

最新企业直播运营方案 品牌直播间运营方案(大全5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

企业直播运营方案篇一

1. 产品销售数据分析、计划复盘
2. 直播过程出现的问题分析、解决
3. 如有违规，进行相关知识学习
4. 样品复位整理，打扫卫生
5. 水电关闭

下面是主播、互动、货品等环节的一些小总结，希望对初入直播行业的你，有些许参考意义：

- 1). 主播、助播应注重仪表，带妆上播，不得素颜，不得油腻.
- 2). 主播、助播服装和造型应干净、整洁，符合品牌调性，不得过于随意和休闲.
- 3). 直播中应注意走光、避免违规，避免穿低胸、深v[]透视以及裸露纹身.
- 4). 主播工作时严格按照标准化脚本进行.

- 5). 主播至少提前1小时备场.
 - 6). 主播上一场复盘问题在下一场直播时必须整改到位.
 - 7). 主播不能情绪化, 时刻保持积极状态面对粉丝.
 - 8). 当日直播主推产品及活动需要重点引导
 - 9). 主播应聚焦产品, 有自己的节奏, 避免被粉丝带节奏.
 - 10). 主播讲解福利款的时间不能过长, 严格按照脚本规定时间执行.
 - 11). 主播的促销信息、产品宣讲知识必须准确.
 - 12). 主播和粉丝互动时要有亲和力, 不吵架、抬杠
 - 13). 主播尽量避免中途离场, 如需离场, 助播顶场要跟上, 不要出现空白画面.
 - 14). 注意敏感词, 如疫情地区, 可以说口罩地区, 或者特殊地区等, 要熟知平台规范.
 - 15). 直播结束前, 要进行下场直播的时间、内容等的预告讲解, 加深粉丝印象.
 - 16). 没有特殊原因要播够时长、准时上下播, 不直播要发跟粉丝请假的视频.
 - 17). 主播有义务在非工作时间保护好嗓子, 避免影响直播状态.
- 1). 开播前主播、中控沟通好交流手语、准备好题词牌等
 - 2). 开播前设置好开播预告、封面、话题等

- 3). 主播讲解过程中，配合需要进行上架讲解弹窗
 - 4). 结合账号发展阶段，高效利用平台的营销工具
 - 5). 倒计时环节，应该保持亢奋、积极的互动状态（需要前期练习、打磨）
 - 7). 当需要切品或者爆品复播的时候，可以在公屏上适当做引导，合理当托儿
 - 8). 根据往期爆款或半场爆品进行聚人气展示
- 1). 对每款产品的卖点、痛点以及用户人群有严谨的总结、分析
 - 2). 对每款产品都要有标准的讲解话术，主播应严格按照规范讲解产品
 - 4). 非自建商品要随时监测上架状况，以防掉链接的情况
 - 5). 做好样品消耗的日常维护，保证展示时候的完整度及美观性
 - 6). 清晰了解售后、物流等信息，做到用户问题及时回答等
- （也许不全面，但基本够用，有专业的小伙伴，可以在评论区进行补充哈！~）

备注：

方案首发于公众号：方案知识星球。

企业直播运营方案篇二

1. 跟播助手/达人工作台登陆

2. 库存erp系统登陆

3. 小店登陆

4. 货盘表（活动）

1. 灯（直播灯、背景灯）位置、高度、方向、亮度调整

2. 大屏、是否镜像，机位端正、清晰，手机电量充足

5. 音乐选择、音响调试

1. 检查商品状态是否可展示，库存是否准确

2. 产品的规格、卖点等信息是否清晰

3. 展示过程所需的道具是否齐全

4. 服饰的搭配是否完整

1. 主播的状态是否调整良好

2. 吃喝拉撒在直播前处理好

3. 中控到位

企业直播运营方案篇三

2、内容电商型平台。以微博、小红书为代表的平台，有着非常多的kol和种草内容，其直播带货的潜力也非常大。

3、娱乐型平台。以陌陌、虎牙yy等为代表的娱乐型平台，在垂直领域如游戏直播、有极大的影响力，也有一定的用户规模，这一类平台做直播带货的趋势刚刚开始，例如陌陌、

虎牙都已经先后接入有赞。

4、电商型平台。以淘宝、京东、拼多多为代表的电商平台，纷纷进军直播领域，相对于在原有的图文、视频展示之外，新增一种商品展现形式。这类平台的直播更加专注于购物直播，强调购买转化。

5、社交型直播。以微信、爱逛为代表的直播平台，帮助商家在微信生态内展开直播，无需跳转到第三方app更便于做社交传播和裂变。

在这些直播电商平台中，有赞扮演着老客户留存、私域流量承接的角色。

商家可以从各大直播电商平台获取曝光，吸引新客户，然后通过微信个人号、公众号、微信群、有赞店铺，将新客户沉淀下来，再通过优惠券、群福利、拼团等工具和活动提高客户活跃度，并推动老用户带来新用户。

如何快速组建直播电商团队

对于直播业务处于起步阶段的电商来说，根据不同规模的团队，有不同的人员配置方案。

1人团队：这个人需要身兼数职，因此直播形式会比较轻松，以聊天为主，不能策划过多的营销活动，增加运营上的压力。

2~3人团队：1人担任主播，另外1~2人担任助理或运营。主播负责直播间内容和出镜，助理和运营则负责辅助，以及在社群里与粉丝互动。

3人以上团队：主播、场控、运营可以分工更加明确，每天也可以设置多场直播，带货的商品也可以更多10款以上、。

直播带货6大关键要素

要打造一个高转化率的直播间，6个要素非常关键：垂直内容、供应链、超级选品、有效运营、专业销售能力、社群运营。我们以快手主播“别问王爹”为例，来依次分析：

1、垂直内容。专业+持续+统一=精准粉丝。“别问王爹”创始人王颖，曾是前小护士ceo索芙特集团总裁，有着极深的美妆行业背景。在快手，别问王爹持续产出优质内容，普及护肤常识、揭露美妆行业真相，收获了众多铁粉，6个月粉丝破44万。

2、强供应链。要有销量，强供应链是必备条件。什么样的产品能够带来更好的直播销量？三个关键词：好看、好玩、好用。既能满足粉丝的刚需，又能够促使粉丝分享。

3、超级选品。别问王爹在美妆行业有20年从业沉淀，同时还有非常严格的选品流程。提报资料、寄样品、两个团队选品、王爹终审、价格谈判……最后根据样品测试反馈后排期直播销售。这样严格的选货流程，保证了产品质量。

很多人想到快手带货就觉得一定是低价，还有人说快手上超过59块钱的商品卖不出去，但实际上别问王爹的客单价达到过279、79元，当时直接冲上了快手美妆带货第一名。

4、有效运营。直播间的“前台”都千篇一律，大同小异，而真正的精髓，在于“后台”。要让粉丝活跃起来，并且快速产生购买转化，需要配合一些运营手段，例如限时折扣、限量秒杀等等，营造紧迫感，同时如果再配上订单不断的背景音——“您有一笔新的有赞订单”，则更加能营造粉丝抢购的氛围。

5、主播推销能力。主播优秀的表达能力和推销能力，能够明显提高直播间购买转化率。2019年8月，王爹一场直播3小时，

销售10090单，转化率30%，成为当天快手直播带货美妆类目第2名。

6、社群运营。在达到一定影响力后，别问王爹会组建自己的家族社群，招募家族成员，设门槛，所有粉丝入群需要进行视频面试。

有了“家族”，直播的时候会有更多传播渠道和造势，让直播间人气快速上来。另外还可以在社群里做团购，提高复购率和利润。15元一片的面膜，一个群能成交3000片；3000多元的减脂套餐，一天能收到100多个订单。

适合直播间营销的5种活动

- 1、促销活动，如优惠券、满减、买赠、限时折扣等
- 2、活跃氛围活动，如开播抽奖、互动抽奖、整点抽奖、预告第二天互动等
- 3、服务活动，如30分钟同城送达、联合周边商铺活动等
- 4、直播间裂变活动，如瓜分红包、粉丝助力榜等
- 5、造节，如超级会员日

直播节奏怎么安排？

不同的产品，所需的直播时长是完全不一样的，例如客单价低、款式丰富的快消品，一款需要5分钟；需要试色的美妆产品，一般需要10分钟；而需要演示、试用的家电类产品如压力锅、榨汁机等，一般需要20分钟。

不管什么产品，在固定的时长内，应该怎样循序渐进地进行产品推介、俘获人心呢？直播电商有一个“221节奏”，并非适用于所有产品的通用规则，而是一个在内容结构上值得参

考的节奏安排。

这个“221节奏”是指，假设一个产品的直播时间是5分钟，那么需要把5分钟拆成三段：2分钟、2分钟、1分钟。

2分钟用来讲卖点和资质。3个产品背书工厂规模，工厂资质，获得证书、；3个卖点；3个应用场景；3个对标竞品。

2分钟用来营造抢购氛围、引导操作流程。主播通过限时限量限购营造秒杀节奏，并强调各大平台比价，然后进行操作流程指引，引导客户下单。

1分钟用来与粉丝聊天。引导粉丝点赞转发，并强调转发有礼活动。倒计时的时候还可以同步一下商品库存数量。

企业直播运营方案篇四

- 1、卖货，通过直播卖货的形式，提升商品销量，带动店铺流量。
- 2、拉新，通过活动推广宣传与直播引流投放，获取更多潜在客户。
- 3、做品牌，直播带货也是直播带品牌，根据实际需求为侧重点进行直播。

xx品牌口号专场直播

□ps□根据活动实际情况来命名主题)

直播平台的选择很重要，需要根据自己的实际情况来进行选择，比如在某宝有店铺，那选择某宝直播比较合适，选择拥有资源优势的平台做直播卖货，会更容易方便一些。

当然，选择平台也不是只看冰山一角的東西，还需要分析平台属性和流量，根据20xx-20xx年用户最关注的直播带货平台数据分析报告得出，用户常用直播购物的直播平台排行榜前五名分别是某宝、京东、抖音、小红书和快手，比例分别为、、和。

企业直播运营方案篇五

在整体把握直播策划之前，我们首先要了解达人直播可以拆解为哪几个要点，那就是：流量获取、主播能力、脚本&话术、互动氛围。

流量的获取可以通过多种方式，包括短视频预热、增加直播间封面、标签和直播间的契合来进行直播引导等等。

同时，主播要具备引导力、感染力和优秀的节奏把控能力。直播间的脚本、话术也需要进行系统的设计。在直播过程中，直播间的互动氛围也至关重要。

如何策划一场具有吸引力的抖音直播

下面让我们具体地来解析这几大要点：

流量获取

一、直播预热

直播预热分为个人信息预热和短视频预热，主播可以通过修改自己的账号信息，比如将直播信息和要点加入，或者在作品中发布直播预告短视频来实现预热。

如何策划一场具有吸引力的抖音直播

二、封面标题如何设置？