

TikTok直播运营分享

分享人：Aries

简介



Aries

- 羽润科技创始人
- 新媒体跨境电商实战变现导师
- TikTok2023美区水晶头部卖家之一
- TikTok2022英区（深圳）水晶类目直播前十卖家
- 中山职业技术学院电子商务特邀讲师
- 梯特职业学校TikTok实战交付导师

contents

目录

大环境与机会

算法与冷启动方法

话术与直播间节奏

数据分析与优化

选品与营销策略

短视频结合直播

爆款直播间拆解

大环境与机会

1

大环境与机会

TikTok当下发展现状

哪里有流量，哪里就有生意，2021年中TikTok全球下载量突破30亿次，2023年9月TikTok月活突破15亿，覆盖了150+个国家与地区，涵盖了75种语言，长期雄踞在社交APP榜首，甚至当今欧美很多地区，TikTok的月活早已已经超越Facebook。TikTok的电商与商业化进程都还在起跑阶段，给了我们短暂且巨大的机会

国内直播的成功经验看待TikTok直播

1.0时代，商品上架就能卖，对人货场的要求非常低；
2.0时代，需要搭配直播间各种营销策略(憋单、秒杀等等)才有爆单场景；
3.0时代，需要搭配付费流量才有爆单场景；
4.0时代，需要具备优秀的主播、极致的场景、超强的供应链资源，再加上付费流量才能出现爆单场景。

大环境与机会

机会一：新手入局门槛低

- ① **口语**: 可以使用英语与外国人无障碍沟通;
- ② **时间**: 每天需要直播 4-6 小时 (长时间的直播可以分为 2 场, 每场 2-3 小时);
- ③ **成本**: 准备几千块钱用来布置直播间场景, 购置软硬件设备、样品等;

机会二: TikTok官方支持力度大

已美区为例:

商家运费补贴10-20美金一单;

客户可以领取30%左右的优惠券由平台补贴;

账号运营、开播经验、店铺运营, 随着时间的积累, 这些都是基本功。入局 TKTok 直播, 核心就是沉下心来下做, 决胜的关键就在于决心与执行力+坚持。

算法与冷启动方法



直播算法与冷启动方法

流量推荐机制与数据指标

正常大家直播之前发短视频积累一定的账号粉丝，提高账号权重和标签精准，这其实是非常常见的。

1.短视频流量爆发、表现较好，正在开播，可以将短视频的观众导入到直播间，会在一定程度促使直播间获得更多的系统流量推荐，但不大。

2.账号粉丝数量、账号权重等指标，与直播间权重有一定关系

3.0粉新号开播同样可以完成非常好的直播数据

注意：账号粉丝高不一定直播数据就会好，同时粉丝低也不一定直播数据差。账号只要没有违规过，推流就会正常，后期就是靠直播运营的各项工作来体现。

直播算法与冷启动方法

关键数据指标与标签定位

两个--关键指标

① 互动指标

点赞、评论、转发、关注、打赏、停留时长

② 交易指标

商品点击率、订单转化率、UV

在互动指标中，打赏与停留时长权重最高。在交易指标中，订单转化率权重最高

两个--关键标签

① 观看用户标签

平台给直播间打上的标签，标记哪类用户才是该直播间潜在的观众

② 支付用户标签

平台给直播间打上的标签，标记哪类用户才是该直播间潜在的购买用户

观看用户标签与支付用户标签(这两个标签是平台给账号打的标签)

直播算法与冷启动方法

关键数据指标与标签定位

通过互动数据--调整观看用户标签

观看用户标签主要靠互动数据进行调节:点赞、评论、转发、关注、打赏、停留时长等等,这些数据受直播间内容、主播、氛围的影响较大。

希望更多的看播用户更多是美国观众,在直播的时候可以与美国客户进行更多的互动,那么美国地区客户的客户体验较好,停留时间较长。则系统会判定该直播间更加受美国客户的喜爱,那么流量则会更多的向美国地区推送。

当然,如果是美国本土店,以上基本可以忽略不计;

直播算法与冷启动方法

关键数据指标与标签定位

通过交易数据--调整支付用户标签

支付用户标签主要靠交易数据进行调节:商品点击率、订单转化率、UV等等,这些数据受直播间产品、营销策略的影响较大。举例:

增加订单转化率

如期望增加转化率,拉升成交密度,可以做一些低价、满减、折扣、闪购等促销活动。

增加商品点击率

如期望增加商品点击率,拉升商品曝光度,进而拉升GMV,可以在主播口播话术中插入更多引导点击小黄车的话术、演示下单流程,以及运营人员频繁在直播间弹出商品卡片。

提升 UV 价值

如果想要提升UV,最大化开发客户价值,可以将商品捆绑销售或满XX包邮等营销活动。

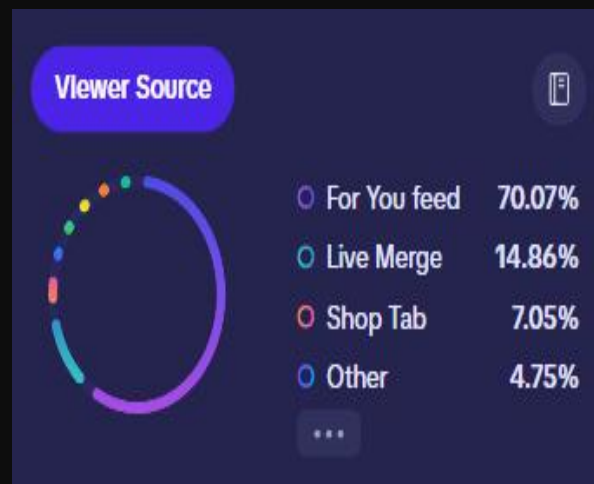
直播算法与冷启动方法

关键数据指标与标签定位

如何去调整我们直播间的标签？

在调整观看用户标签与支付用户标签时，有两个原则：

1. 观看用户标签与支付用户标签应该无限接近
2. 支付标签可根据人群画像进行调整，以支付标签为基准，观看用户标签根据支付标签进行调整



直播算法与冷启动方法

关键数据指标与标签定位

什么样的直播间--符合观众期望

主要关注以下两个指标:

① 产品特性

产品是否具有新奇特属性? 是否能够击中当地买家的需求点?

② 产品价格

从价格角度来看, 价格是否有足够的优势?

什么样的直播间--符合平台期望

平台的流量推送到我们的直播间, 站在平台的角度来说, 我们的直播间一定要符合平台的期望, 主要有下面几点:

1.直播内容: 主播、商品、场景

2.原生感: 面孔、口语、场景

3.直播时长: 数据良好

直播算法与冷启动方法

TikTok 直播间冷启动的五个要诀

IP款、玩法、低价、拉时长、话术营销（逼单）。

IP款(冷启动选品思路)

新直播间冷启动的时候，往往是没有流量的，这时我们需要找到精准的流量加持。在人货场三个方面来上，“人”的方面如果想要获取流量加持，更适合主播本身就是大网红或者明星的直播间，因为大网红或明星是有一定自带流量的，但这是比较难的，不太适合大多数新手。

场”的方面如果想要获取流量加持，需要蹭某某热点事件的场景，而这一类场景可遇不可求，因此操作难度较大同样不建议新手操作。

因此我们需要把目光放在“货”上，拥有IP属性的货自然就会带有流量

直播算法与冷启动方法

TikTok 直播间冷启动的四个要诀

分别是: IP款、玩法、低价、拉时长、话术营销（逼单）。

低价 (初期定价策略)

超低价格拉升转化率，提升成交密度

成交密度可以从两个维度来理解，一个是单位时间内成交订单量（千次成交多少单），一个是单位时间内成交金额（千次成交多少金额）

右图是在直播持续的几个小时过程中，成交金额的实时走势是越来越高的，而越来越高的成交密度，则会让直播间权重提升，从而达到爆款直播间的效果。



直播算法与冷启动方法

TikTok 直播间冷启动的四个要诀

分别是: IP款、玩法、低价、拉时长、话术营销（逼单）。

拉时长(直播间运营策略)

在主播状态与数据指标良好(直播间持续进人、持续产生成交订单)的情况下，尽最大可能拉升直播时长，拉升直播时长有2个好处：

- 1) 产生更多的观看数据与交易数据，让模型更加精准
- 2) 获得更高的直播间权重

拉时长如直播间网络特别卡顿，导致直播间数据非常差，硬拉时长，直接会导致被打上低质量的标签，因此作为直播间运营，也要时刻关注主播状态与数据指标，如果主播状态与数据指标较差，并且持续1小时以上可以果断下播。

直播算法与冷启动方法

TikTok 直播间冷启动的四个要诀

分别是: IP款、玩法、低价、拉时长、话术营销（逼单）。

逼单 (话术营销)

通过逼单话术达成两个目的:

- 1、提升订单转化率，拉高成交密度；
- 2、提升互动数据与交易数据，促进流量推送；

新的直播间有一种情况非常常见，直播间人数始终在10人以下徘徊，这是因为没有破冷启动的直播间不会有太多的流量推送进来。所以我们需要做的是让直播间尽快跑出交易数据，因此需要让为数不多进入直播间的观众购买我们的商品，完成整个购物环节，最终成交，那么此时我们需要通过话术，点对点持续沟通，最终完成成交。

在直播间人数为数不多的时候，需要让这些用户完成下单，达成交易。进而让我们的直播间获得更多的流量。

直播间的搭建的知识



直播间的搭建的知识

搭建需要的基础设备认知

直播设备，很多人会有一个误区，觉得一定要拥有高端的摄像机、直播场地、直播设备，实则不然。而直播只是需要我们打开手机的直播功能，不卡、画质可以让观众接受，就可以称作直播了。

因此大家作为新手，可以用最低的门槛，搭建一个“比较好”的直播场景就可以了。

直播间的搭建的知识

如何布置一个合格的直播间

布景在运营过程中是非常重要的环节，决定了观众进入直播间的第一印象和调性。布景也不是一味的追求高大上，而需要结合主播风格、产品特点来进行匹配。
或模仿对标直播间

案例：

右图是水晶直播间，场景无需主播出镜，通过将产品占满大半屏幕，让直播间更加具有丰富感，增加停留观看时间，再加上直播间营销策略及玩法，营造物美价廉的氛围，从而吸引观众眼球。这一类直播间就不需要做的高端大气，反而应该做的接地气。对主播的综合能力相对没那么高。



话术和直播间节奏

4



直播间的话术和直播间节奏

八大类型的话术

欢迎话术



1.名称互动类

2.寻找共同话题类

3.传达直播内容类

4.互动话术类

宣传话术



1.强调直播时间段

2.宣传直播内容

3.宣传直播商品特点

互动话术



1.发问式互动话术

2.选择式话术

3.指令式话术

带货话术



1.商品展示型话术

2.人设信任型话术

3.专业型话术

直播间的话术和直播间节奏

八大类型的话术

活动话术



1. 价格吸引观众
2. 低价的理由
3. 从客户角度出发
4. 消除观众顾虑，点对点促单

逼单话术



1. 保障型话术
2. 活动库存危机型话术
3. 主播与助播搭配型 (氛围感更强)

引导话术



1. 引导关注
2. 引导转发、分享
3. 引导点击购物袋
4. 引导评论互动

感谢话术



1. 直播中感谢话术
2. 下播前感谢话术

数据分析

5



数据分析

TikTok LIVE dashboard

GMV(\$)

3,699

Metrics

Sold Quantity 343

Total US viewers 44.6K

Click to Order Rate

16.72%

GPM

70

Buyers

52

Average Price

10.78

Views

53.2K

Avg. viewing duration

35s

TikTok LIVE dashboard

GMV(\$)

2,821

Metrics

Sold Quantity 222

Total US viewers 8.1K

Click to Order Rate

12.85%

GPM

270

Buyers

39

Average Price

12.71

Views

10.5K

Avg. viewing duration

2m25s

Product List

Search products



Metrics



Product

Product Impres...

CTR

SKU orders crea...

SKU orders paid

GMV

feed流

场观、在线

商品曝光、点击次数



粉丝结构画像

创建、支付订单数量

1000次成交率及金额

直播间重要指标与判定标准

商品点击率 (CTR)



目标地区的流量占80%以上的情况下，稳定在40-60%最优，不宜太低也不宜太高，太低会导致转化能力下降，太高会产生无效点击。

成交转化率 (C O)



30美金低客单，转化率10-18%
30以上高客单，转化率8-10%

成交密度



客单价为10-30的低客单直播间

小于1为爆款直播间，1-2为优秀直播间，2-3普通直播间，3-5较弱直播间，5以上要重点优化

客单价为30-80的中高客单直播间

小于1.5为爆款直播间，1.5-3为优秀直播间，3-8普通直播间，8-15较弱直播间，15以上需要重点优化。

直播间透过数据进行优化

观看-商品点击率过低

观看-商品点击率是决定转化情况的根本，因此观看-商品转化率要保持在合理的高度，否则会导致整体转化数据较差。

- 1.主播加强口播引导，点击左下角购物袋，点击弹窗卡片
- 2.助播用备用手机在镜头前展示点击购物袋至下单的全流程
- 3.运营通过管理员账号用文案引导观众点击购物袋

观看-商品点击率过高

主播在直播过程中的每一句话都很重要，每一秒都很宝贵。

如果点击率已经达标，可以适当减少引导点击的品类，把话术的重点放在商品介绍、引导促进转化等更有价值的地方。

直播间透过数据进行优化

转化率过低

转化率是交易数据的核心，转化率过低会直接导致交易数据变差，进而影响直播间权重。

转化率的优化方法中，见效较快的主要有3个方法：

- 1.迭代产品、上新款
- 2.做低价营销活动
- 3.调整直播时间段

成交密度过低

1.账号标签不精准，很多其他类目客户，或者很多非目标地区客户

2.客户群体是年轻女性，但是直播间观看人数更多是男性

如果遇到成交密度太低的情况，建议直播时长不要超过4个小时，如果是0成交，建议直播时长不要超过2个小时。

选品与营销策略

6



选品与营销策略

直播间初级选品方法

- 1.物流配送角度:重量和体积
- 2.价格定位角度: 20-80美金之间
- 3.市场受众角度:受众群体、符合目标市场特点
- 4.消费行为角度:刚需消费
- 5.人货匹配角度:对主播要求低

直播间进阶营销思路

- 1.内容抓人眼球
- 2.激发购买欲望
- 3.获取观众信任
- 4.引导马上下单

选品与营销策略

直播间进阶营销思路

内容吸引眼球



① 高端大气

② 视觉反差

③ 重复解压

④ 流量密码

⑤ 创意玩法

激发购买欲望



① 恐惧诉求

② 带入场景

③ 畅销营销

④ 顾客证言

获取观众信任



① 专业讲解

② 事实证明

③ 化解焦虑

④ 树立人设

引导马上下单



① 伪占便宜

② 价格锚定

③ 限时优惠

短视频结合直播



短视频结合直播

播前、中、后

直播前视频:

1. 视频展示的产品是本场直播主推产品
2. 视频要挂上主推产品链接，客单价较低的产品，降低客户的心理门槛。
3. 挂上直播预告
4. 视频需要引导观众点击头像进入直播间

直播中视频:

1. 可以使用直播切片 (直播录播中剪切出的某一段视频)
2. 需要用贴图、文案引导观众点击头像进入直播间

直播后视频:

1. 感谢支持本场直播的观众
2. 预告下一场直播的时间以及主推产品，并挂上产品链接与直播预告

爆款直播间拆解

人、货、场

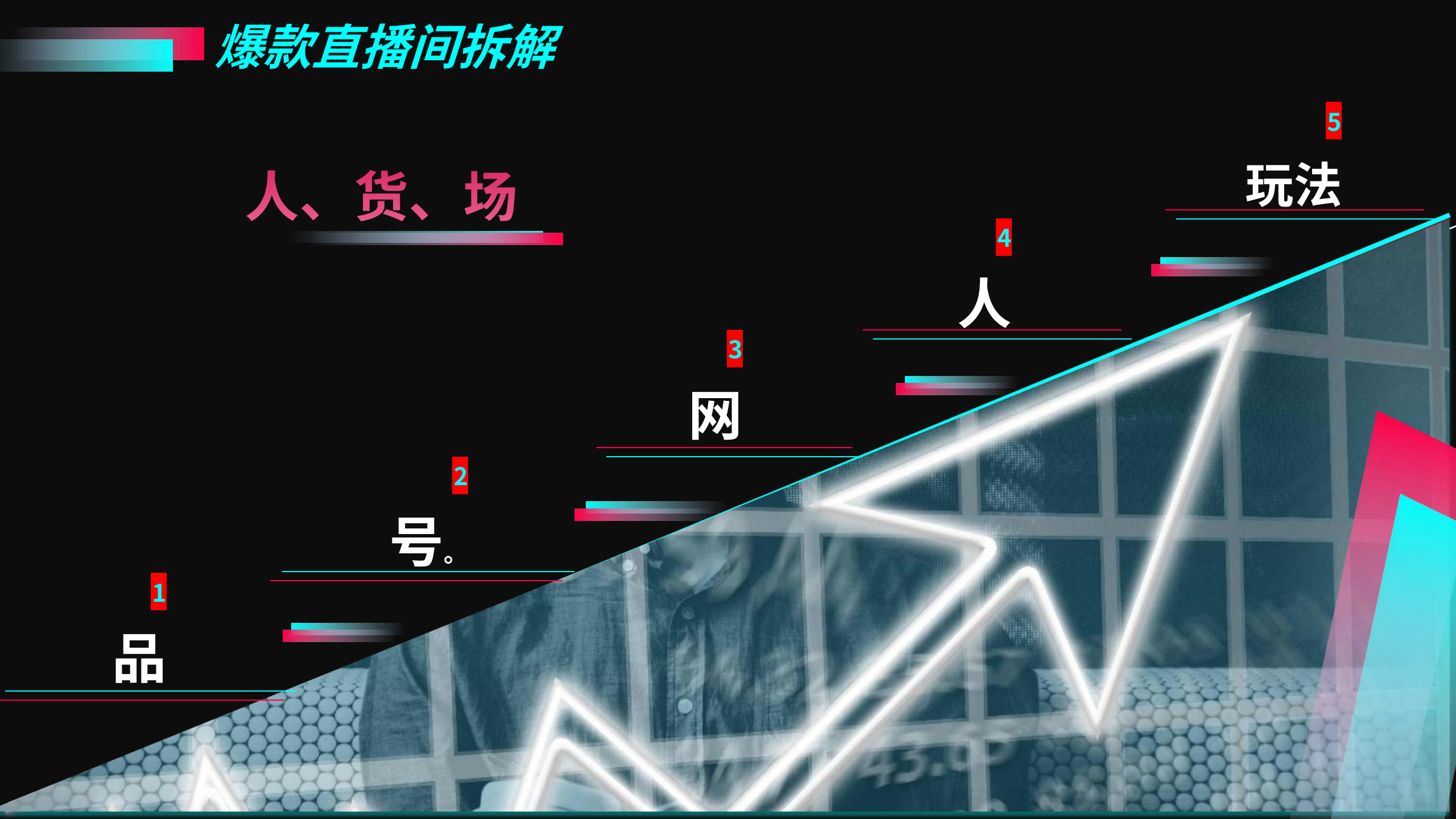
玩法

品

号。

网

人



常见问题

基础打的牢固，一下常见问题都可以前置

推流不正常



卡顿、掉线



不出单、转化低



客单低



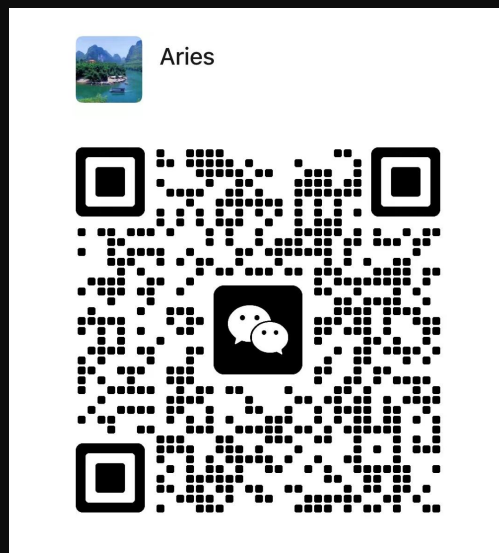
经常违规



新的市场机遇一定比较大，享受红利的同时做强坐稳。

跨境的尽头是本土化，内容是核心，投流是抢占流量的制高点。

实践是检验理论的唯一标准，紧跟有成就人士的脚步，边干边优化。



THANK