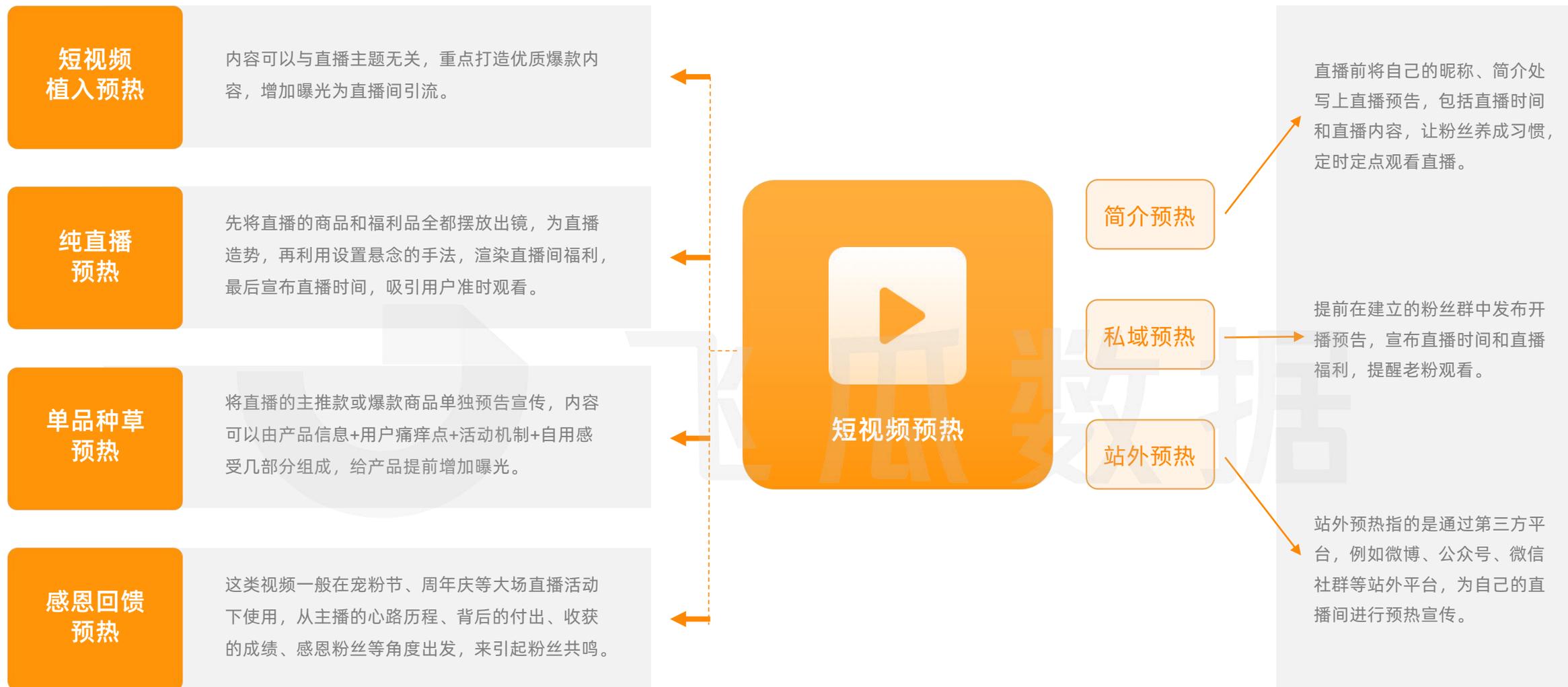
直播脚本			
直播主题	周年庆宠粉大促		直播目标
直播介绍	拉新、转化率、提高粉丝粘度		
主播介绍	女装工厂老板娘、时尚辣妈、穿搭达人等		
内容提纲	1.工厂发展历程：自己的电商之路介绍、目前主营业务、后期的发展方向 2.精选好物推荐，新款预告（2款） 3.互动福利：弹幕截图抽幸运儿送一件新款连衣裙		
直播流程			
准备工作	直播宣传+人员配备+设备检查+产品梳理+直播间布置		
	产品介绍		
序号	时长	主要内容	人员分工
1	10-15min	自我介绍+工厂介绍+感恩粉丝陪伴	主播当前，团队人员做背景
2	5-10min	开场炸福利+带货引导语	主播+助播推高现场氛围，将人气拉至高点
...	10-15min	千鸟格外套/休闲阔腿裤：上身效果测评、穿着搭配讲解、手感面料、厚度、款式亮点、做工细节等	助播报库存、展示产品尺码/规格、与主播一起穿不同颜色做对比展示
19	2-3min	新款预告	协助主播一起介绍新款
20	5min	结尾收场，引导关注主播、预约直播、再次感恩粉丝	适当展现数据，破纪录与粉丝狂欢

3.1.3 整场直播脚本

直播脚本范例2：美妆护肤行业

直播脚本			
直播主题	38悦己节		直播目标
	推出新品、借势38节提振销量		
注意事项	例： 1、直播讲解占比：日常款60%+新品20%+粉丝互动20% 2、以主打产品为导向，非主打产品等粉丝问到再介绍 3、福利玩法：关注加入粉丝团才可参与、下单备注送化妆棉1包、联系客服领券再下单		
内容+流程			
准备工作	直播宣传+人员配备+设备检查+产品梳理+直播间布置		
开场预热	互动热场+预告福利+简单的流程介绍		
	产品介绍		
时间段	直播流程	主播	场控
12:00-12:10	福利引流	开场炸福利，1元水乳小样套装 反复强调只有加关注的粉丝才可参与活动	报福利名额、向观众演示具体操作步骤
12:10-14:10	产品讲解	产品展示介绍、强调卖点、试用分享、促转化	回复问题、助推气氛、推送引流
14:10-14:30	返场	呼声高的产品返场讲解	报库存、强调仅上架扣1的人数
14:30-14:40	结束收场	引导关注、下场直播预告	回复问题

3.1.4 直播预热



3.1.4 货品转场

当介绍完产品之后，主播需要对下一个产品做一个承接过度的引导，这就是货品转场。转款话术是防止直播人气大幅波动、提升互动的关键性一步，货品转场如何衔接更自然才不会让观众跳戏，这也是对主播现场能力的考验。

👑 诱惑转款



预告接下来的产品优惠力度 / 例：接下来这款，专柜1599，待会直接299开炸，在线人数到8000，直接开炸

🎁 福利转款



给观众制造惊喜氛围 / 例：把想要直接打在公屏上，今天我们就是要做人气涨粉丝，只给大家谋福利

📈 人气转款



顺应弹幕人气商品 / 例：人数已经飙到1000了，既然大家这么给力，接下来给大家上一波王炸款

🕒 整点转款



直播期间不断告知观众整点有活动 / 例：你们期待的整点福利要来了，打起精神，我们马上上福利

👕 搭配转款



搭配捆绑完成转场 / 例：如果手上有拜拜肉的姐妹，我们可以搭一个外套，而且今天也是福利价

3.1.4 直播引流

流量是直播的基石，直播引流是通过短视频、投流等方式来提升直播流量获取和转化能力的一种商业玩法，想要获得更高的流量，需要摸透平台直播流量的来源渠道和规则。

预热期（直播前）

预热造势提高直播关注度

账号主页预告

预热短视频发布

直播预约

引爆起（直播中）

集中导流强互动高转化

直播投流

直播片段发布

发现/同城自然流量

福利红包发放

长尾期（直播后）

粉丝/内容长效沉淀

高光时刻回放

粉丝群运营

优质视频二次传播

选品策略

01

如何选品

02

货品搭配

03

产品定价

04

排品过品

CATALOGUE

3.2.1 如何选品

直播间的销售成绩和选品策略密切相关，不同定位商品进行配比组合，可以很好的利用价格差异调动观众情绪、协调直播间人气变化、提高转化。一般来说，直播间的货品结构分为福利款、引流款、主推款以及利润款。



1、匹配主播人设

选择与主播个人标签、粉丝画像吻合度高的产品。



2、差异化选品

相同热销品类可以从产品的包装、赠品来体现差异。



3、数据化选品

善用数据化工具进行潜在爆款挑选，例如飞瓜数据的热门商品、实时爆品等功能快速找到已经实践论证过的可行性商品。



4、合理配置商品

例如高单价商品往往需要更多的赠品或低价商品来刺激转化。

3.2.2 货品搭配

直播间的销售成绩和选品策略密切相关，不同定位商品进行配比组合，可以很好的利用价格差异调动观众情绪、协调直播间人气变化、提高转化。一般来说，直播间的货品结构分为福利款、引流款、主推款以及利润款。



3.2.3 产品定价

产品定价是营销工作中最重要的内容之一，这不仅关系到自己市场定位，也关系到市场销售利润。决定产品定价的因素有产品成本、用户需求大小、价值认知、购买场景等。

02

锚定策略：通过高价同类参照物对比，凸显主推品的性价比；
专业信任价：专业+溢价的信息源，通过专业背书提高产品价值；

04

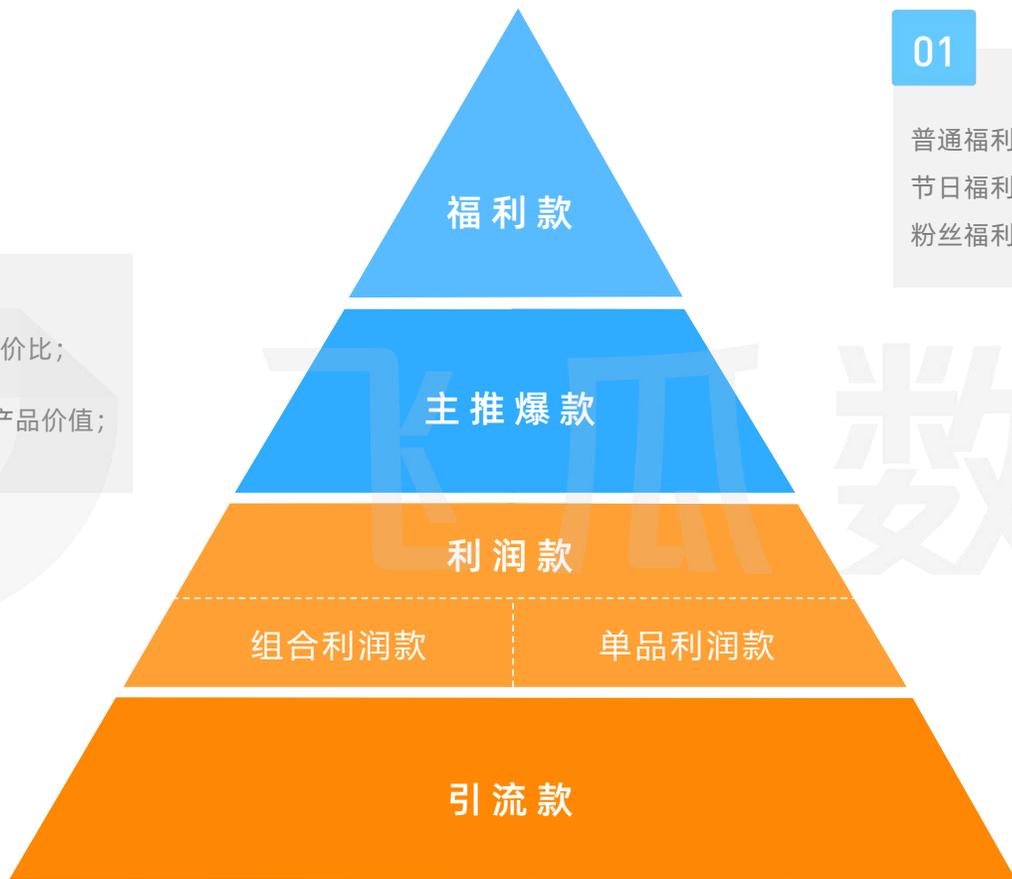
利用知名品牌引流，定价需比大众认知价格低，
或加大赠品力度

01

普通福利价：1元/9.9元包邮等低价产品；
节日福利价：根据节日日期定价，例：3.8元/6.18元/11.6元；
粉丝福利价：例如辛巴的818粉丝军团，粉丝福利价多为8.18元；

03

组合提利润：
1.阶梯定价，1件99、2件149、3件159
2.组合套餐价，拍二发五、买一送一
拆分提单价：买面霜送小样



3.2.4 排品过品

直播过品顺序会直接影响到直播间的带货节奏和观众情绪，好的排品策略可以为直播间最大化提升用户停留、GMV以及UV价值，从而达到提升直播间权重、沉淀精准粉丝的目的。直播间排品分为两种模式，一种是循环模式，适用于规模较大、货品丰富的商家进行，另一种是爆品模式，适合中小、货品单一的商家。

循环模式（货品丰富）



爆品模式（单一货品）



福利款（1-2个）：直播间搏停留，获得自然流量的推荐。

跑量款：用来提高直播间的UV价值的，可以是清库存清仓模式，有一点点利润或者不赚钱。

主推款：单一货品重复讲解，通过直播间憋福利款，大量成交主推款和跑量款。

直播复盘

01

数据回顾

02

时段复盘

03

商品解析

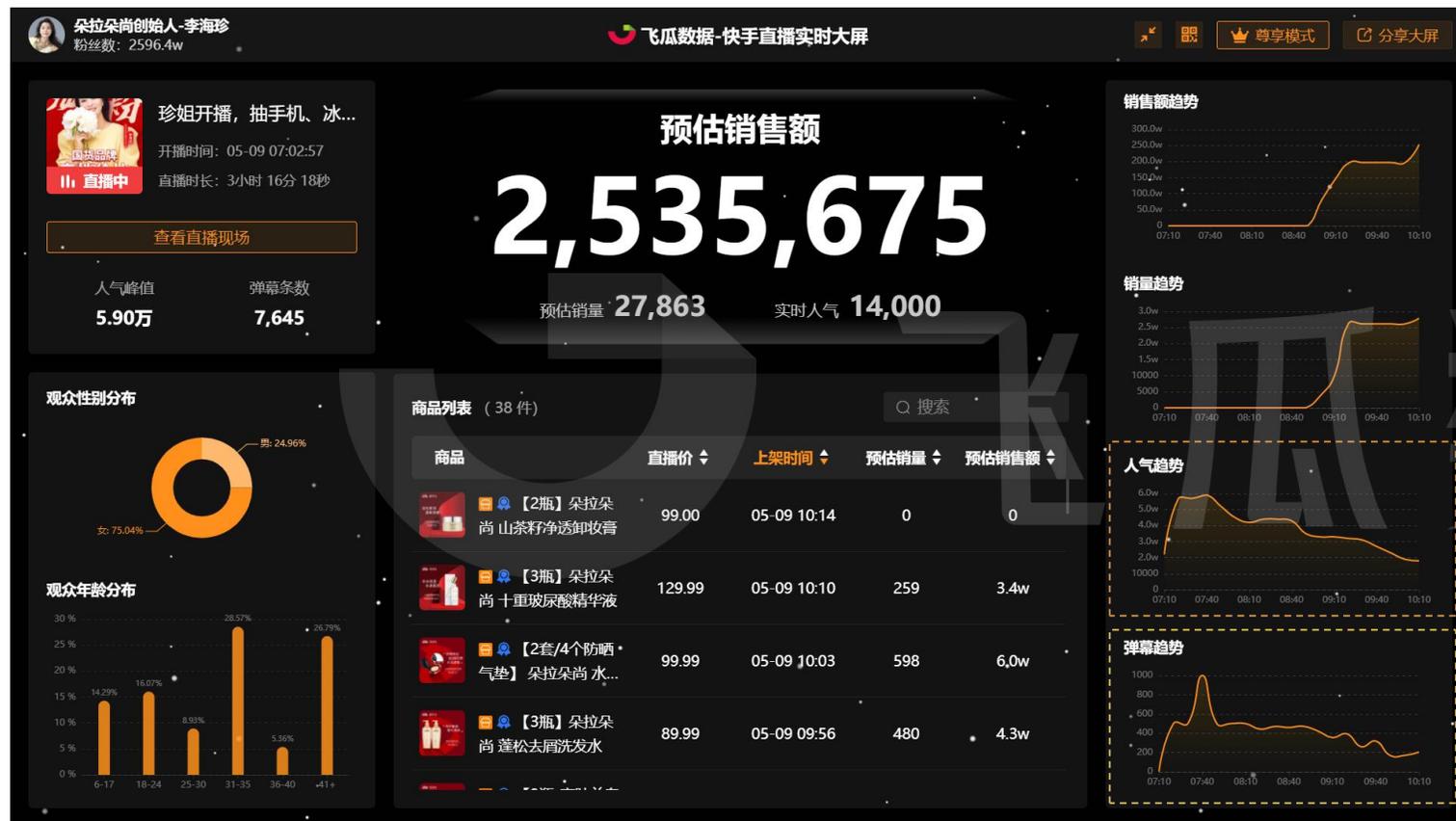
04

观众画像

CATALOGUE

3.3.1 数据回顾

直播间的流量时时刻刻都在变化，对实时数据进行监控，主播需要根据现场情况和观众反应来做出应对措施，如何在人气低迷时候最大可能稳住观众情绪、如何把握高光时刻将利益最大化、货品转场如何衔接更自然才不会让观众跳戏，这都是对主播现场能力的考验。



人气趋势

■ 低谷稳停留：
当直播间人气出现低潮时，比引流更重要的是利用强互动和创价值，来提高观众的停留时长

■ 高峰急转化：
当直播人气、氛围达到，要尽快调动放大观众的购买高潮时情绪。

弹幕趋势

也就是粉丝互动率，这个数值低的话，说明直播没有调动粉丝的积极性，那就需要考虑更有创新的玩法和互动。

3.3.1 数据回顾

首先，要对整场直播的基本数据做全方位的了解，包括【带货数据】和【人气数据】两方面。在分析【带货数据】时，可以结合人气变化趋势来判断转化效果，若直播人气高，但带货效果平平，就需要考虑“人-货-场”三方面的哪些因素影响。

预估销量/销售额

是最能体现直播带货效果的数据指标，也是反应主播真实能力的结果表现。

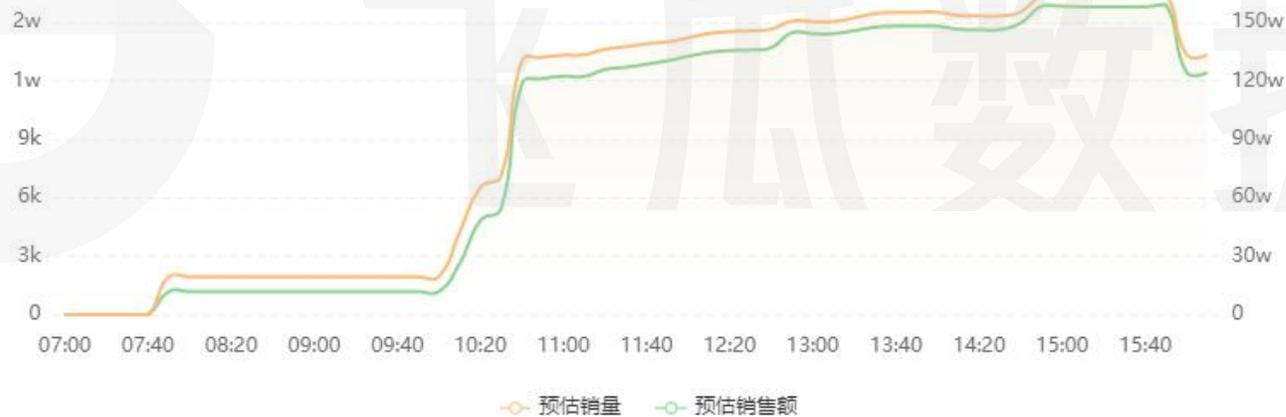
带货数据

预估销售额
124.5w

预估销量
1.3w

商品数
39

客单价
93.22



客单价

反映直播间观众的消费水平，产品定价、优惠机制、选品组合等都是影响客单价高低的因素之一。

3.3.2 数据回顾

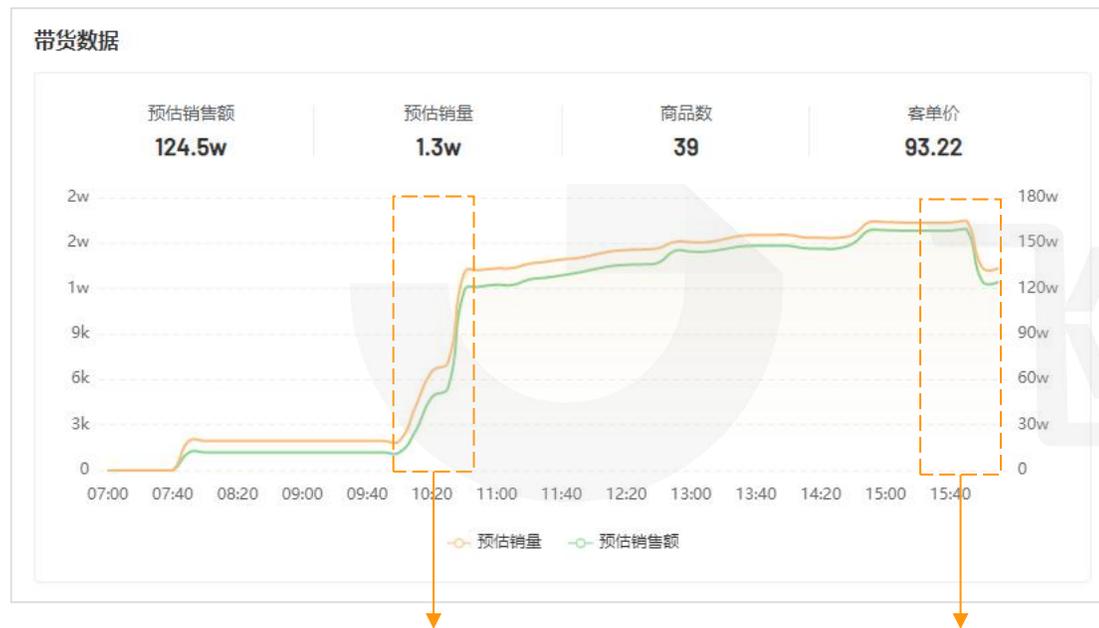
在【人气数据】方面，可以通过观看人次、人均价值、付费转化率、弹幕表现来判断该场直播的流量规模、现场互动氛围以及观众的价值。



3.3.2 时段复盘

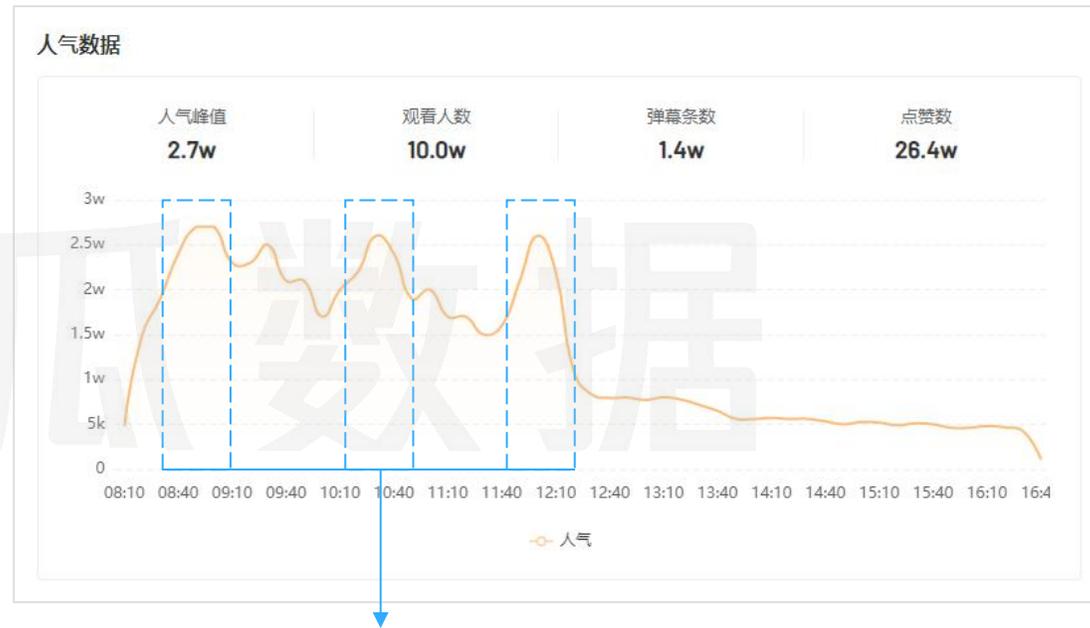
除了关注全局数据外，还要看阶段性的趋势，去探究背后的影响因素，通过精细化复盘查看各方面的表现是否符合预期，针对性提出改进方案。

案例一



- 1 预估销量/销售额在9:50-10:40期间出现大幅度增长，分析该时段上架的商品、直播间氛围、主播话术有哪些亮点，是什么因素触碰到观众的购买情绪；
- 2 在直播尾声销量突然出现下滑，判断是否由于观众退货造成，咎其可能造成退货的原因；

案例二



- 1 在直播上半场观众人数曾出现3次增长波峰，根据直播节奏分析原因，福利引流/自然流量/付费流量等；
- 2 直播下半场人气突然急剧下降，考虑是否将重磅产品放太前或其他因素导致；

3.3.3 商品解析

作为直播间的主角，商品是整个直播的核心所在。对商品的复盘其实也是下一场直播选品的开始，结合观众对商品出场的情绪，优化直播的排品顺序、组品策略以及福利机制。

■ 品牌商品分析：判断品牌在直播间的影响力和销售占比；

■ 热卖商品分析：可以根据销量/销售额排序，快速梳理该场直播的优质爆品和滞销商品，再结合峰值人数和下单率找到合适的憋单节奏；

■ 商品价格分析：了解这场直播中观众的价格偏好，分析哪个价格区间转化率最高；



运营重点

01

孵化期

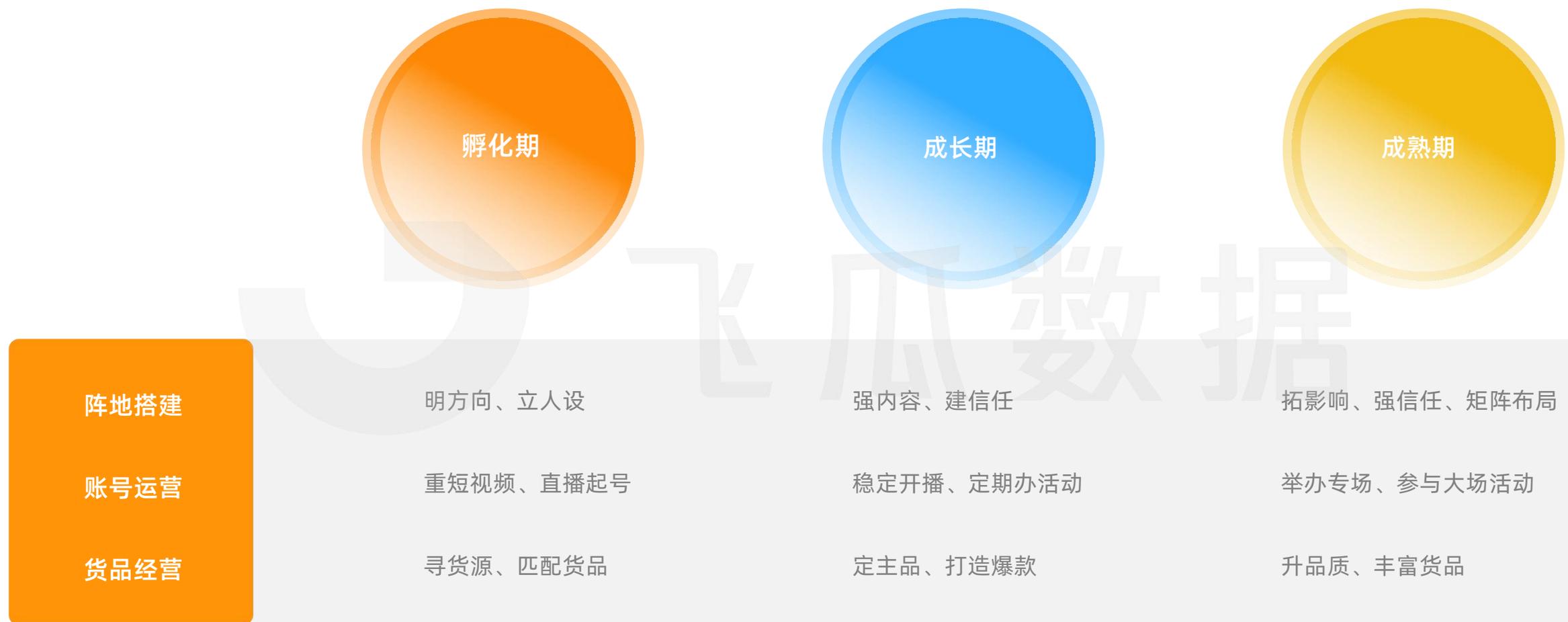
02

成长期

03

成熟期

不同阶段主播的运营重点



3.4.1 孵化期主播

案例——辛爷



辛爷
粉丝数：5.4w

3个月快速起号，最高单条视频播放超500W+；
开播仅1个月GMV增幅超330%；
4月中下旬，借助官方活动实现单场直播破百万成绩

内容起号

人设身份 / 内容价值



内容形式：采访对话

人设：GIA国际珠宝鉴定师

节奏：每天发布2-3条视频

亮点：结合明星佩戴珠宝，来讲解珠宝知识，提高观众阅读兴趣。

2022.1

布局直播

普惠 / 性价 / 专业



面向群体：知性女性/珠宝爱好者

商品架构：

福利：主推=1:1

开播时间段：15:00/19:30, 2-3h

140个
视频数
1566.9w+
播放量

短视频种草

32场
带货直播
330%
GMV增长

直播转化

2022.3

营销爆发

抓流量 / 促转化



营销节点：快手高货节
短视频：提前一周持续发布短视频为活动造势

直播：

- 拉长直播时长，吸引更多新粉关注
- 契合直播主题，上架多种高单品质货，拉高销售额

2022.4

3.4.2 成长期主播

关键词：**长效**

涨粉：加强曝光+持续经营

活动造势

借助自办的宠粉节/周年庆等小型活动，扩大影响力、提高与粉丝之前的信任感。

持续经营

持续发布规划优质内容，不断吸引优质精准粉丝。
定期开直播，培养粉丝观看习惯。

爆款：挖掘潜力爆款+超级曝光

打造爆款

爆款打造公式：

显性大众需求+颜值+利润空间+传播属性+口碑+
产品质量

大促曝光

通过大事件或大促活动，集中活动优势资源进行传播，增强商品和账号的曝光，提高破圈能力。

3.4.2 成长期主播

案例——ACE-七爷

账号短视频运营策略

珠宝知识科普 30%

结合佩戴场景、品类、色泽等进行科普



生活日常 25%

分享日常生活强化人设，拉近与粉丝的距离感



直播预告 45%

直播前发布预告与种草视频，引导用户进直播



账号直播运营策略

1 直播模式分布

直播模式: 带货直播: 秀场直播=7:3

带货直播: 定期举办宠粉日, 多重福利刺激粉丝购买激情, 连创销售峰值;
秀场直播: 每周1-2次纯聊天直播, 维护与粉丝之间的关系, 提高粉丝粘性;



2 选品策略

品类占比: 主推品: 珠宝钟表 88.62% 辅助品: 美食饮品、美妆护肤

年轻颜值款

高价品质款

福利性价款

迎合受众特征以年轻款为主

提高直播档次凸显专业性

极致性价比促拉新留存



¥ 7717

¥ 6888

¥ 23816

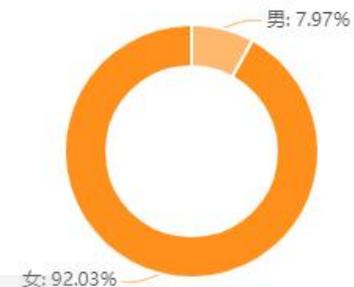
¥ 15800

¥ 71.7

¥ 88

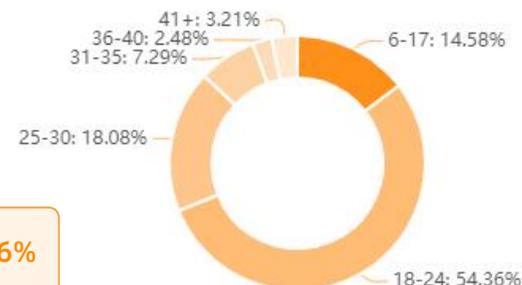
粉丝性别分布

女性 92.03%



粉丝性别分布

18-24岁 54.36%



3.4.3 成长期主播

关键词：**爆发**

日常运营

IP内容持续稳定输出

发布频率：保持稳定的内容输出，多与粉丝进行互动，建议每周5-10条；

活动运营：结合热门话题或热门活动进行策划；

专项运营

定制营销节点专项策略

产品上新：短视频种草+直播转化

促销爆发：制定大促专项运营策略，利用大促流量冲刺销量，实现爆发破圈；

矩阵布局

扩大用户覆盖面

打造矩阵账号，打破单账号粉丝增长瓶颈，拓宽自己的用户覆盖面

01 

02 

03 

3.4.3 成熟期主播

案例——超级丹

成熟期的主播已经具备了内容生产和带货的能力，这个时候想要打破增长瓶颈，就要想办法拓宽自己的用户覆盖面。像很多头部主播，他们自身已经拥有了一定的影响力，但因为账号的定位非常清晰，所能覆盖的群体相对局限，因此他们会搭建一套自己的账号矩阵来触达更多的用户群体。

主播建立矩阵可以围绕着“**红人搭建**”、“**家庭关系**”、“**团队搭建**”进行，“红人搭建”就是同一个人创建不同的账号，常见的像“xxx生活号”、“xxx小号”等；“家庭关系”则分为“xxx表哥”、“xxx小姑”等；

而在团队账号中，一般会有一个粉丝量较高的主账号，在主账号中有团队的多个成员出镜，为团队内的成员进行导流。例如，头部主播@超级丹 分别打造了三个定位不同的账号来提高自己的用户覆盖面。

持续扩大声量和影响力



账号矩阵



Thanks!

2022 | FEIGUA DATA | KS.FEIGUA.CN