

最新卖货直播工作总结实用

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

最新卖货直播工作总结实用篇一

1、直播选品

带货、带货，直播带货的关键一定要有货，所以直播前，选品很重要。

直播商品价格通常区别于正常售价，直播产品组合结构也很重要，通常分为：引流款、利润款与品牌款（标品、非标品）3类。

引流款：又名“钩子款”、“秒杀福利”，一般指价格低至1元、甚至0元的产品，帮助直播间拉新。

利润款：又名“高价款”，产品以盈利为出发点，利润高。

标品：具有统一市场标准的产品，价格透明，比如手机、电脑、家电等都属于标品。

非标品：没有明确规格和型号的产品，比如女装、女鞋等。因为产品款式、创意、服务、质量不一样，价格差距大。

2、直播预热

要想直播间有人有转化，必须为直播间预热，把引用引流到直播间，所以直播前一定要做预热。

发布预热短视频，视频中可通过特色产品或优惠福利吸引用户。

提前1-3天在微信、微博等渠道预告直播时间及主题、宣传预告。

直播计划开始前5天投放预热视频做加热，投放前1小时小预算开启直播计划，渡过计划冷启动。

3、直播脚本

直播中流程怎么安排，话术怎么设计，优惠券发放多少，抽奖设置几轮，这些都要提前安排脚本设计。

直播中做两件事：留住用户，促进成交

1、留住用户

把用户留在直播间，就需要各种留人互动方式。

a□新老粉丝进入直播间要关注并欢迎；

b□直播中多设置几轮抽奖送福利；

例如，开播时抽奖，留住第一波进入直播间的观众；直播中抽奖，调动直播间氛围，提升直播间热度；直播尾声再抽一波奖，为下次直播做预告，也有利于粉丝参与下一场直播的开播。

如果你的抽奖效果好，也可以根据条件设置多轮抽奖和方法。

c□引导粉丝点赞关注直播间；

d□积极回复用户提问，提升粉丝直播观看体验；

e□发红包吸引粉丝参与直播互动

例如，开场发红包；主推产品发红包，增加主推款人气，促进销售等。

2、促进成交

直播中留住用户后，一定要快速通过各种促单话术和技巧，促进成交，提升直播间销量。

秒杀型促单

在粉丝出现疲态时开始秒杀，炒热直播间，调动其粉丝的积极性。注意秒杀产品一定要是用户的必需品或者是极具吸引力、性价比高的产品，用户才会有兴趣参与秒杀。

优惠型促单

推荐主推款时发放优惠券，一边介绍一边让助理演示优惠券领取方法，并强调优惠的唯一性，促进成交。

价格刺激促单

最新卖货直播工作总结实用篇二

一、心境要高，姿态要低：做有情趣有格调的人，不一味的去追求名利。要清高不要高傲，优秀的人很多，但是又优秀又接地气的人，才是大家愿意支持的。

二、理想要高，目标要低：要有进取心和上进心，有明确的追求。不好高骛远，给自己每时每刻设立阶段性可完成的小目标，一步一脚印，踏踏实实完成。顺境不轻浮，逆境不屈服。

三、自我要求高，对自家房管要求低：对自己高要求，不断学习，不断进步，不断推陈出新，你若盛开，清风自来。直播间内容越丰富，对游客的吸引力越大，主播越优秀，留下来的家人亦能优秀。主播对待房管，要同朋友一样，用心交朋友，在困难时，朋友才会帮你。房管是你的朋友家人贵人，不欠你什么，帮你是情分，不帮是本分，要用感恩的心去对待帮你或者曾经帮过你的人。

四、最好的一面留给观众：大家看直播的目的无外乎几种，工作压力大，打发富余时间感情寻找寄托，大家寻找的是能让他们放松下来的直播间，有趣有才艺和谐和睦。无论你上播之前或上播中遇到什么困难或者挫折，请保持微笑，保持最好的状态面对大家。直播期间无论遇到什么事，保证泰然自若，自信，自信的人最有吸引力，放松你自己，拿出最好的状态面对大家，坚信你就是最好的！

五、做最大的努力。坚持才是王道：

六、万事开头难，没有人能一夜爆红，百万粉丝都是一位一位粉丝积累起来的，在直播间起步时期，多努力，积累人气为主，不要太注重榜单，在弹幕没人说话的时候，多找一找话题，你是一位“主”播不是一个“客”服，要主动寻找话题，线下做足功课，你的直播间有意思，才会有人留下来，你的努力，也是感动游客成为你的粉丝的重要一部分，要记住。天助自助之人。

最新卖货直播工作总结实用篇三

2、价格

客户在买东西时最在意的是什麼，相信一定是价格，如果你是刚刚接触直播带货的新手，那么就要重点关注选品的性价比，在选好品的同时还要定好价格，让大众都能接受的价格，这样在直播带货的前期收获一批粉丝。

3、准备直播脚本

在抖音带货初期，我们还没有熟练带货的流程和节奏，所以我们在直播带货前期要准备好直播脚本，设置好从开始到结束再到每个环节比如要怎么讲，怎么做，哪个时间点推出什么产品等等，都要做到心中有数有条不紊，给观众的感觉好了，也能留住一批粉丝！

4、挖掘客户需求，解决客户问题

我们买东西是因为有需求，在直播的过程中，我们可以针对客户去解决他们的问题，挖掘他们的需求，找到客户的痛点，比如要出售自动扫地机，那么我们可以说：父母为我们做了大半辈子的活，请不要再让他们弯腰驼背了，让他们能安享晚年，解放双手.....等等，都可以找到客户的痛点！

5、主播的人设

最新卖货直播工作总结实用篇四

经过了开场、留人、互动，最后就是最重要的促单环节，这是我们做带货直播的最终目的。

而想要用户下单，我们需要让用户相信，并刺激他们下单，完成交易。

直播促单时，我们可以参考下面这些话术：

1、“我自己就在用，已经用了x支了，真的特别好用！我的同事们也都说好用，现在也准备抢一波！”（担保型话术）

2、“这款产品之前我们在xx已经卖了10万套！”（数据型话术）

- 3、“官方旗舰店是x钱一只，在我的直播间，买2只，送一只，相当于花一份的钱，买了三份，活动只有这一次，真的买到就是赚到了。”（超值型话术）
- 4、“不用想，直接拍，只有我们这里有这样的价格，往后只会越来越贵”。（“威胁”型话术）
- 5、“今天只限在我的直播间有这个价格，站外都没有这个价格。”
- 6、“今天的优惠数量有限，只有200个，这个颜色就只有最后xx件了，卖完就没有了！”（限量型话术）

促单有很多技巧，所以话术形式也是多种多样的。

例如，我们可以告诉观众，自己用过，用“自用款”为质量做担保，获得用户信任。

在这，可以从销量、评价、评分等数据来证明产品销量，提升用户信任度。

再者通过“威胁”，告诉用户，再不买就没有优惠了，买到就是赚到等方式，来刺激用户下单。

最新卖货直播工作总结实用篇五

为做到“学党史、悟思想、办实事、开新局”，紧扣“我为群众办实事”实践活动，4月17日至18日，由区商务局、区电商综合服务中心具体承办的“巾帼电商直播助力乡村振兴”直播带货活动在金昌镍都大厦门前隆重举行。

此次直播活动以金昌20多名电商主播形成主播矩阵，用短视频、朋友圈、社群，结合微信视频号、抖音和快手等直播平台，通过“互联网+短视频+直播”新型销售模式，对参展产

品展台进行立体式宣传、促销，以平台补贴、特价售卖、社群团购等多种形式进行引流，带货金昌本地特色产品，以此带动更多妇女抢抓电商发展新机遇，实现增收创富，助力乡村振兴。

此次带货的商品全部为金昌本地特色产品，有金昌白玉豆腐、肯爱康铸铁锅、金镒康铸铁锅、康嘛咪酸辣粉、馥蕾歌系列产品、原生态散养土鸡、土鸡蛋、原生爱特绵羊奶、宝明爱心驼绒被、马记瓜子、沙漠茶、醉相思辣椒面、下四分村自磨面粉和榆钱卜拉子、泡椒萝卜、油饼卷糕、史密特精酿啤酒、桃脯、杏脯等30多类产品。

本次活动参与企业16家，销售额共70798元，主播21名，直播间人气量达275800人次，参加本次直播带货的主播均是金川区电商综合服务中心和新未来职业培训学校，组织开展的“社交电商+直播技能培训”和“巾帼电商直播新秀选拔赛”培训和选拔出的优秀主播。

此次活动的开展，不仅发展了一批带货达人，更充分发挥了直播电商在拓宽农产品销售渠道方面的作用，丰富了线上线下一产销对接的形式，增加了本地生产企业的销售信心。

最新卖货直播工作总结实用篇六

你一定希望视频云的功能能够保证你的视频服务顺畅运营，集成方便，能够快速上线，并且运维简单。但首先需要明确，视频云服务包含当前最火热的直播和相对传统的点播服务。除了行业特性，除了分发、安全等基础功能之外，直播和点播需要的高级功能以及技术实现还是有很大差别的。总体说来，直播技术难度比点播更大，但不代表直播好的点播就一定好，因此需要根据视频业务的实际需求和自身技术实力进行决策。

不难发现，各个视频云产品在核心功能上大同小异，但因为

分别和各自平台不同的云服务矩阵结合，这使得他们有着各自的特点。

腾讯云视频：互动直播方案比较成熟，与腾讯云通信(im)结合紧密，业务集成度较高。

七牛直播云：沿袭七牛云的精品路线，侧重于直播，开放云端 api 实现透明播控管理，同时cdn节点相对要少一些。

金山视频云：点播数据挖掘、编码其特色(当然需要视频源高清而且终端性能强劲才有明显效果)，客户端sdk集中在移动端，不过直播还支持ott播放盒、超级电视等多屏播放。

最新卖货直播工作总结实用篇七

每天按时在钉钉群里给学生发授课链接，提醒他们马上开课，做好准备，同时也发一些信息，如“从这节课开始内容似乎有点陌生，要是不认真听讲、领悟，那将是一头雾水，做起题来会困难重重。”从思想上鼓励他们按时认真学习，不能偷懒，强调听课期间不恶意刷屏，不能有任何负能量的语言等。

每天一节新课，我要提前备好课，精选习题，熟悉网上直播操作，便与学生互动，解答疑惑。

每天在自己背好课的前提下，与授课教师思维碰撞，吸取精华，如这两节线段垂直平分线的课，使我受益颇深。老师能熟练使用几何画板引入，很自然，形象，直观地展示在学生眼前，毫无疑问比干巴巴的用语言描述效率要高。还有老师在讲解例题、习题时会教学生怎样分析题目，并且会给学生留足够的时间去思考，去答题，并没有急于求成，这一点值得我学习。本节课我认为作图这块有点难度，无法用圆规给学生演示，会使理解能力稍差的学生不会尺规作图。这一点要是在教室讲就没有问题了。从余老师身上找到自己的不足，

还得摸索更深入地去分析思考，建构自己的教学思路，为日后开学积蓄力量。

每节数学作业都很多，为了不耽误学生的时间，就不再进行直播了，及时在家校本布置作业，大部分同学在规定的时间内都能上交，我会及时批阅，一一回复问题所在，快的学生会把改错再发过来让我检查，我很欣慰，还有个别同学一直不交作业，也许确实不会，也许对这门课彻底放弃了。为了鼓励他们，还有作业中的共性问题，每天的知识总结，我在另一个群给他们用图片和语音讲解，方便他们随时听讲，告诉他们不要流于形式，重在质量。相信有心的同学会有进步，这样就和在学校的步伐基本一致了。今天的作业稍有难度，应交40人，已交32人，还缺8人，比前几天稍差一些。由于自己能力有限，在学生学习和作业这方面还有好的建议向大家指教。

总之，网课比起课堂教学，效果确实差一些，但也是不得已而为之，我会在这次“停课不停学”的战役中尽自己最大的努力教育好自己的学生，留下属于我和学生之间最难以忘记的那一笔。

最后，我会砥砺前行，希望疫情早日结束，让我们再聚校园。

最新卖货直播工作总结实用篇八

在策划电商直播带货方案前，首先我们要了解用户需求，深挖用户痛点，让用户明白最缺什么，最需要什么。将这些反应到电商直播方案策划中，直击用户痛点，引起用户共鸣，激发购买行为。

因此，我们做电商直播方案策划，切忌主观臆断，要从观看用户者的角度出发，更多的为用户考虑，从而达到电商直播方案更好的效果。

直播内容选定之后，就是确定直播的人员了。包括直播的主播、小助理以及直播管理员等。主播的选择需要根据行业的特质来选。比如美容行业，最好选择长相好看的，最好是选择有控场能力的人，要带动氛围，不能怯场，能够处理突发事件。

在直播时设置一个活泼的管理员，帮你管理你的直播间。遇到带节奏和恶意连线等突*况，让他们做好直播间的场控，及时调整和活跃直播间的氛围。

我们都知道，做直播最忌讳的就是开播前才考虑直播内容，如果主播没有预习，最终呈现出来的就是不停的尬播，尬聊。

因此，为了让直播有条不紊，通常需要细分直播流程，来为直播整个过程做引导，让主播清楚的知道在某个时间该做什么。