

虾皮直播 – 卖家直播手册

简介： 本手册将为您介绍卖家直播教程

适用站点： 所有

适用板块： 虾皮直播

更新日志：

更新内容	更新日期
更新中文版使用手册	2019.12.09

目录

内容	页数
虾皮直播介绍	3-9
直播教程(手机端)	10-44
直播技巧	45-87

1.1 虾皮直播介绍 – 为什么要做虾皮直播?

—

为什么要做虾皮直播?



**短时间聚齐大量人群
建立一对多的交互场景**

有效提高粉丝粘性



**制造独特营销场景
实现实时在线互动**

讲解示范, 在线答疑



**打通场景互动和售卖行为
边看边买提升用户体验**

第一时间了解市场喜好

虾皮平台现阶段免收任何直播费用!

1.2 虾皮直播介绍 – 直播曝光与入口



虾皮直播曝光

直播板块在首页拥有多重曝光——

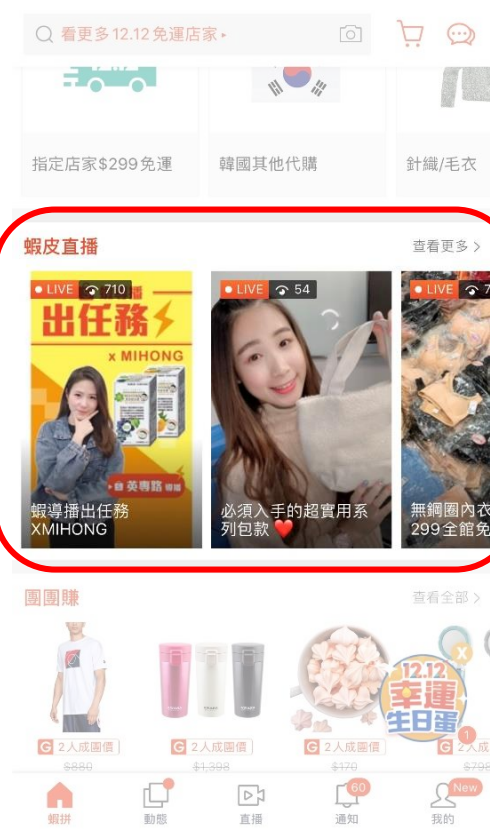
直播专属入口



首页Banner(横幅)



腰部区块



虾皮直播入口-进入直播

顾客可点击手机购物端最底部【直播】按钮，或者通过主页直播板块进入



虾皮直播专属入口



注：如果虾皮同时直播的店铺数量 ≥ 3 ，此区块会出现

虾皮直播入口-直播页面简介

直播中区块 (左图)
-正在播放的所有直播
可在此进入

即将播放区块 (右图)
-优选和商城店铺可参
与预约直播, 需要提前
提报

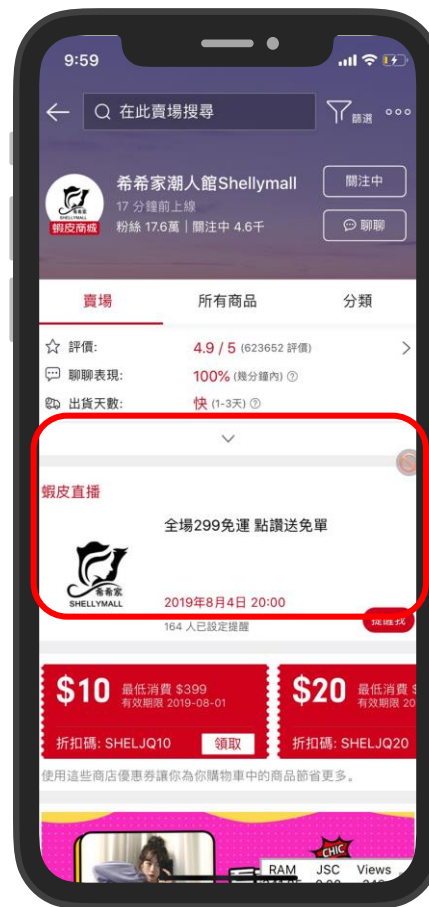


虾皮直播入口-店铺页面

- ✓ 在店铺页面，顾客可以看到店铺正在进行的直播。



- ✓ 对于优选和商城卖家，已经预约的直播会在店铺中显示。



2.1直播教程 – 如何创建直播 (手机端)



步骤1：创建直播

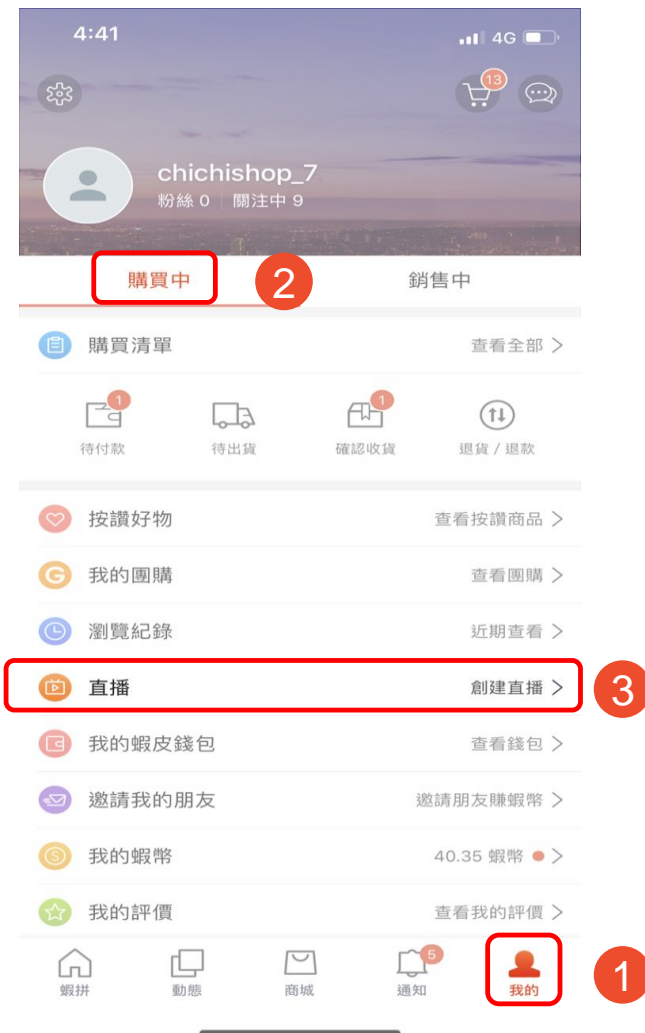
“我的” 页面



购买中

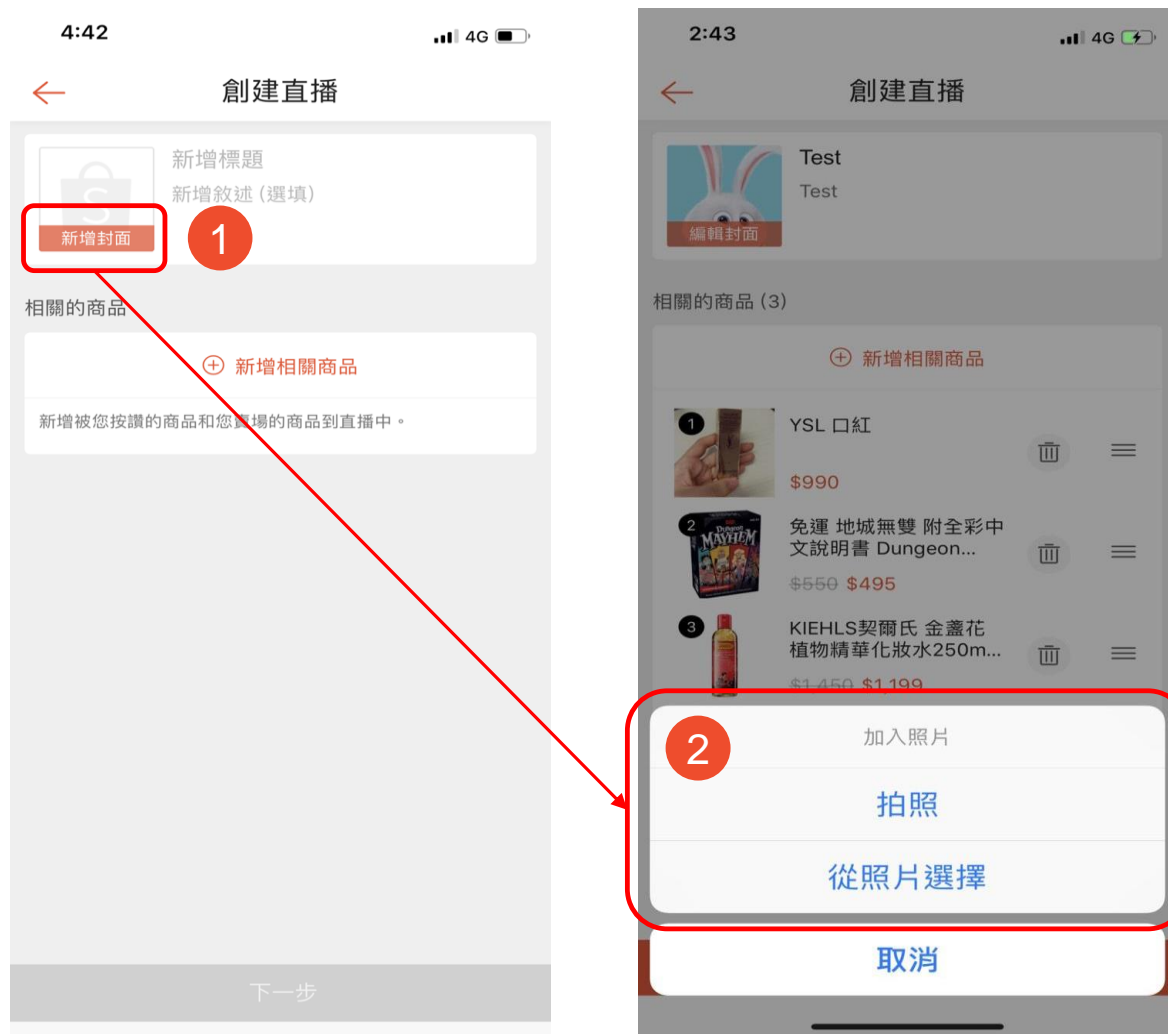


直播



步骤2: 上传直播封面照片

点击【新增封面】
↓
选择拍照/从相簿
↓
上传直播封面照片
(必填)



直播中/重播封面建议

封面图用意：吸引观众点击

建议上传与直播主题或店铺有关、有吸引力的图



人物为主体

- 占主视觉60-70%

以LOGO方式呈现

- 透过颜色、视觉对称、有设计感，置中
- 封面建议500*500，且左右留100像素不放文字/图案

商品图拼贴

- 主体设置于中间并且完整呈现

步骤4：新增直播叙述

点击【新增叙述】



输入直播叙述
(选填)

*上限为200字符,
可输入表情符号

建议:

- 可填写店铺介绍
- IG/FB账号
- 直播促销活动信息
- 主播身高体重信息
(如有必要)



步骤5：新增直播商品

点击【新增相关商品】

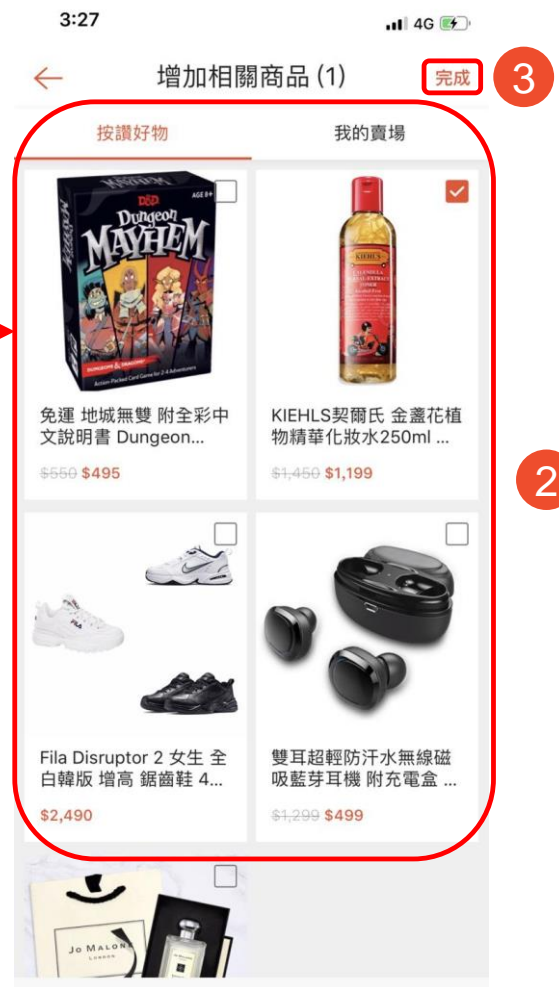
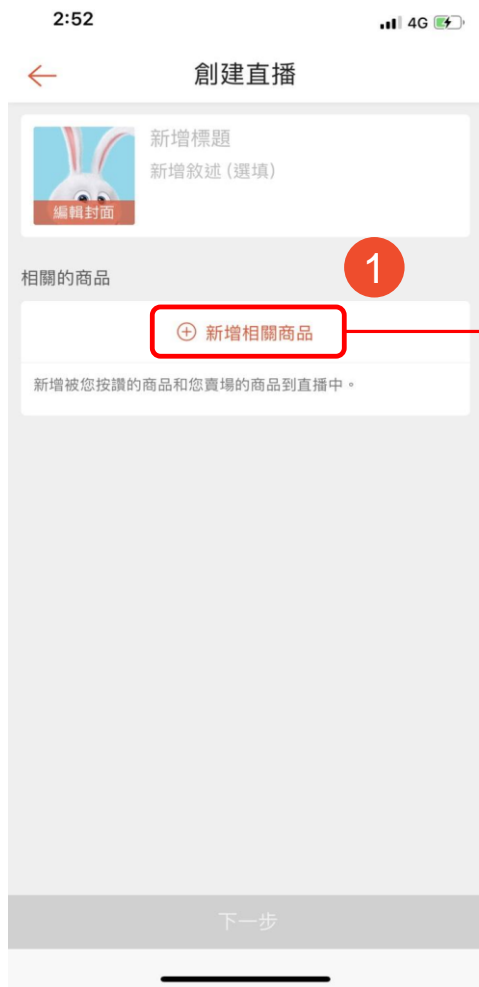


选品

*上限为200件商品

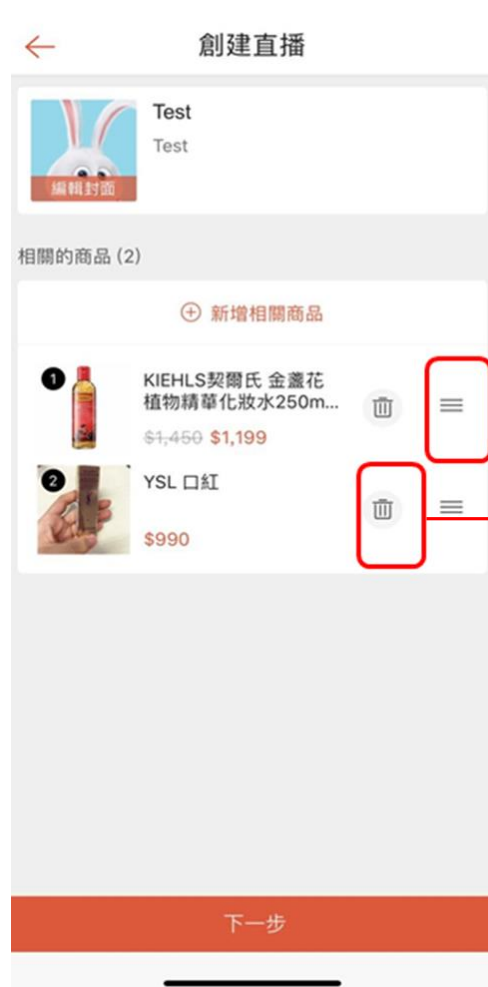


点击【完成】



步骤6：排序或删除直播商品

排序商品
或
删除商品



排序：长按并拖移

删除：可移除商品

步骤7：结束创建直播步骤



2.2直播教程 – 直播间预览画面 (手机端)

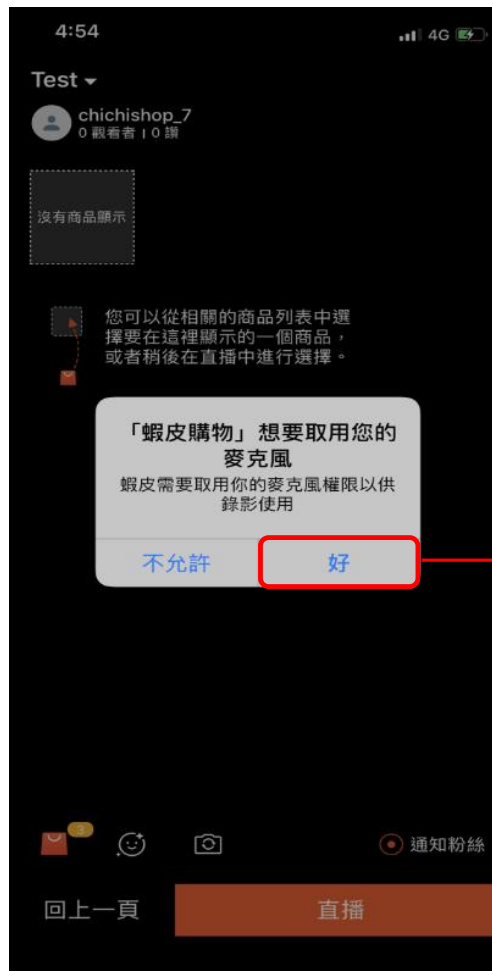


步骤1：开启麦克风权限

进入直播间预览画面



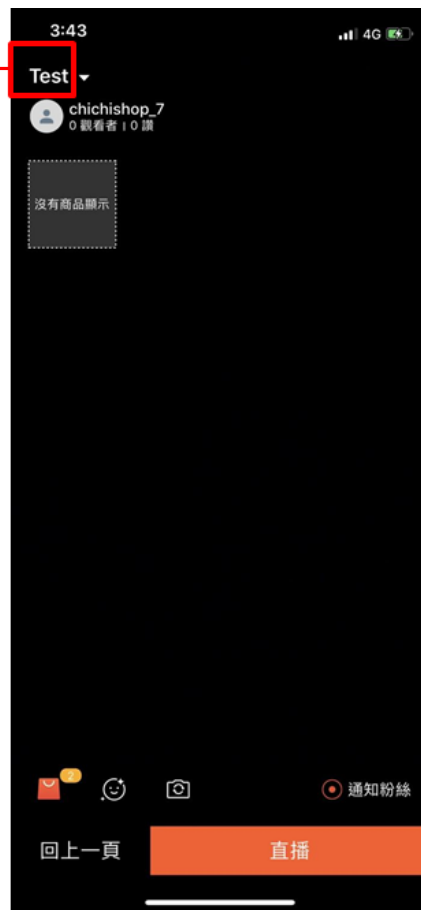
允许开启麦克风权限



点击开启权限

步骤2：检查直播标题与叙述

直播标题



直播叙述



步骤3：选择显示商品

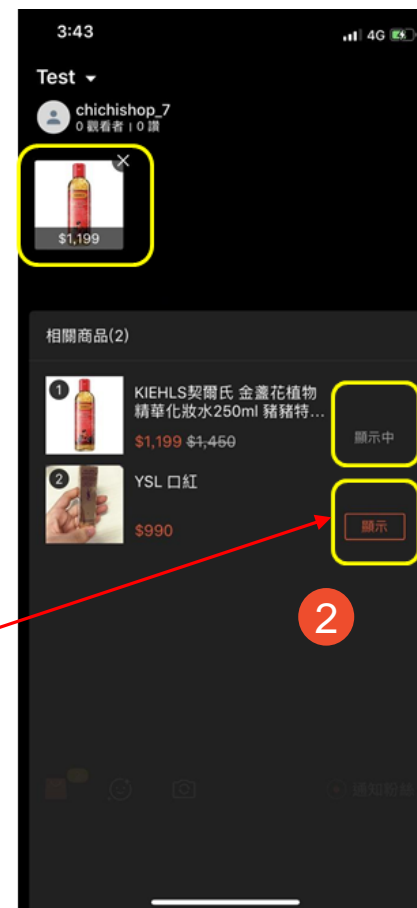
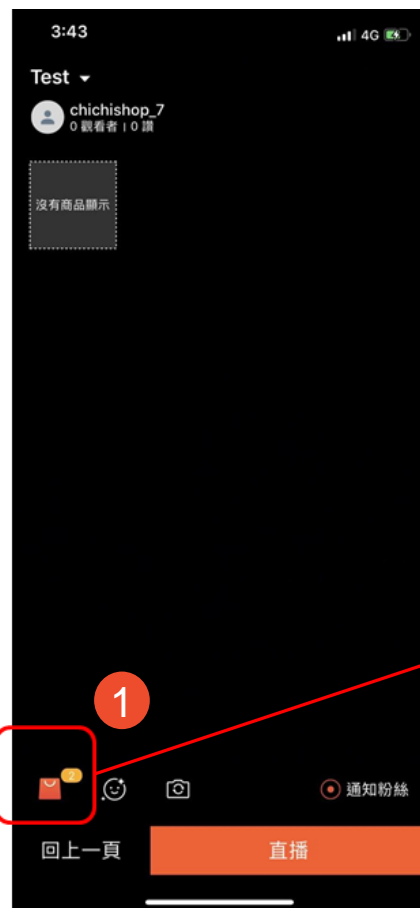
点击购物袋图标



点击【显示】按钮
选择显示商品

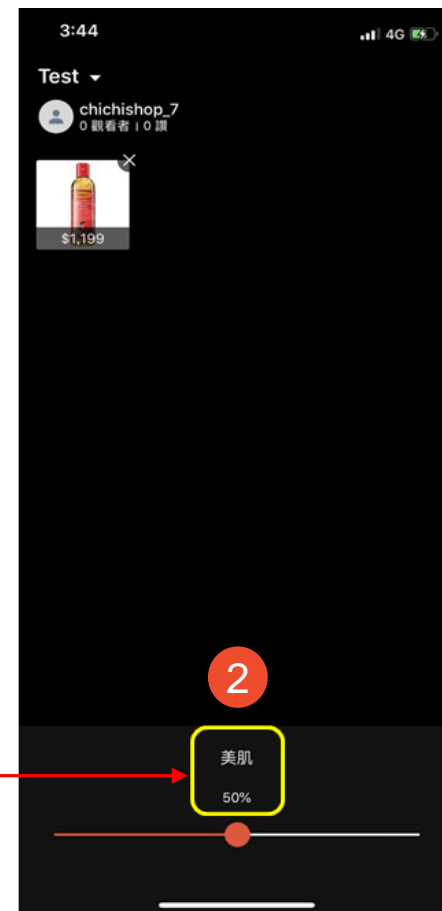
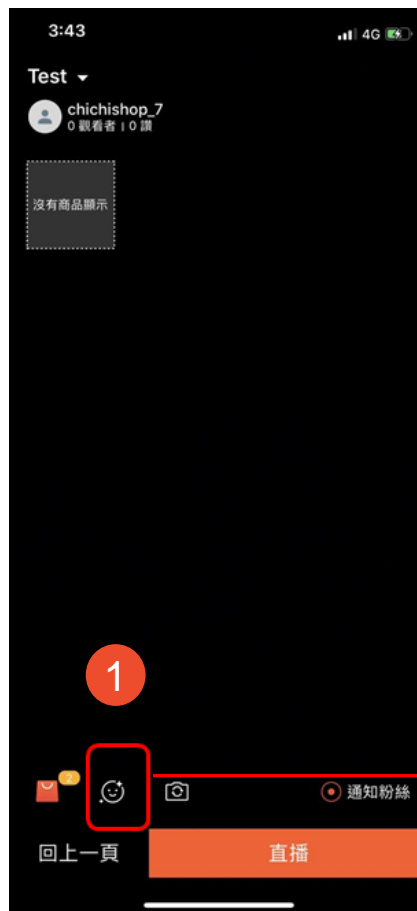


显示中商品会出现在
直播画面左上角



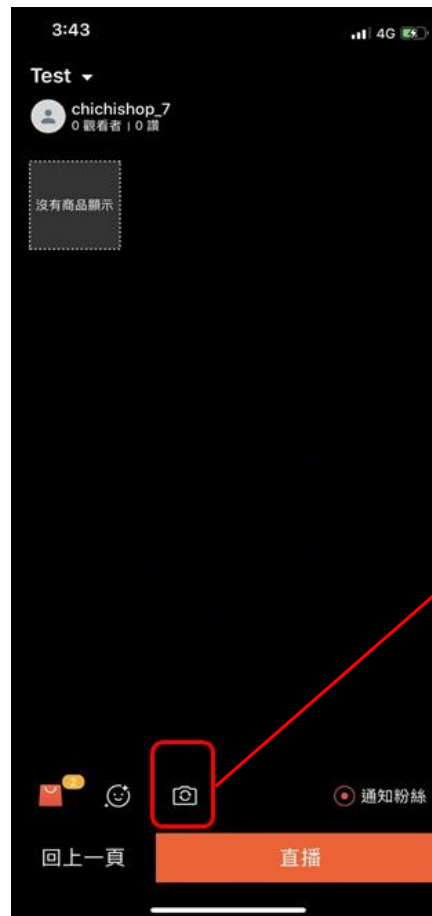
步骤4: 直播中调整美肌程度

点击美肌图标
↓
选择美肌程度



步骤5：旋转相机

点击相机图标
↓
相机正反旋转

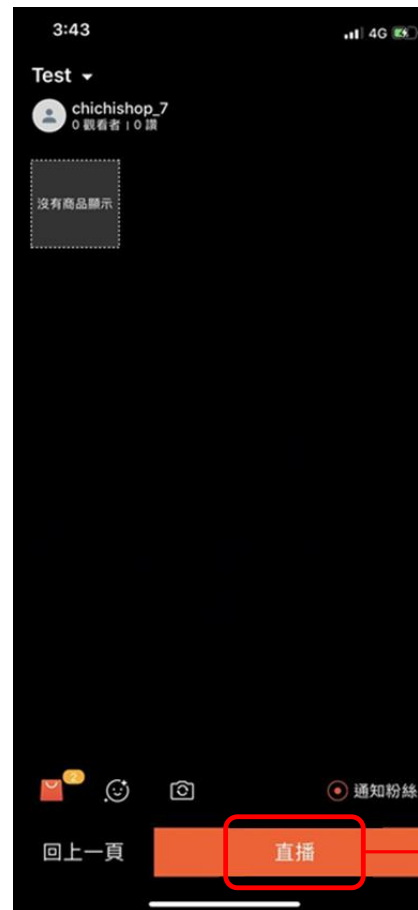


步骤6：直播预览完成

点击【直播】按钮



完成直播预览
开始正式直播



点击进入正式直播

2.3直播教程 – 直播主直播时可以做什么? (手机端)

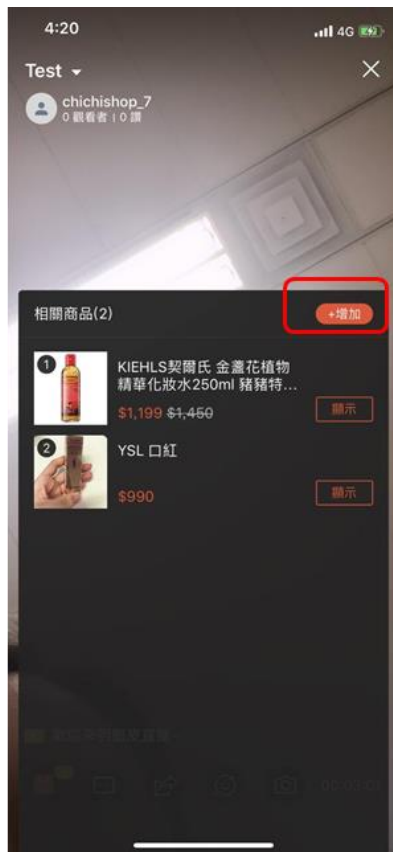
—

步骤1：直播中增加商品

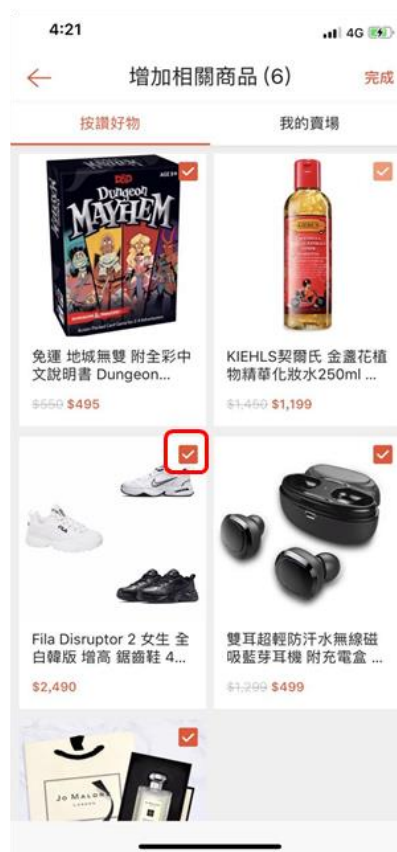
点击购物袋图标 → 点击【+增加】按钮 → 可增加更多商品 *上限为200件商品



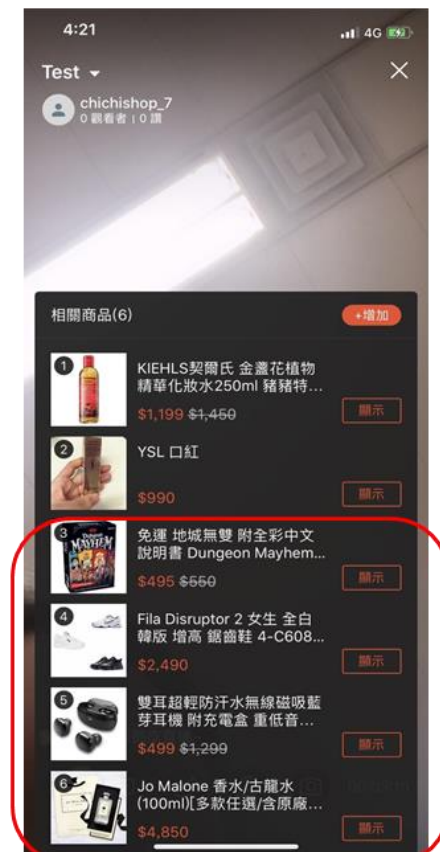
1



2



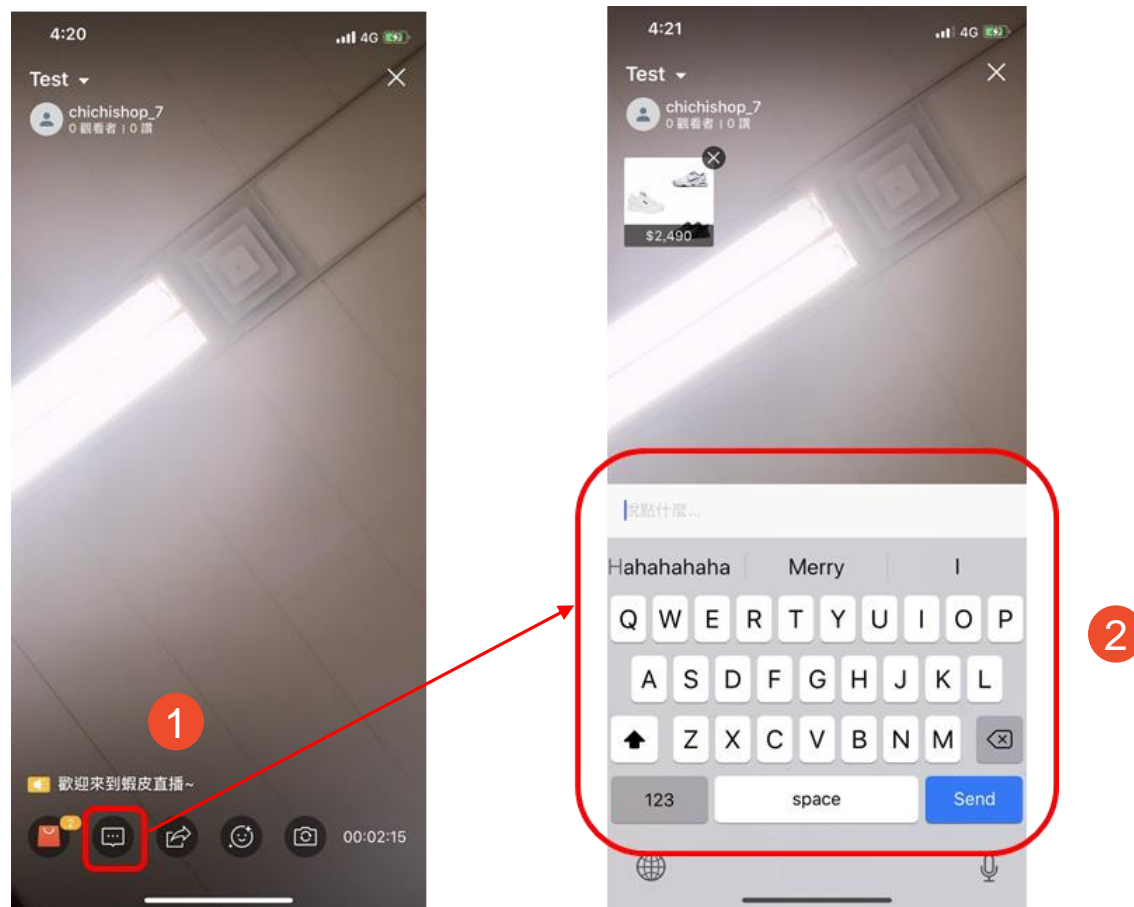
3



4

步骤2：直播中留言

按下留言图标 → 可在直播过程中输入留言与观众互动 *上限为200字符



步骤3：直播中分享直播

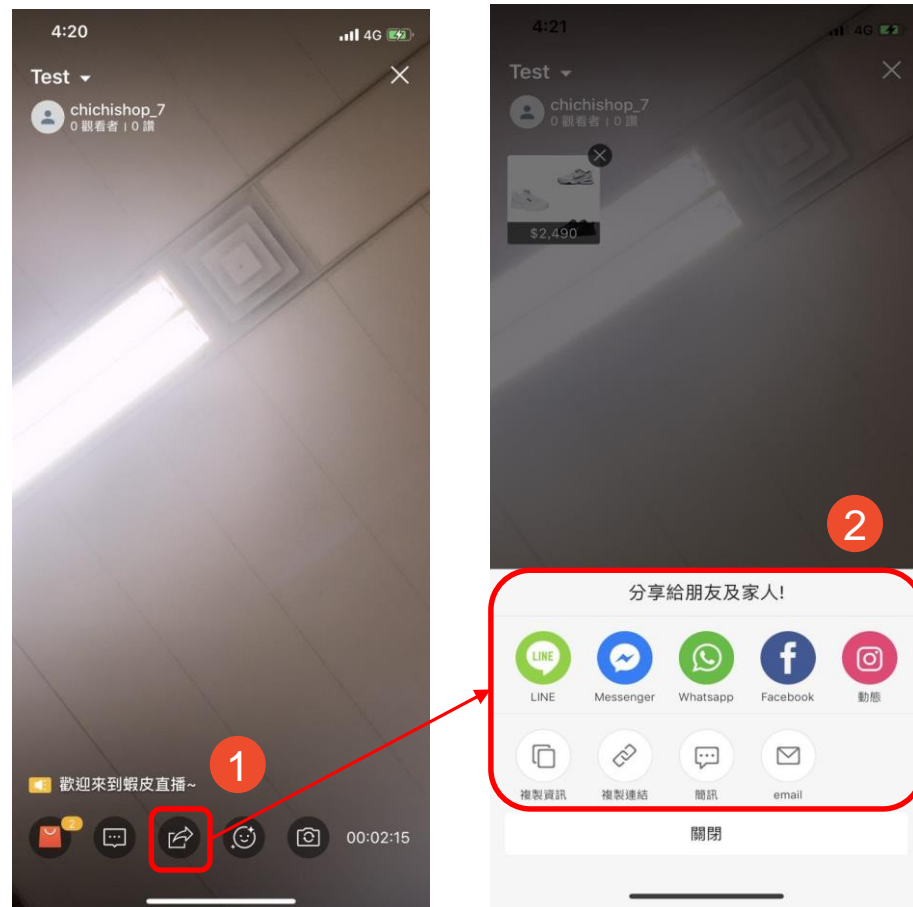
点击分享图标



可通过多种渠道分享直播
(Line、Messenger、
Whatsapp、Facebook 等)

* Instagram 分享, 仅限帐号有一万
粉丝以上才可在动态带上直播链接

建议：在直播开始前和直播中，
向观众展示分享方式，激励更多
分享，直播过程中导入更多流量



步骤3：直播中分享直播-画面

Line中显示画面



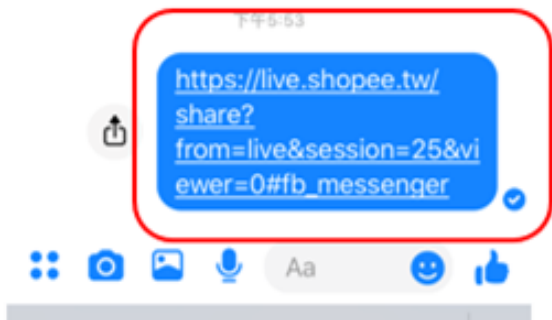
Facebook中显示画面



Whatsapp中显示画面



Messenger中显示画面

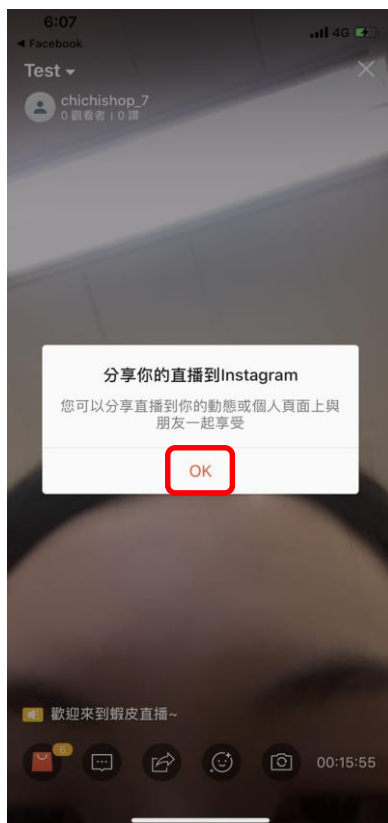


步骤3：直播中分享直播-画面

Instagram 点击【OK】按钮 → 点击【拷贝到Instagram】 → 选择限时动态/动态



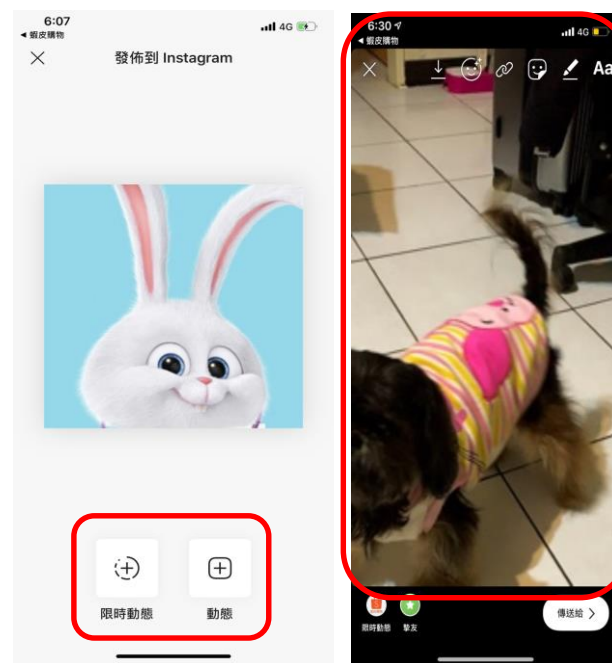
1



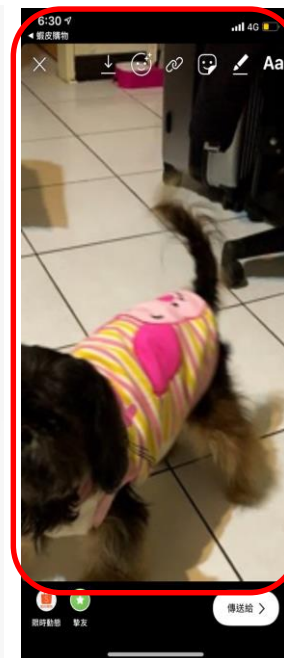
2



3



4



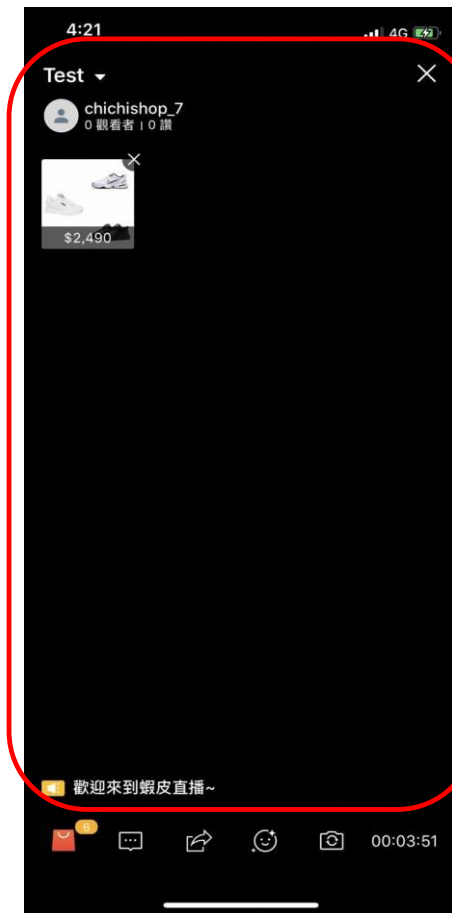
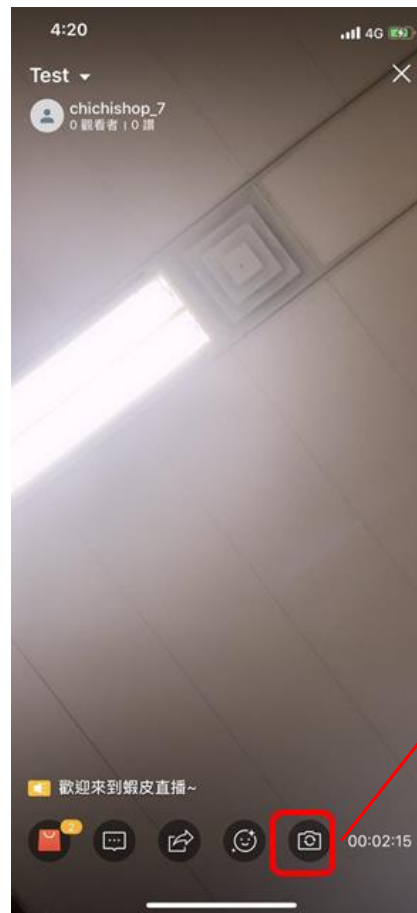
5

步骤4：直播中旋转相机

点击相机图标



可在直播进行中旋转相机



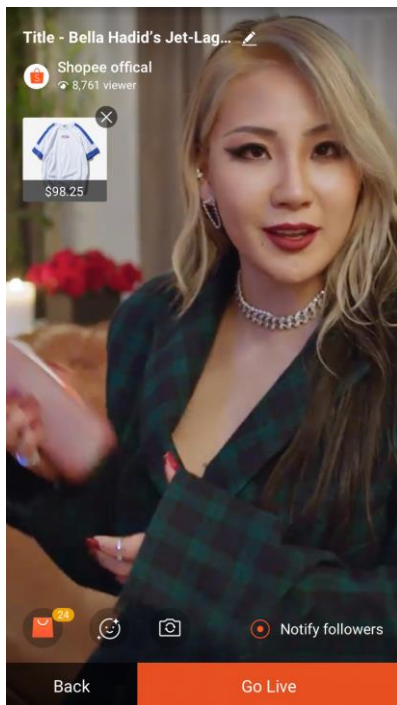
步骤5：直播中如何设置限时抢券

1

在你的【卖家中心】
设置店铺优惠券

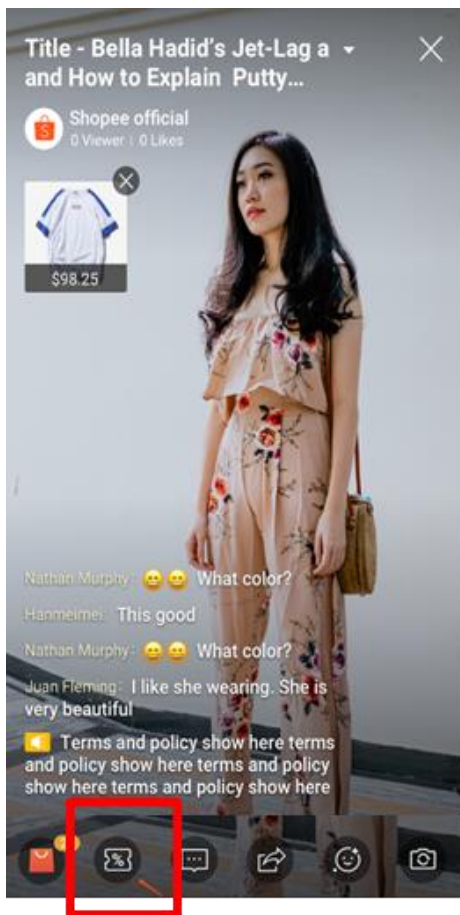
2

点击【开始直播】



3

点击优惠券图标
选择可发放的优惠券



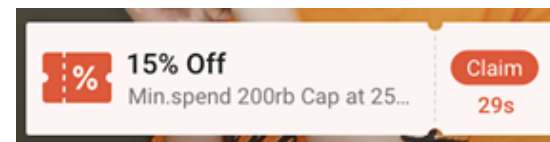
4

点击【显示】按钮，优
惠券出现在直播页面



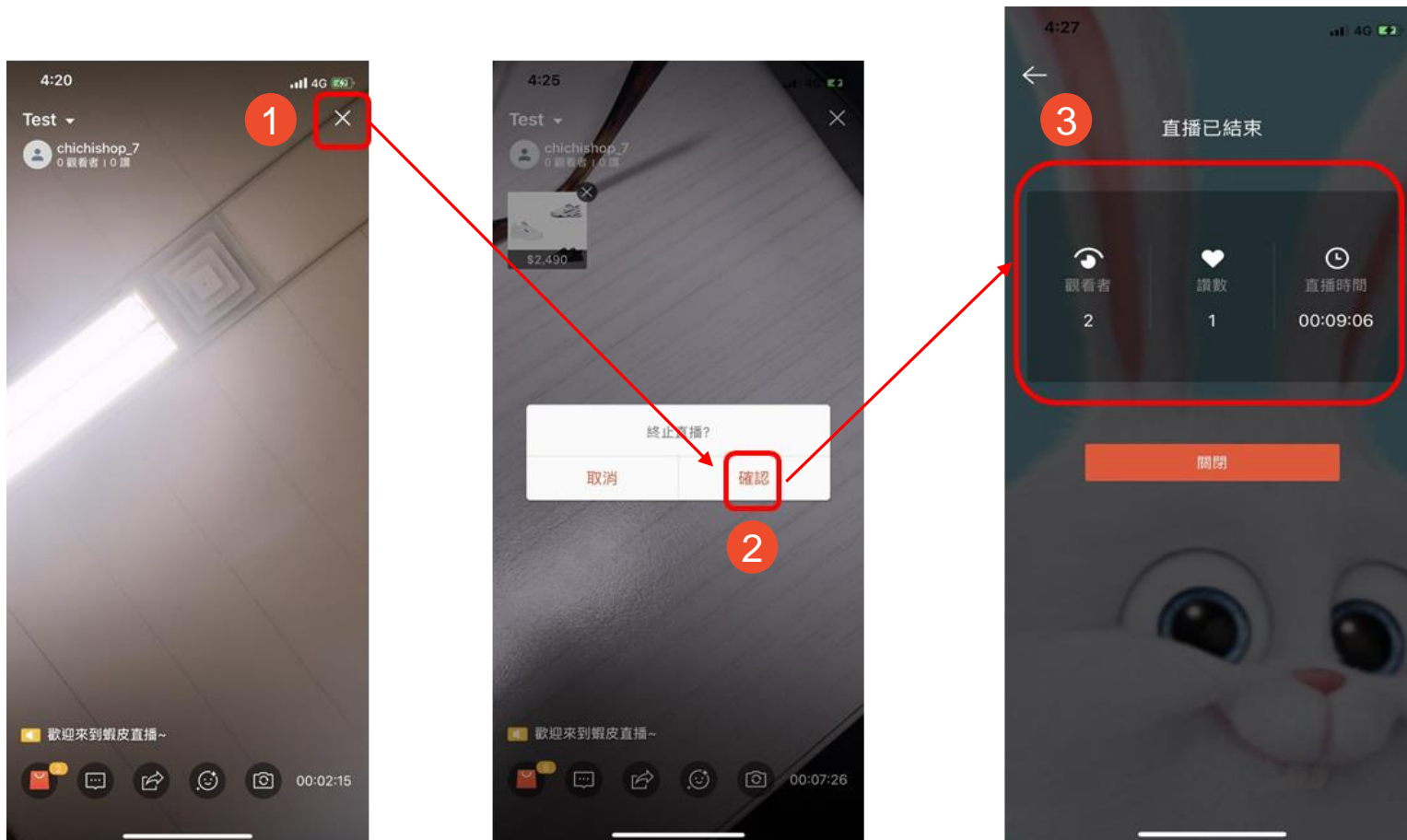
5

直播间出现30s倒计时
买家可限时领取优惠券



*优惠券被买家全部领取后，
会在界面中自动消失。

步骤6：结束直播



2.4直播教程 – 直播时可能遇见的状况 (手机端)

—

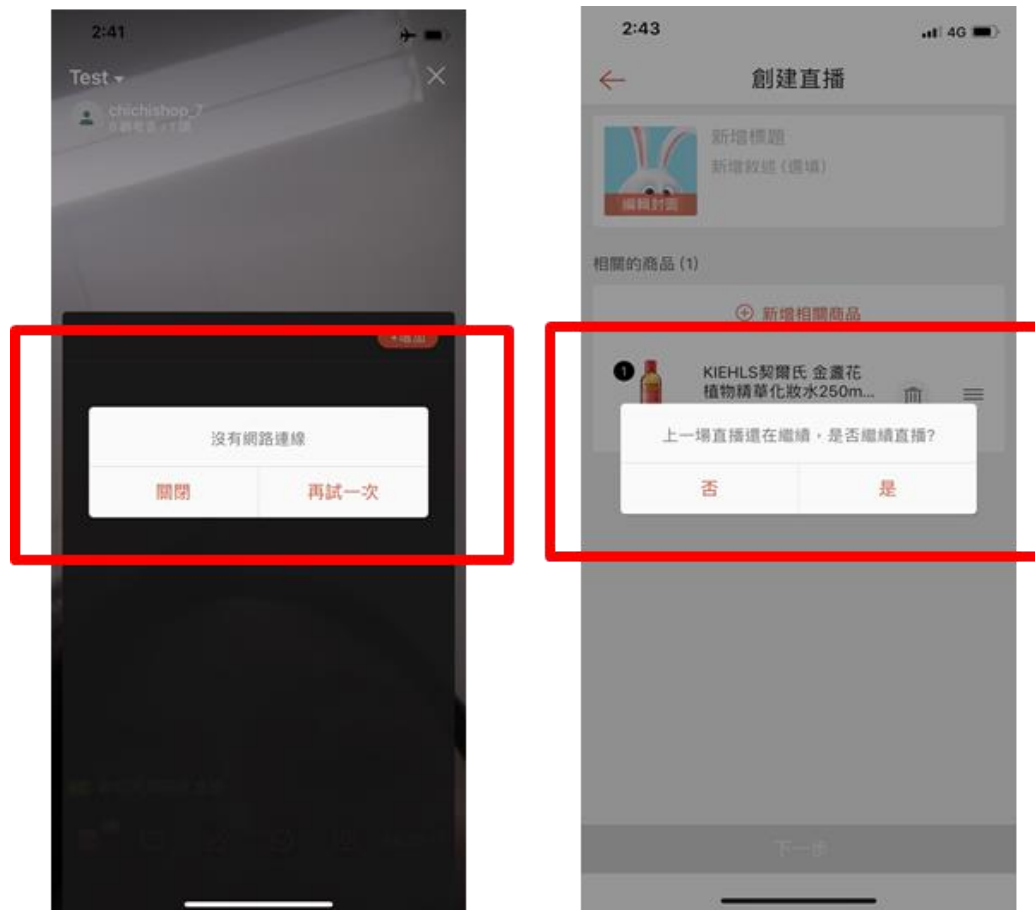
问题1：直播时网络不好怎么办？

直播中网络状况不好：

提醒视窗跳出，此时有两种选择——

再试一次：尝试重新连线，直播会停在原画面；

关闭：回到【我的页面-创建直播】，从【创建直播】入口再次进入时，可选择**继续上一场直播**或**重新创建直播**。
*选择上一场直播将会再次进入直播中画面。



问题2：突然有来电，我的直播会怎样？

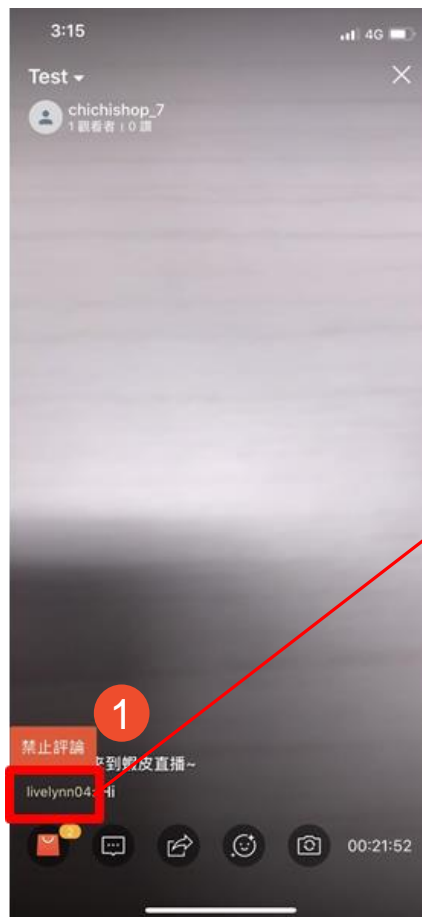
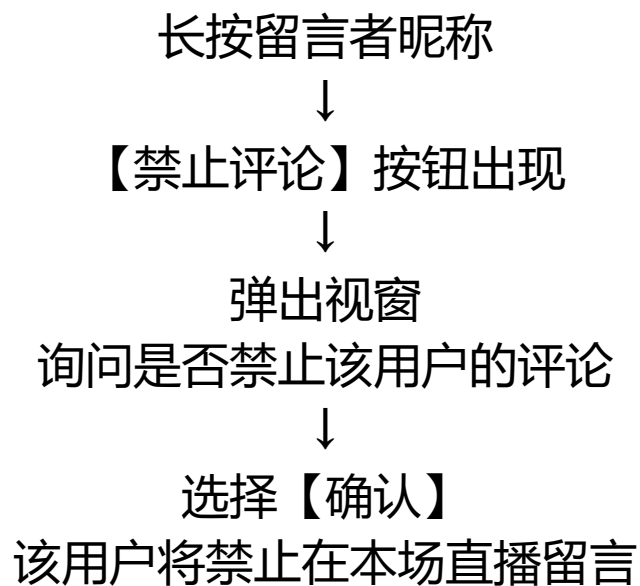
直播中主播设备受到干扰：

只要离开直播画面，无论是接电话或向上划掉画面，**直播会暂停**，观众会看到右图所示画面。



问题3：如何禁止发言？

直播中主播受到观众留言干扰：



2.5直播教程 – 观众画面

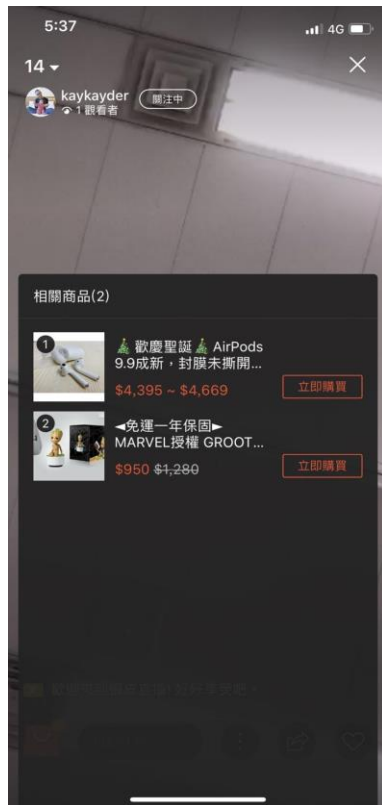


直播中观众画面

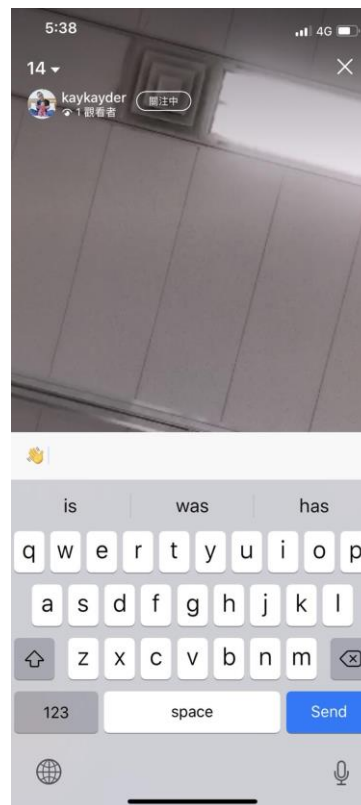
直播中观众可用功能



点击 购买直播商品



点击 可以打字



点击 可以举报



直播中观众画面

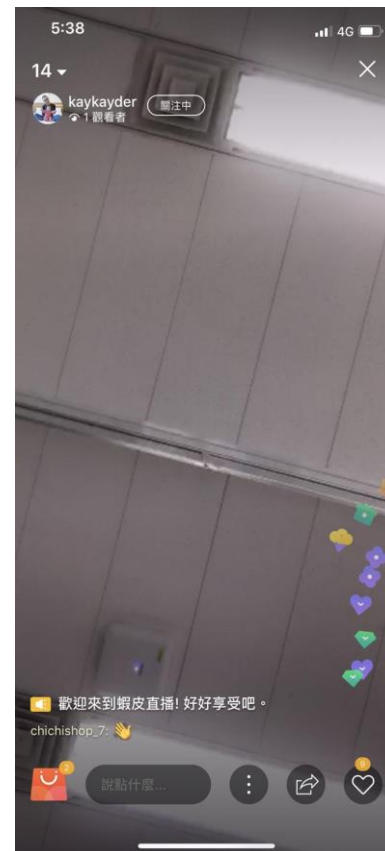
直播中观众可用功能



点击 可以分享直播



点击 给直播点赞



主播展示中商品

主播展示中商品
会显示在直播中的
观众画面左上角

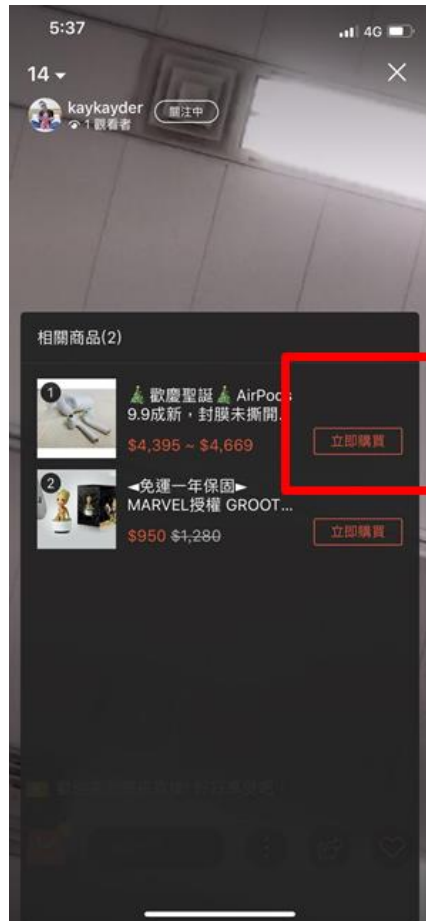


直播中观众购买商品流程

1. 点击购物袋图标



2. 点击【立即购买】按钮

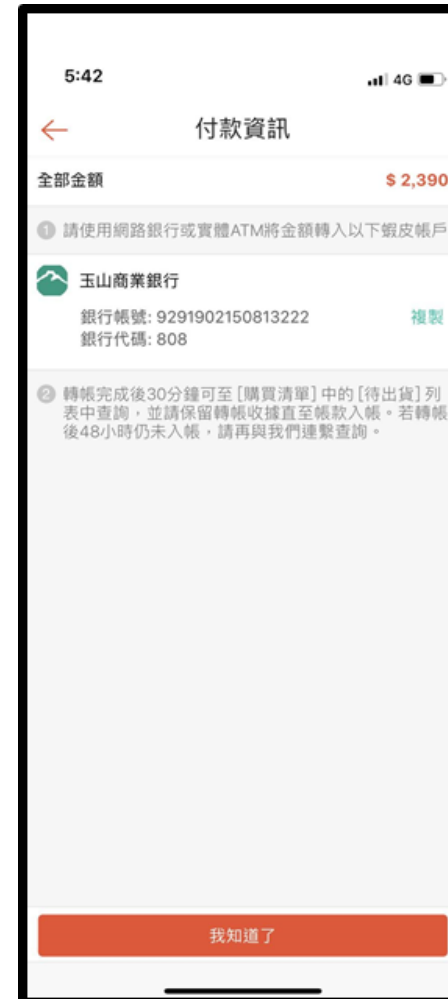


3. 到商品页面, 还是有直播小视窗



直播中观众购买商品流程

4. 完成付款后，直播小视窗会自动消失



3.1直播技巧 – 直播注意事项

—

卖家直播规范-注意事项

违规类型	子分类	标准	建议	严重程度
直播卡顿 质量不佳	技术因素	1. 直播卡顿； 2. 画质不佳； 3. 声音不清楚	首次直播前调试，熟悉功能 (<15min) 增加直播期间辅助人员	轻度
	人为因素	2. 卖家显示离线，或黑画面无声音 3. 播放静止画面或播放广告/无实质贩售商品，长时间无互动		
直播内容不当	发布危害信息	1. 促进或与违法行为有关，促进或与赌博、武器有关 2. 使用歧视、攻击性或带有仇恨的言语；使用过激言语 3. 煽动政治议题，发布敏感信息，鼓动政治讨论 4. 诋毁他人名誉；伤害他人行为 5. 通过不正当方式，干扰平台正常运行秩序，或不当牟利 6. 血腥画面、暴力威胁/恐吓、直播自残、自杀 7. 其他不合法或不符合民情的行为，包括但不限于：鼓吹非法集会或扰乱公共秩序、提及多层次传销(直销)	不要触犯！	零容忍 中止直播 冻店处罚
	色情猥亵裸露	1. 具有性暗示、猥亵的动作或声音等不雅低俗行为； 2. 衣著过度清凉或裸露		

卖家直播规范-注意事项

违规类型	子分类	标准	建议	严重程度
商品规范	误导与不实的商品内容	1. 夸大或涉及疗效 (保养品、食补类功效的食品), 进行不实、虚假、夸大宣传, 误导消费者 2. 买家检举「收到的实际商品与直播介绍不相同」	直播前对直播将要展示商品逐条检查	中度
	不符合鉴赏期规范	适用于7天/15天鉴赏期的商品, 应根据消保法提供退货服务		
	伪造信息或使用商标	1. 不得伪造或冒充虾皮等活动信息; 2. 未经授权就使用虾皮商标(含虾仔)、滥用虾皮官方名义		
	导向虾皮以外资讯/交易	导向线下交易、提及外部网站 - 可放置: IG, FB - 不得放置: Line, Wechat, Whatsapp等通讯软体, 虾皮以外的电商官网, 包含卖家的官网		
	侵权商品	假名牌包和手表, 包括图案商标		
	使用简体字	直播标题, 叙述等		

3.2直播技巧 – 直播黄金公式

—

销售额 = 流量 * 转化率 * 客单价 + 回购

流量：直播带来可观的店铺曝光

某新店铺店铺首页流量

直播日流量VS非直播日：2倍
直播后VS直播前：40倍

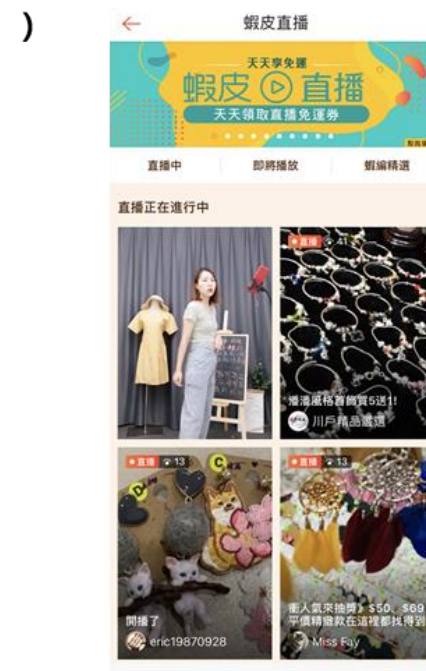


某老/大店铺店铺首页流量

直播日流量VS非直播日：2倍



流量红利：基本上直播间都会被首页露出；并且流量是免费（还有激励



转化

表现好的直播间的转化率达
10%-20%

为什么直播间转化率高?

- “云逛街”，所见即所得
- 直播间抢购/专属优惠
- 直播教学

所见即所得



直播间抢购



直播教学



客单价&回购率

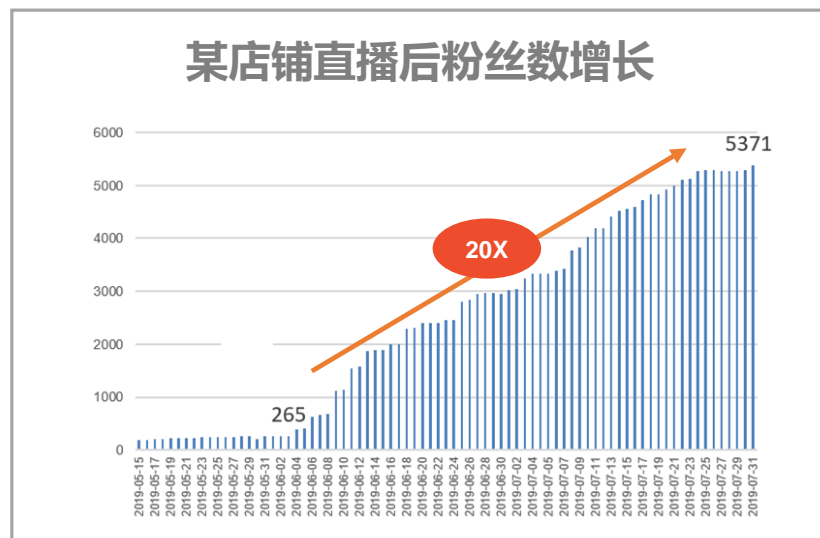
直播间更能转化高客单的产品，更能建立粉丝粘性

高客单从哪来？

- 产品本身客单价高（具备一定功能性，需要讲解教育）
- 搭配购买捆绑销售（女装，美妆等）

粉丝粘性及回购

- 较好的直播间回购率能够达**50%**（一半以上直播间购买过的客户会在10天内回购）



如何做好?黄金公式分解

$$\text{销售额} = \text{流量} * \text{转化率} * \text{客单价} + \text{回购}$$

↓
 站内流量+私域流量

客户停留时长

↓
 客户认同+专属优惠

↓
 客户认同+需求引导

客户认同=优质产品+优质内容/互动+优惠福利

3.3直播技巧 – 直播前期准备

—

如何进行直播预热



- 造势+宣传 吸引粉丝

告知**粉丝福利**——有什么活动、优势是什么，突出主题

- 精准推广

如果客户群体为年轻白领，却推荐可爱俏皮服装，自然很难成交

直播前期准备-直播预热

基础篇：虾皮预告



小TIPS: 主图与店铺名鲜明, 并保持一致

进阶篇：充分运用店铺私域流量导流

店铺联动宣传

聊聊

聊聊自动回复/客服回复结束时, 可发生当前最新一期的直播预告

店铺首页介绍

店铺首页设置专门的直播介绍, 给粉丝养成固定看直播的习惯

Feed

粉丝+推送

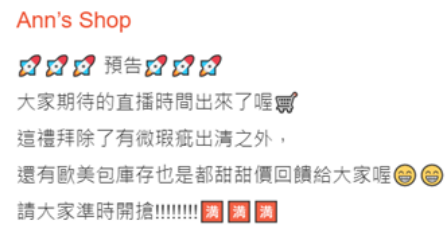
自身社交平台的推广

INS/FB 等社交媒体链接

关注店铺的粉丝

店铺粉丝通知 (alarm)

固定直播时间, 形成心智
多播, 常/长播才是王道



封面图和标题：如何吸引观众进入直播间

女装类



- 封面图最好为**主播人物**穿搭后的美照
- **与标题一致**，如“秋季毛衣上新及穿搭教学”

彩妆与护肤类



- 封面图最好为**主播人物**化妆后的美照
- **与标题一致**，如“秋冬韩妆技能get”
- 如果是**品牌**，可以加上品牌LOGO

配饰类



- 封面图最好为产品写真图，突出产品精致
- 在页面左上角可以写上店铺logo，如“XX珠宝”，增加观众对**店铺背书**
- **标题**

封面图和标题：如何吸引观众进入直播间

母婴/童装/玩具



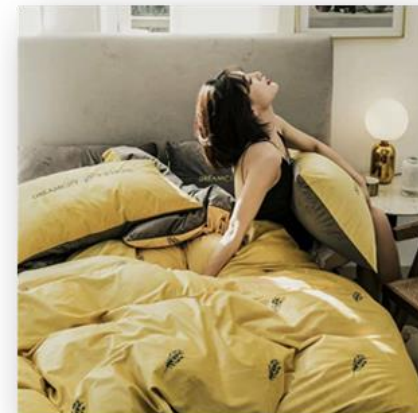
- 封面图最好可爱的宝宝/亲子
- **与标题一致**，如“如何培养开发宝宝脑力/协调力”

3C及家电类



- **主打的产品+品牌Logo**
- 品牌代言人
- 手机壳等配件注意侵权

家居类



- **主打的品类+风格/生活方式**
- 部分家居类产品注意图案侵权问题

三 重要的 **场地及其布置**

直播间选择的重要性 **对数据的影响**

流量 (复看率)

停留时间 (粉丝在线时长)

转粉率 (吸粉差)

转化率 (产品无法呈现卖点)

直播前期准备-直播间选择与布置



直播前期准备-直播间选择与布置



灯光

- ✓ 明亮清晰
- 基础选择
 - 以一个主灯加两个辅灯为标配，其他的可用补光灯来满足
 - 用射灯+暖灯箱+环形补光灯组合
- 高级选择
 - 可参考专业的摄影知识自行设置

风格

- ✓ 干净舒服整洁
 - 背景可用墙纸代替（成本低）
 - 可只针对镜头可见范围进行装修（降低成本）
- ✓ 与品类结合
 - 结合货品的摆放、主播的搭配来规划布置
 - 尤其对服装类品的卖家要求高，搭配要符合产品场地
 - SKU和场景可以搭配，构造独特气质的组合

设备安排

- ✓ 设备选择
 - 专业的直播摄像头/手机
 - 画面高清
 - 产品展示清晰
 - 麦克风
- ✓ 备用机
 - 防止手机突然没电或卡机造成直播中断
 - 直播中为买家展示具体的下单或抢券使用方法
- ✓ 网络布置
 - 直播需要在较好的网络情况下完成，否则直播观看感较差

找到合适的 **主播**

主播气质代表店铺与商品的气质，
好的主播直播可以为店铺带来
更大的流量和更高的转换



选择一个**好的主播**
可以在直播交流中做出更简单快速的响应

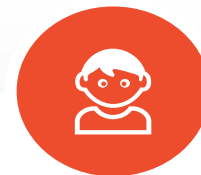
直播前期准备-主播



主播

对主播**职业多元化**与**知识专业度**有一定的要求

- ✓ **颜值有帮助，但人格魅力更重要**
- 清楚自身优势，形成独特风格，让买家留下深刻印象
- 充分利用自身条件，合理搭配商品，呈现最佳效果
- ✓ **有问必答，会主动提问、引发话题**
- ✓ **有销售背景的直播达人更容易带货**
- 牢记商品信息，根据用户特点帮助用户进行决策



助理/小帮手

- ✓ **搭配主播的人选**
- 可以制造直播间的话题
- ✓ **节奏把控与应变能力**
- 细心且有耐心，调整产品，告知观众优惠
- ✓ **有颜值或个性**

“

商家与主播的沟通

- **选完商品后商家给出卖点介绍**
直播仅凭试用的理解稍显片面
卖家最了解产品，需要给出卖点介绍
- **配合主播上架时间**
直播中有60-70个链接，一定要有先后顺序
主播是直播的中心点，要配合主播的节奏去上架
- **库存设置**
和商家合作时应进行销量预估，根据主播设置库存数量

怎么选择合适的 **SKU**



- 选品上从 **品、质、量** 三个维度考量
品类丰富、质量保障、性价比
- 严格选品
从**亲测好物、市场热度、粉丝需求**进行筛选
- 保证粉丝信任度



根据T型产品结构选取

A. 重点产品吸引力

重点爆款：人人进店必买

B. 搭配品类覆盖面

搭配款多：吸引更多人群



新品旧品联动搭配销售

利用SHOPEE捆绑销售功能可以更好地实现新品带旧品、爆款带货的目标

直播间展示宝贝排序

- 第1-3号
选择爆款产品
(其中一个会变成热卖品)
- 第3-20号
展示转化一般的产品
(一般为店铺的副品类)
- 后面排序的产品
展示店铺的主品类
 - 日常产品
 - 店铺热卖转化最好的产品

怎么做 直播安排

写直播脚本 [直播所依据的底本]

重要性

- ✓ 合理利用脚本，提前规划整场直播，规避风险
- ✓ 掌握直播主动权，减少突发情况，规范直播流程，直播效益最大化，把控直播节奏

直播前期准备-直播安排

✓ 确认主题，把控整场直播节奏

明确人员职责分工，确定直播产品数量，确定客户福利及活动玩法，提前预测突发情况

✓ 一般包括活动脚本、产品脚本

5月23号直播脚本

直播目标	销售：8万 吸粉：1000				
前期准备	货品整烫检查试穿完毕、后台产品淘客链接佣金申请、直播间重点产品陈列				
时间段	总流程	主播	直播助理	后台/客服	产品卖点
8:00	预热	粉丝互动、引导关注2次	回复问题	粉丝推送 渠道开播通知	
8:10	开场抽奖	截屏抽奖送无门槛优惠券、今日活动剧透	新品展示	后台粉丝互动	
8:15	秒杀1号产品	讲解10分钟 秒杀5分钟	莱卡棉和纯棉拉扯对比	产品拍下减价设置	莱卡棉小猪佩奇T恤 96%棉4%莱卡
8:30	秒杀2号产品	同上	真丝和雪纺燃烧测试对比	同上	100%真丝连衣裙 真丝
8:45	秒杀3号产品	同上	水晶的电筒光线展示	同上	施华洛正品水晶
9:00	截图抽奖互动	截取5个铁粉以上粉丝奖励，拍邮费链接	提醒新粉如何涨亲密值	备注中奖福利	
9:10	瘦身秘诀	分享减肥经历和技巧	配合展示主播减肥照片	屏幕提醒今晚福利活动	

脚本要素：时间与流程、福利讲解与发放节奏、互动内容、产品及卖点介绍、人员配合

脚本目的：把控直播节奏、确保关键/重点信息表达到位，做到“心中有数”



3.4直播技巧 – 直播过程

—

直播四部曲

根据直播间数据情况灵活调整

- ✓ **第一步：前5分钟：** 主播自我介绍，粉丝打招呼，介绍店铺/公司/品牌，利用直播间抽奖吸引流量，吸引粉丝停留和新粉关注
- ✓ **第二步：5—15分钟：** 主播高频率讲解产品及优惠的相关信息活动（包括抢购时间、是否限量等信息）。
- ✓ **第三步：直播15—20分钟开始讲解产品：** 5-10分钟一个产品
 1. 产品基本信息+福利讲解+优惠券发放
 2. 产品商家+产品试用讲解推荐
 3. 秒杀
 4. 点赞、互动频率到一定程度进行抽奖，稳定直播间氛围
- ✓ **最后：感谢粉丝参与和互动，预报下次直播时间**

氛围营造



感官氛围
拉关注



颜值画质
提高观赏度



热播氛围
拉停留

- 关注停留不要走
- 互动评论不要停
- 奖品抽奖搞节奏



陈列
给人专业美感

直播内容 怎么快速抓住买家的眼球?

观众进到直播间的好奇心最长**只有三分钟**

只有增加观众停留的时长，才有把路人粉进阶到死忠粉的机会。

- ✓ **主播性格**——爱笑的人更受欢迎
- ✓ **cue关注、评论，欢迎新进直播间的买家**
让不说话不关注的粉丝尽快评论关注，引导粉丝点赞分享直播
点赞送红包等小活动时有效手段
- ✓ **制造话题**——不时引出一个闲聊的大众话题
- ✓ **娱乐性体验**——娱乐性体验吸引玩家在直播间进行内容消费

直播内容 应该包含什么?

- ❑ 产品讲解
- ❑ 福利优惠
- ❑ 互动环节

产品讲解 必要9元素

Step 1

需求引导

- 描述画面，与粉丝产生共鸣，引起需求
- **心理暗示**：敲打痛点
- **知识铺垫**：提出方案、建立信任、培养心智

Step 2

产品简况

- 简单介绍产品的情况
- **植入产品**：追击痛点

Step 3

产品品牌

- **包装品牌**：背景故事以及产品创作思路和未来风格（内容为王，让故事和产品结合，提高产品本身的内容，让购物回归产品而非价格）。



产品讲解 必要9元素

Step 4

店铺详情

- 店铺优势

Step 5

产品卖点

- 介绍产品的优劣真假，辨别方法等等，帮助买家认同产品
- 产品优势逐一罗列
- 使用方式：步骤、方法、禁忌、技巧

Step 6

深挖优势

- **强化卖点**：重点突出1-2个最突出最能打动人的产品优势进行深度讲述



产品讲解 必要9元素

Step 7

用户评价

- 别人怎么说，复述其他人对本产品的好评

Step 8

直播优惠

- 独一无二的优惠，务必让你的粉丝感受到专属的尊重

Step 9

限时限量

- **诱导消费**：用坚定的言语让粉丝感受产品的稀缺，促进成交
- **强调价格力、匹配权益**
- **营造紧迫感**（为什么要马上买）
- **连带推荐**：一定要、必须得、千万别





福利如何设计?目的是什么?

指标	福利类型
新增粉丝数	关注抽奖
	关注下单小礼物/口令
同时在线人数	PCU直播间抽奖
	分享有礼
停留时长	按赞有礼等
	更新商品
提高转化	爆款福利
	限时限价限量
提高客单	满减优惠
	捆绑销售

常见的直播间福利

✓ 买的开心

直播优惠券 (全场通用) -设置不同的阶梯: 刺激转化 (零门槛)、刺激客单 (满减)

Bundle deal功能/买赠 -力推款+搭配款/爆款

限时限价限量

✓ 玩得开心

抽奖

- 开播 (特别适合大店) /冷场: 口令玩法, 价值低, 数量多
- 按赞/观看人数: 游戏玩法, 升级奖品 (免单等)

“

直播内容

福利优惠

%

COUPON

福利发放

优惠券、现金红包、免单权

- 日常发：日常在粉丝群多与粉丝互动发放福利
- 直播过程中气氛比较冷场的时候发

实物奖品、旅游门票

- 开播发：开播先发一波福利（抽奖），预热气氛，形成粉丝习惯
- 在线和进入比较高的时候发

福利内容的选择技巧

- 日常福利选择优惠券、现金红包、实物奖品等可控型，可高频发放，意在保持粉丝粘性。
- 提供不同梯度的优惠来增加用户粘性，对应不同亲密度的粉丝提供不同的福利优惠，促使更多的老粉丝冲刺更高的级别，而新粉丝会去冲刺不同梯度的级别，增加趣味性。

大促活动

- 介绍优惠活动
 - ✓ 动态定价
- 买了有哪些好处获得

优惠派发

- 限时抢券
 - ✓ 演示怎么抢券（备用机体现用处）
 - ✓ 演示如何下单（备用机体现用处），现在直播间的券码只能当天使用，提高转化率
 - ✓ 一小时一次，可以制定相应的频率促进直播间粉丝的不断涌入



直播内容

“

互动环节

直播抽奖

- ✓ 下单用户抽奖
- ✓ 现场抽奖
- ✓ 公布中奖人

问题现场咨询

- ✓ 引导粉丝发表评论
 - ✓ 猜价格、卖关子、吊胃口
- ✓ 对于买家的问题要积极回应

赞赏玩法和游戏

- ✓ 新颖（游戏新颖会更有吸引力）
- ✓ 参与度高（抽奖可以等cue）
- ✓ 规则不要太过复杂
- ✓ 定期更新游戏玩法（奖品可以是新品可以适当一元拍，养成消费习惯，比白送的效率要高）

预告下次直播活动

- ✓ 预热、本次的直播可以对下次直播在线广播，增加下次的曝光

3.5直播技巧 – 直播后续

—

直播后 需要调整和总结的地方

下播后的复盘：

- ✓ 复盘是决定下次产品在**直播间销量**的重要因素
- ✓ 要深究产品销售好坏背后的原因，收集**粉丝反馈**、**用后调研**进行统计总结

如何追踪自己的直播效果和数据分析：

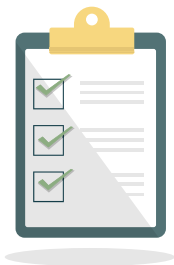
- ✓ **运营看后台**，研究总结影响**动态流量**的因素
- ✓ 根据数据情况，更改活动方案、暖场与引导下单策略等

3.6直播技巧 – 直播Tips

—

直播Tips - 启动Shopee直播之前的清单

直播准备清单



** 备注 **

- ✓ 请至少在开始直播前一小时准备
- ✓ 要求观众现场“分享”
- ✓ 要求观众点击“关注”商店
- ✓ 要求观众点击产品并添加到购物车/购买

01. 带有最新Shopee APP的手机
02. 可以看买家留言的手机
03. Wifi / 4G信号
04. 移动手机架
05. 位置
06. 灯光
07. 麦克风
08. 移动电源或充电器
09. 演示者和操作员
10. 员工+1以帮助发送产品/优惠券/消息
11. 产品清单
12. 脚本

三 卖家不能做的

转身取货时间过长

- 互动少
- 错过弹幕信息
- 冷场

挂出衣服不整齐

- 提前整理
- 干净整齐
- 可按颜色排序
- 直播中有人整理穿过的衣物

抽奖规则不清晰

- 买家很注意规则的公平性

与主播说的利益点不符

- 如赠品不一致
- 降低粉丝信任

三 卖家不能做的

商品质量问题

- 样品与寄出商品应一致
- 如产品包装、实物大小等

延迟发货

- 预售情况下延迟发货，会降低粉丝信任度

客服不理人 售后不处理

- 粉丝最反感的问题

流量获取的方式并非一成不变，
不断学习，不断尝试才有机会

直播目的在于销售产品

- 不能做完全娱乐向的直播
- 直播期间加入粉丝感兴趣的内容，增加互动
- 直播开始先热场，粉丝数量较高时再介绍产品

≡ 流量获取的方式并非一成不变， 不断学习，不断尝试才有机会

一味学习火爆内容？——邯郸学步

直播的内容要定位自己的风格

- 适当借助热点
- 制定完整计划

官方微信公众号

Shopee东南亚与台湾电商平台



网站: [Shopee.cn](https://shopee.cn)