

最新主播避坑合同下载 抖音视频主播合同下载(实用5篇)

生活当中，合同是出现频率很高的，那么还是应该要准备好一份劳动合同。优秀的合同都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面我就给大家讲一讲优秀的合同该怎么写，我们一起来了解一下吧。

主播避坑合同下载篇一

用户成交，也称逼单成交。想让用户在直播间逼单成交靠什么？

稀缺感，如价格稀缺、数量稀缺、款式稀缺、赠品稀缺。

只有稀缺才会让用户感觉占到了便宜、错过了就没有了，从而导致下单。

□

如何营造稀缺感呢？

同样靠主播话术，第一主播的话术要强调稀缺的缘由是什么？

比如原材料的减少、新人主播等，一定要有理有据让用户信服。

第二要进一步强调稀缺感，时刻提醒用户剩余数量不多，持续刺激用户，打消用户疑虑，刺激购买。

逼单除去稀缺感氛围营造之外，还有一个要素：产品组合。

品牌方一定要有多种不同的产品组合，既能满足不同人群的

细分需求，又能不限于一个sku重复上演稀缺的戏码。

主播避坑合同下载篇二

甲方：

法定代表人：

乙方：

身份证号：

住所地：

联系方式：

双方为各展其长，互利共赢，在平等、自愿、公平、诚信的基础上，达成以下合作协议。

3. 甲方将乙方加入“实名签约主播”名录，享受“实名签约主播”待遇，即在同等条件下优先于非“实名签约主播”享受甲方提供的宣传资源、人气提升资源等。

4. 在甲方未来开拓的新型业务模式中，优先启用“实名签约主播”。

5. 乙方保证每月有效直播时间不少于120小时，每月开播天数不少于28天(如遇特殊事由无法开播，需事前向甲方申请并征得甲方同意。)，若当月直播时间少于以上约定，视为乙方违约，甲方有权对乙方进行处罚并解约。

6. 合作期间甲方应积极为乙方寻找直播表演机会，并将表演信息通知乙方。

7. 甲方对于直播账户享有所有权、管理权，但应为乙方表演及时设立进入视频直播的账户及后台权限，乙方只能通过甲方提供的方式登入平台进行表演，不得自行注册账户。

8. 甲方应视乙方的个人才艺及表演获利能力根据市场的需要对乙方进行包装和推广宣传。

1. 合作期限为叁年，自 年 月 日至 年 月 日止。

2. 除一方在本协议届满前三个月通知对方不再续约外，本协议届满后自动续约三年。

主播避坑合同下载篇三

甲方：

法定代表人： 电话：

乙方自身拥有良好的条件和天赋，具有成为直播达人的重要潜质，推荐等方面的技能，且认同甲方(公司)理念，希望在抖音淘宝直播，平台展现自我，实现双方共同发展，共同利益的目标乙地方有关法律、法规的规定，校因此，甲乙双方根据《民法《合法》及相关照自愿、平等、协商一致的原则，签订本协议。

本协议自乙方签字之日起生效，协议有效期为2年，协议生效后1个月为试用期，若乙方直播效果不理想，甲方有权提前解除协议:若乙方因不可抗力因素退出抖音、淘宝直播不需要承担违约责任。

1、甲乙双方签订合约，乙方即为甲方在抖音淘宝直播平台的独家签约主播

3、甲方有权对乙方直播过程中的行为实施监督、管理。

4、甲方有权根据抖音、淘宝直播的规则制定主播运营管理制度，相关规定对本协议有影响的，乙方同意自发布之日起成为本协议的有效组成部分。

5、甲方有义务对乙方进行基础培训。

1、乙方保证每月直播有效直播时长不低于_160小时。

2、乙方应遵守淘宝直播平台的管理规定。乙方在淘宝直播中不得发布淘宝系以外平台的推广信息，如微博、微信、京东等二维码信息，一旦发现，视为违约。甲方利益及名誉的行为，否则甲方有权终止协议，并要求乙方承担一切。

主播避坑合同下载篇四

建立挑战赛、发布全民任务比较适用于品牌成立有一定时间、具有一定的品牌知名度、在过去有过较为大型的营销推广活动的品牌，适用于品牌的新品上市、产品促销、品牌活动等，用来持续积累品牌资产。

而新品牌在抖音投放广告应讲究“先是足够准，后是足够广”的推广策略。

这与过去的传统品牌崛起路径是不相同的，传统品牌的崛起如同凯勒提出的品牌共鸣模型一般，是从下至上的，而新消费品牌的崛起是从上至下的。

例如花西子这个品牌的崛起最开始是得益于它的散粉产品，因为其强大的产品力被李佳琦推荐，快速完成品牌的种草拔草，这也侧面印证，在数字媒介时代，

例如花西子在散粉产品之后，以新品“百鸟朝凤”开创“东方彩妆”品类，并将东方元素体现在产品上，成为“东方彩妆”品类的头部品牌，确定东方彩妆的品牌定位，实现品牌

的再次增长。

什么是“足够准”的投放策略呢，本文认为有三点：“达人准、内容准、投放准”。

主播避坑合同下载篇五

在今日的品牌建设中，内容逐渐取代传统的广告，因为内容可以持续在用户的心智中进行曝光、与消费者进行双向的沟通交流。

于是

本章所说的做内容，指的是品牌方自己在抖音上建立蓝v账号，并持续生产内容。

铺电商铺的是内容形式的电商，例如直播场景的打造、直播话术的沟通，指的是渠道内容化。