

腾讯直播

# 如何构建私域流量卖货新模式



刘硕裴  
腾讯直播总监

2020.3.5

学习直播运营请下载：百学习APP

# 什么是社群？



# 什么是优质社群？

女子刀法 BUSINESS OF WOMEN

## 一个稳定活跃的优质群构成：

会来事是的风骚群主 + 爱装逼的意见领袖 + 10多个爱提问的行业小白 + 三三两两高颜值的帅哥美女 + 喜欢爆口水的闲人  
5566 + 怼天怼地的愤青 + 抢了红包会说谢谢的吃瓜群众



第一财经  
【财经】公开课

一个人做的梦，就只能是个梦；  
一群人怀着同一个梦想，便是真实。

—— 约翰·列侬



一个3年品牌  
从线上到线下  
2019年30亿  
她叫完美日记！

## 腾讯直播黄金公式

$$\text{GMV} = \text{私域流量} \times \text{裂变率} \times \text{转化率} \times \text{复购率} \times \text{客单价}$$

(MGM) (ARPU+LTV)

## 零售品牌直播黄金公式

GMV=战略（认知深度）×品牌价值（爆品）×组织能力（全体员工）

你永远赚不到  
超出你认知范围内的钱  
除非你靠运气  
但是靠运气赚到的钱  
往往又会靠实力亏掉  
这是一种必然  
你所赚的每一分钱  
都是你对这个世界认知的变现  
你所亏的每一分钱  
都是因为对这个世界认知有缺陷  
这个世界最大的公平在于：  
当一个人的财富大于自己认知的时候  
这个社会有 100 种方法收割你  
直到你的认知和财富相匹配为止

## 分享提纲

### 1 微信用户画像 的人群之势

1. 看什么
2. 何时看
3. 买什么

### 2 微信私域流量 的场景之道

1. 流量地图
2. 场景地图
3. 变现三部曲

### 3 微信实物交易 的转化之术

1. 脚本套路
2. 裂变工具
3. 投放策略

# 微信用户画像的人群之势

# 典型用户的一天

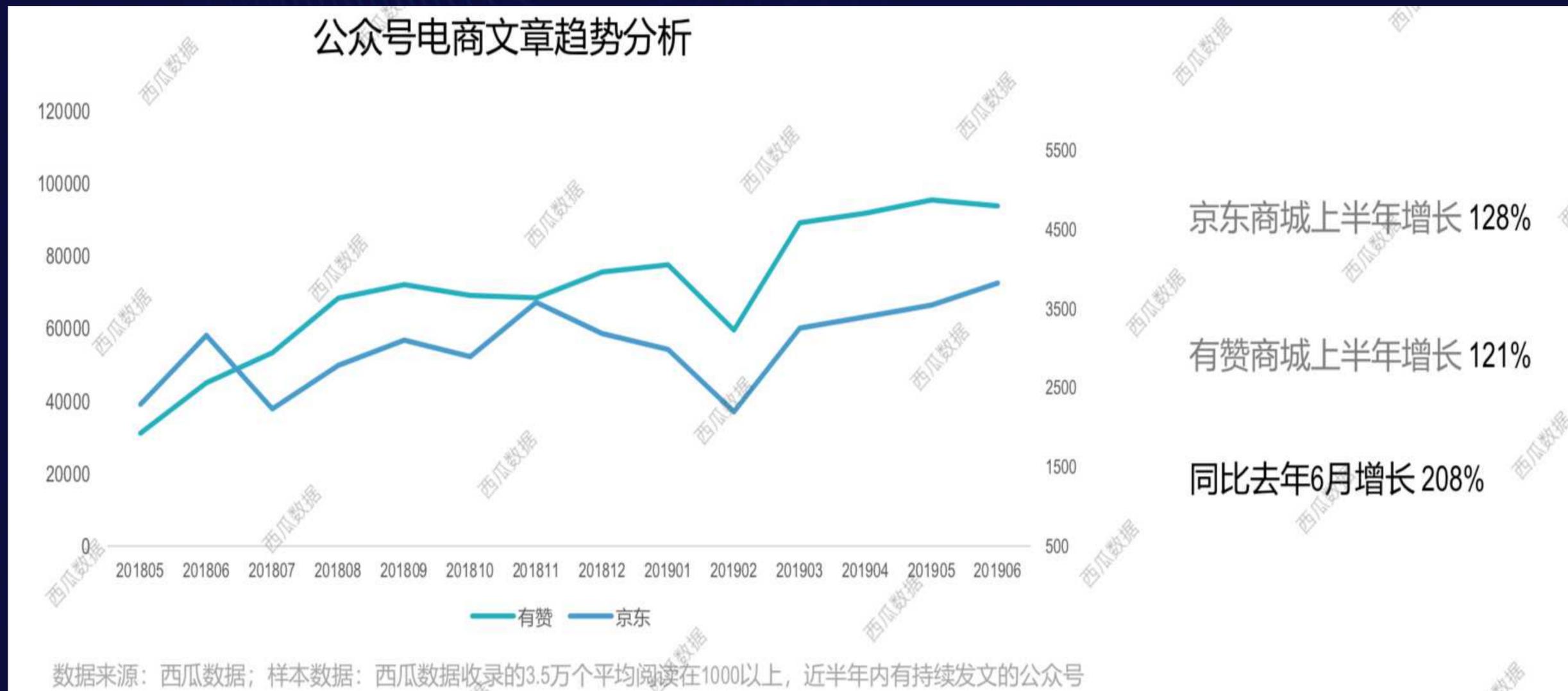


# 近一年公众号势能变化：用户参与感下降

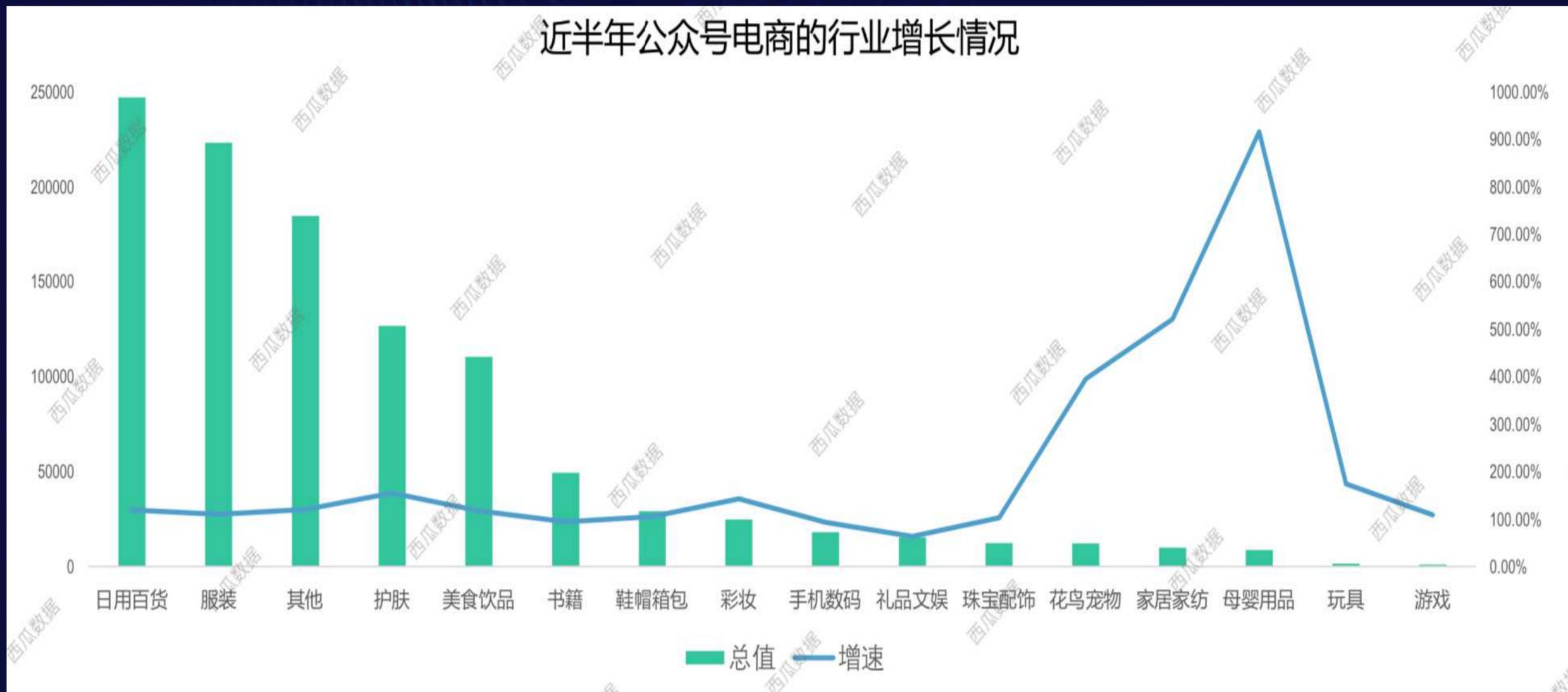


背后逻辑推演：麦克卢汉《理解媒介》——媒介即讯息

# 内容电商势能变化：从种草到拔草



# 垂直品类势能变化：越小众，越大众



# 小结

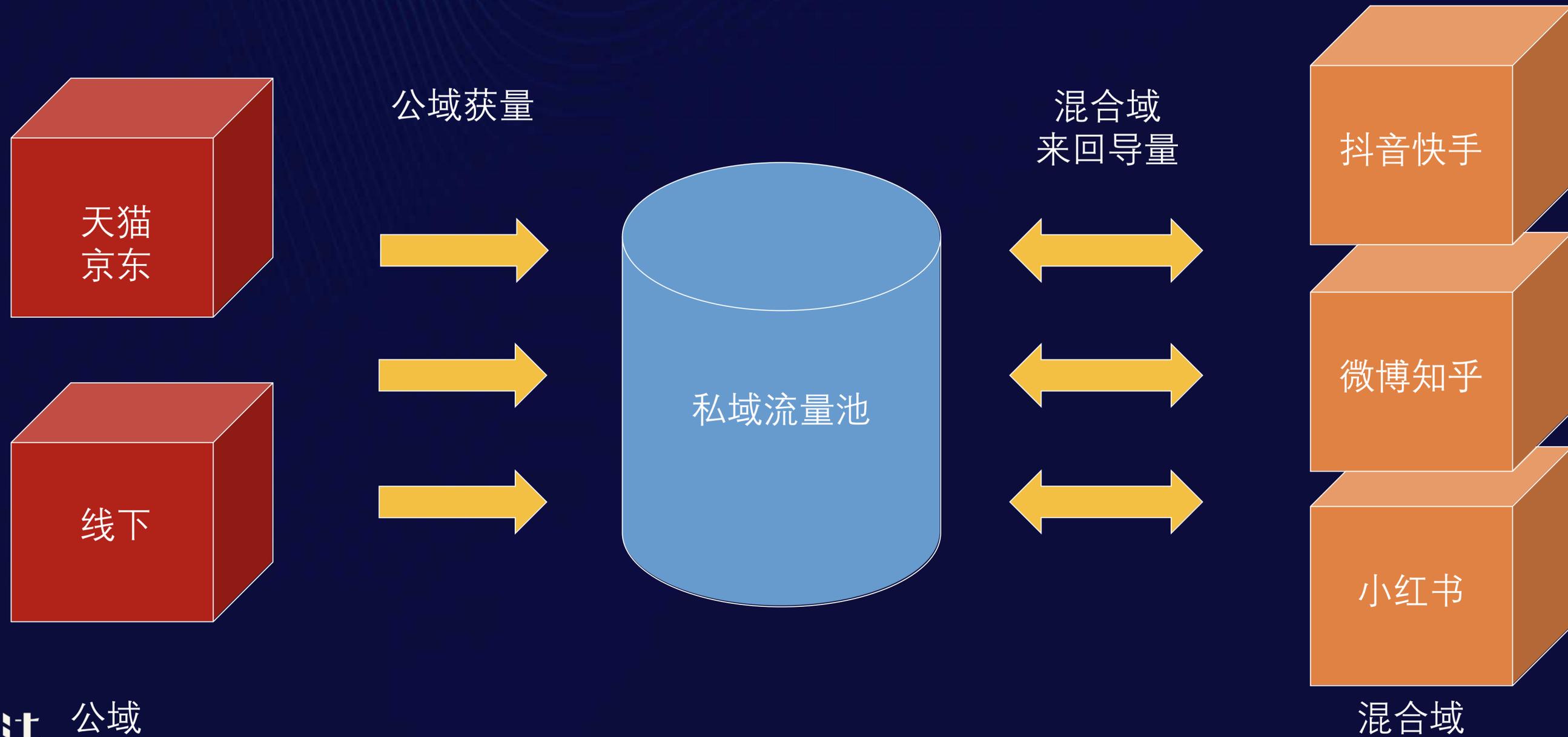
1. 年轻用户越来越接受**可视化内容**，开始远离图文
2. 微信用户的**实物交易翻倍增长**，仅小程序19年8000亿
3. 内容电商的可视化在**深夜的宝妈群体**中爆发明显

# 微信私域流量的场景之道

一切生意的本质是**流量**  
一切交易的本质是**信任**

# 私域流量的流量地图

核心优势：可裂变+可留微信号+可做复购



# 腾讯直播的场景地图

货

场

人

京东/微店等



小程序电商

品牌商



微信+QQ等

KOL微信群

微信公众号主

零售商家群

社群粉丝

大号粉丝

商家粉丝

# 腾讯直播是什么？

## 私域流量转化器

### 开播端



视频直播



语音直播

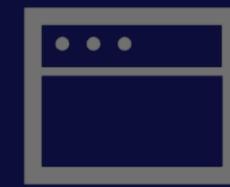


推流直播

### 观看端



微信小程序



H5



微信小程序插件

# 腾讯直播的定位

短期：私域流量+电商转化+直播工具

适合有老客户群体的中小商家

长期：私域流量+公域流量的直播内容平台

适合内容生产者+所有商家

# 腾讯直播入口在哪里？

存量：公众号

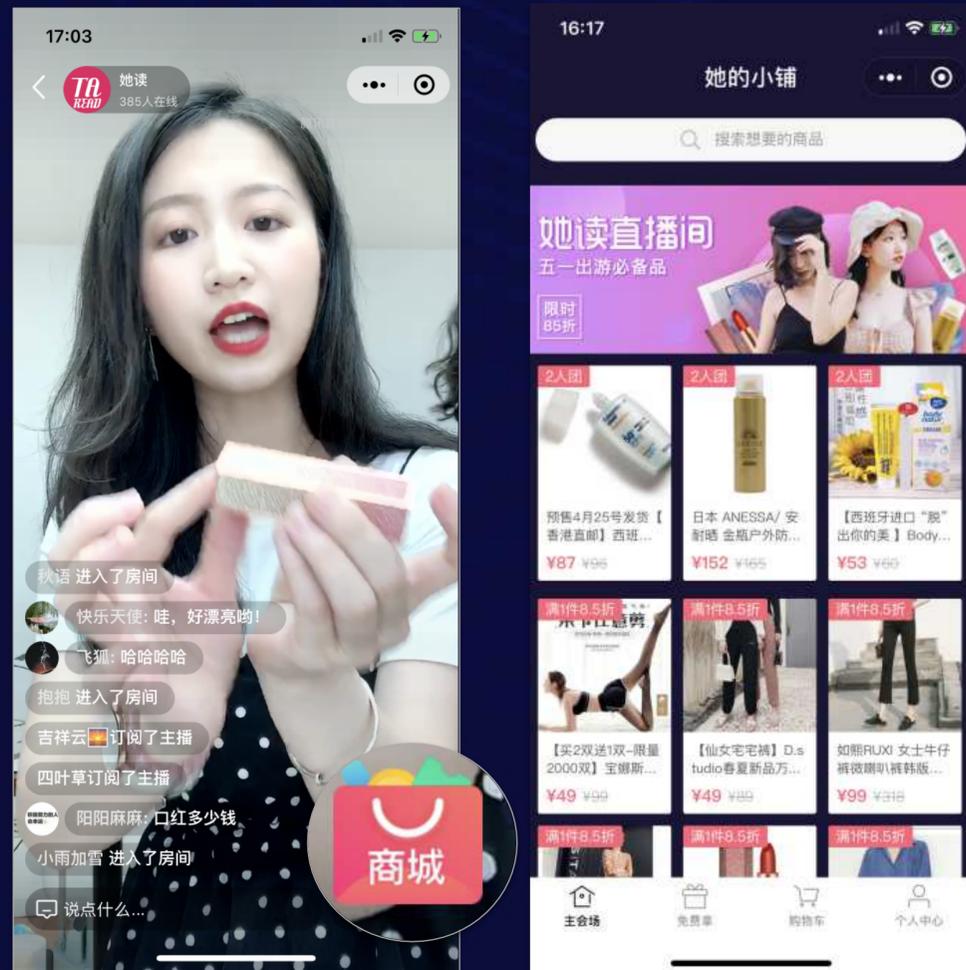
变量：KOL社群

增量：微信广告



# 腾讯直播三大场景方案

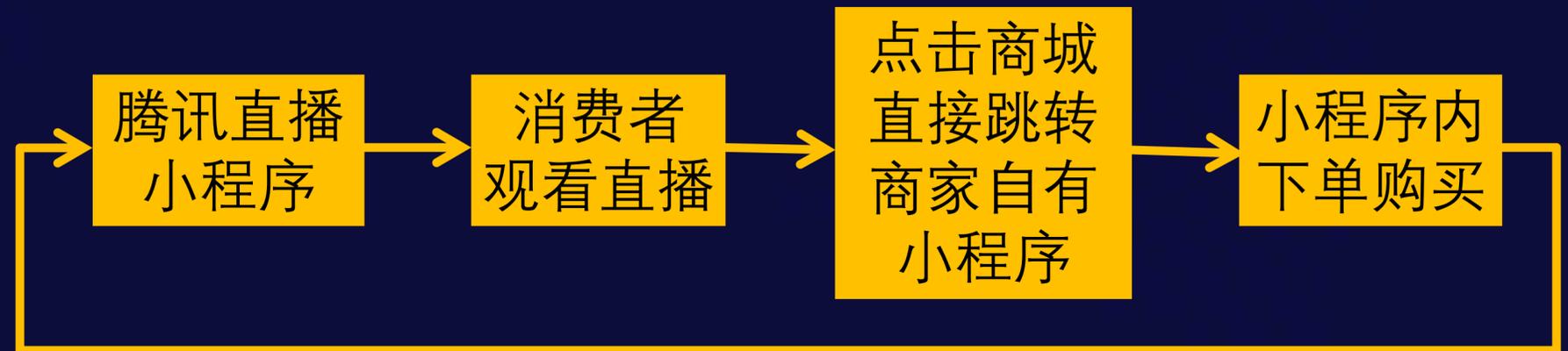
## 方案一：小程序间跳转 初步合作，快速落地



### 客户类型

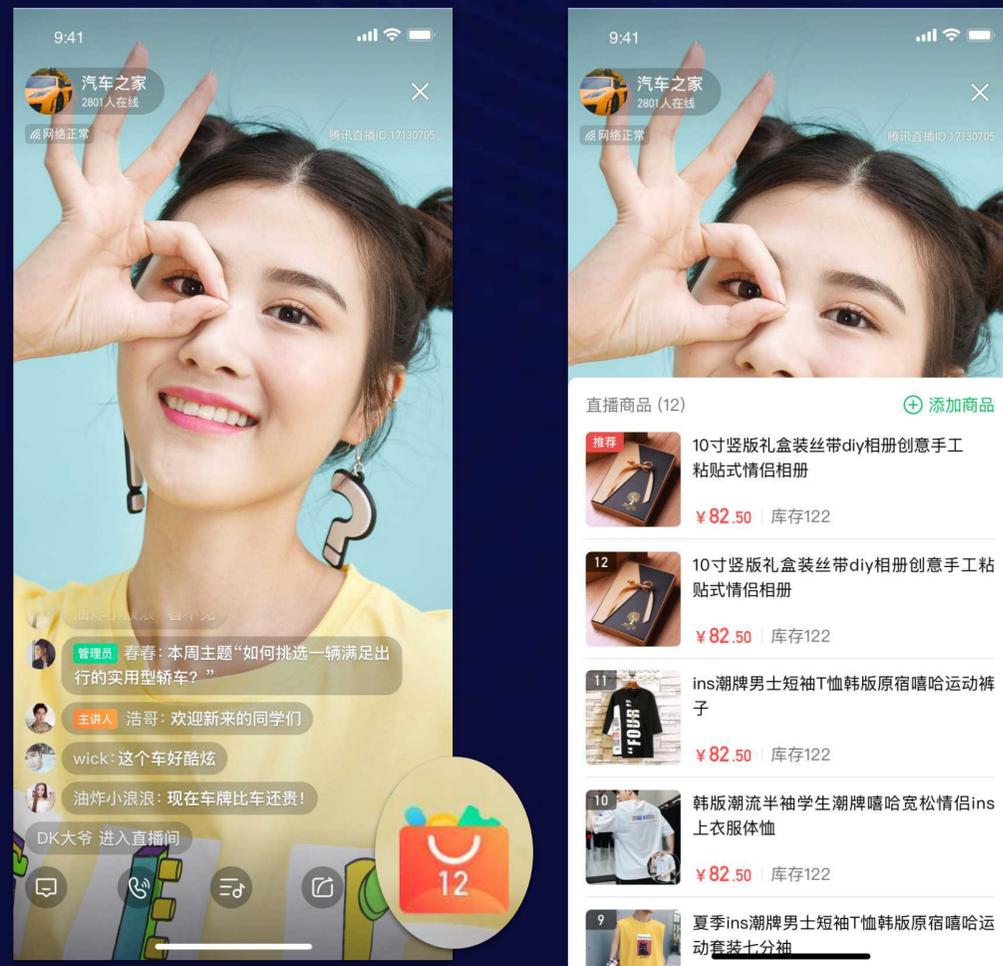
客户自有小程序或接入第三方电商小程序；  
暂无技术开发能力（但需小程序appid和路径）；  
适合期望快速落地或初步合作的用户。

### 产品路径



# 腾讯直播三大场景方案

方案一：选择腾讯直播橱窗，目前支持京东/微店，2万SKU  
电商新手的最优选择



## 客户类型

- 客户没有电商店铺；
- 客户没有电商经验，没有供应链，没有客服、售后等；
- 客户在无基础情况下，想要快速试水电商直播。

## 产品路径



女子刀法 入驻腾讯直播电商合作伙伴

学习直播运营请下载：百学习APP

# 腾讯直播三大场景方案

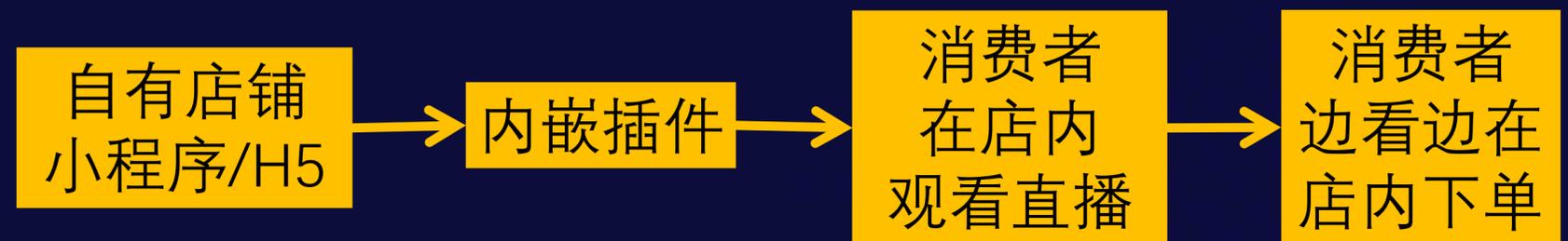
## 方案三：内嵌腾讯直播插件 绝佳的边看边买体验



### 客户类型

- 客户自有电商店铺，或接入其他电商服务商；
- 有一定技术开发能力，能支持腾讯直播插件的嵌入；
- 适合深度合作的客户。

### 产品路径



# 小结

1. 微信的场景不仅是流量的私密性强，更是**信任强**
2. 直播的转化率越来越高，基于场景带来**冲动消费**
3. 私域流量是**盘活存量**为主，裂变增量为辅

# 微信实物交易的转化之术

# 腾讯直播的品类案例复盘



美食

10%

50-150



美妆

17%

80-300

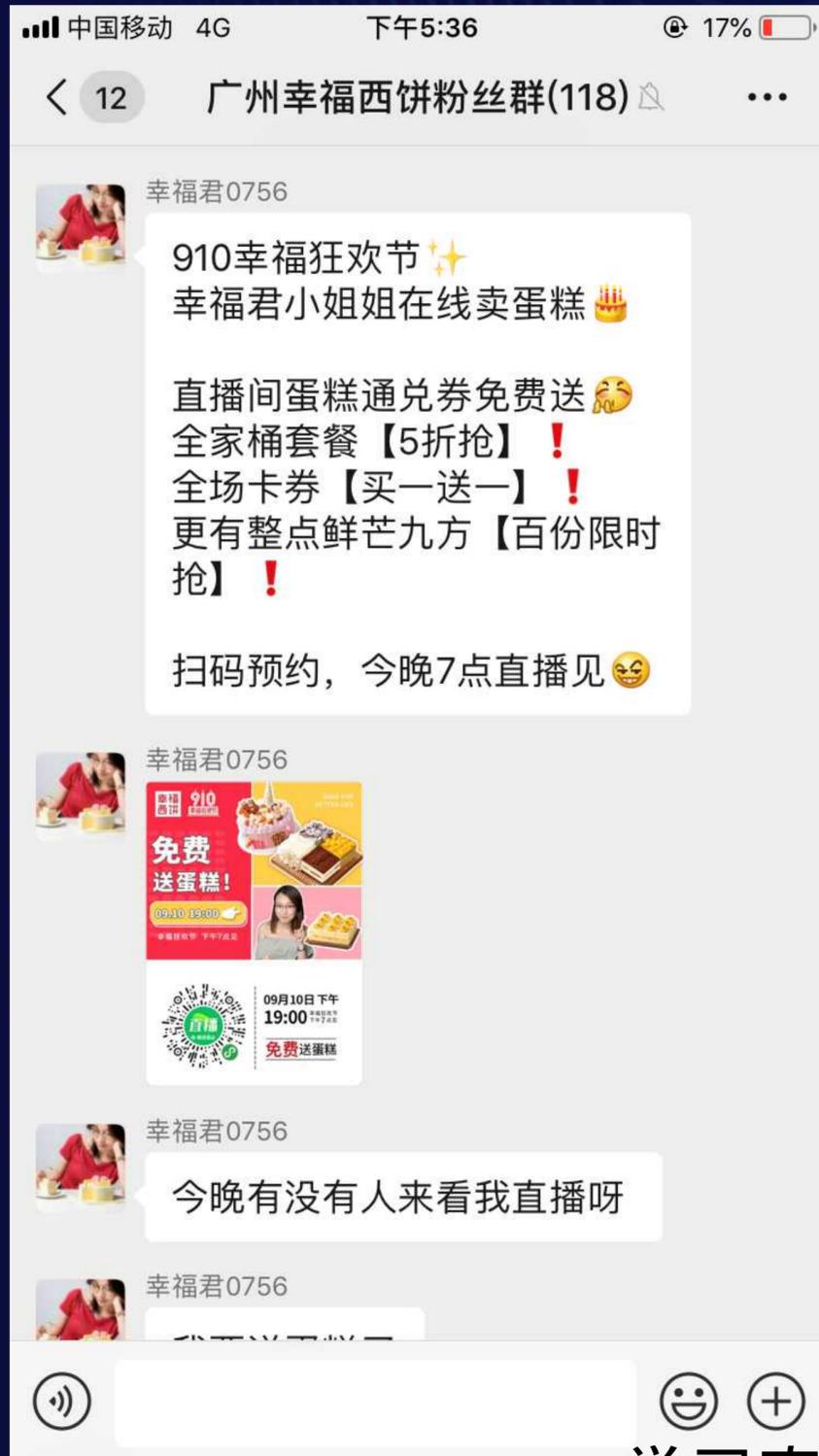


美服

10%

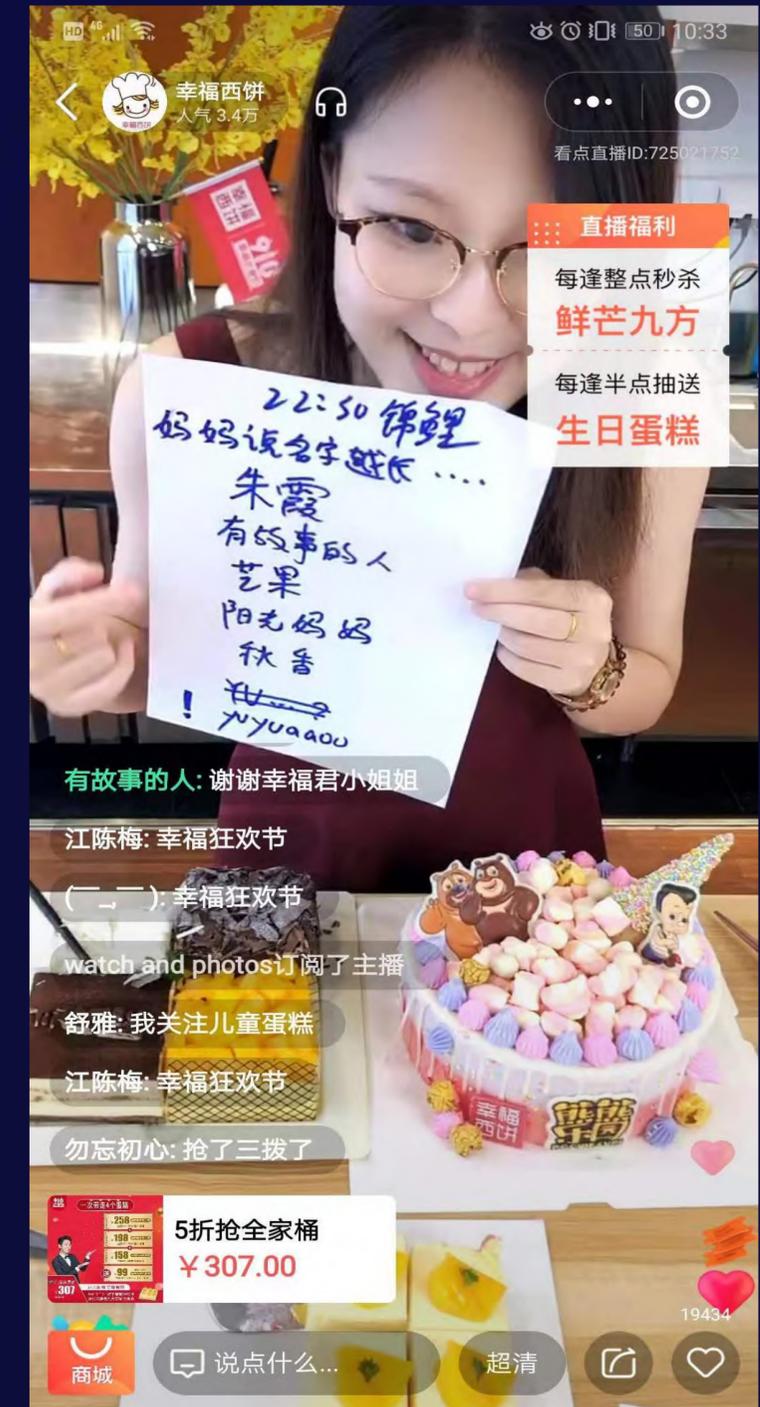
150-300

# 幸福西饼直播宣传途径



# 幸福西饼直播流程

版块	时间	内容
前期准备	16:00-19:00	杨美研发中心，服化道到位
全家桶	19:10-19:25	原价614元，910价307元（非会339元） 得258+198+158元通兑券（8.31）
多款蛋糕5折起	19:25-20:30	99元：榴芒双拼，两情相悦，戚风榴芒多，全心全意，森林果乐，提拉米苏，天使秘密 104元：四重奏，四季风，香颂，浪漫果纷
抽送198蛋糕卡	19:30-19:35	公屏打【幸福西饼】截屏抽，每次抽5人
抵用券买一送一	19:35-19:45	129元：129抵用券两张；159：两张 198：两张；258：两张（每种券限购5份）
实体卡买三送三	19:45-19:55	198元实体蛋糕卡，会员594得6张， 非会员629（至12月31）顺丰快递
抽华为P30 & 鲜芒九方	19:55-20:00	大转盘每2小时1台华为P30， 20-23点，每个整点200份鲜芒九方抢



女子刀法

# 案例-小北X京东零食专场

SKU名称	推荐文案	SKU名称	推荐文案	商品链接
吉悠悠乳酸菌广药大健康产品植物乳酸菌小瓶100ml 20瓶装 5瓶/版	王老吉子品牌，广药大健康产品 1. 进口奶源，新西兰进口奶源，从源头把控优质奶源，口感更加醇厚，更健康！ 2. 进口菌种，采用进口保加利亚植物乳杆菌，坚持每天1瓶，可以调节肠道，有益于肠胃健康 3. 0脂肪，好喝不怕胖 4. 口感美味，我们做过市场调研，和市场很多大牌的商品都对比过，口感属于最好的	菌小伴侣面包520g	全网面包销量第一！ 累计爆卖百万份520g，夹心乳酸菌葡香小面包，便携小包装。	
卡慕网红日式小圆饼干奶盐味100g*8袋	网红日式小圆饼干，采用海盐纯奶搭配结合日本工艺烘焙制作，非油炸 外脆内酥，咀嚼时不会有饼渣的感觉，口感更加细腻，微咸 淡奶香味也适合儿童食用，早餐充饥办公室追剧必备小零食	三只松鼠肉大礼包/505g	三只松鼠肉大礼包【京东快递，时效无忧】18袋大满足！承包你半个月的好鸭（鸭脖、无骨鸭掌、鸭翅、鸭锁骨一网打尽）经典甜辣武汉风味满足挑剔的味蕾，20年鸭肉烹饪特级大师亲自操刀联合国民零食第一品牌三只松鼠匠心出品，三只松鼠连续七年全网销量第一！	
慕尼黑精酿白啤酒 500ml*12瓶装	精酿白啤酒 严格28天发酵工艺 德国进口技术 进口啤酒花酿造而成，泡沫细腻 酒液成琥珀色，麦香浓郁 烤串聚会必备啤酒。线下有200家啤酒体验馆。	坚果礼盒A	全网坚果礼盒销量第一！高端坚果礼盒1728g！高端坚果一网打尽，核桃、夏威夷果、手剥巴旦木、碧根果通通都有！	
冰青酒 青梅梅子酒青梅酒 低度果酒小瓶尾酒 女士餐餐四川冰小青 单瓶装160ml (颜色随机发货)	1. 中国果酒中的香饽饽 2. 把高端酿造果酒价格打下来！ 3. 100%原酿，不加一滴调制酒精，不加一滴工业果汁，更不加香精和防腐剂（防腐剂吃多了头发会变灰白）。比勾兑果汁香醇的健康，比泡制梅酒口感丰富，回味持久。 4. 女士微醺 缓解压力 改善心情 5. 时尚佐餐酒 6. 冰镇后佐辛辣火锅等美食，青梅解辣解腻，减少肚子疼风险 7. 选川西高原西岭雪山山脉中的生态南高，宜宾州西岷江上游林小，生长慢，和	礼盒红黄款8袋装礼包/1419g	全网坚果礼盒销量第一！超高性价比，专属直播价（只有直播才有的价格）八袋坚果，重大1419g，送礼首选！	
		素食小火锅350g*2桶	直播效果巨好，单场快手直播25万盒直播记录！买一送一，网红素食小火锅，拒绝油腻，吃了不胖	

SKU名称	推荐文案
咸蛋黄拌面108克*6桶 方便面泡面速食充饥 办公室零食	咸蛋黄的香拌着劲道的宽面，让方便面不再普通。方便面也变成一种高大上的美味！咸蛋黄带来鲜美，宽面带来劲道，区别于市场的细面。这个味道很上瘾，绝对是爱吃谁知道。
五芳斋 中华老字号 咸鸭蛋 十只装咸鸭蛋礼盒 60克*10只 端午咸鸭蛋礼盒	原生态养殖环境，新鲜空气，纯净水源，天然饲料天然养殖场产蛋，传统工艺腌制咸蛋，配以五芳斋高品质工艺礼盒，送礼自用两相宜
源氏老式大辣片 148g【5包/香辣味】	没有不老的年月，只有未泯的童心。儿时的回忆，童年的味道，美好总有些美味的寄托；此款源氏大辣片香辣爽口，嚼劲十足，冲击着你的味蕾，品味不一样的滋味。
源氏元气酸辣粉正宗桶装整箱 138g*6桶	酸辣劲爽，元气满满。粉丝采用全红薯淀粉磨制而成，筋道爽滑
喜多兄弟整箱90包网红零食大礼包	一次搞定90包零食小吃，内含饼干、膨化小吃、巧克力、糖果等各种零食小吃！零食大礼包，整箱内含90包，除了膨化小吃，还送8种赠品有玫瑰花、巧克力、贺卡、奖状等，是追女朋友的表白神器，尤其是圣诞节、平安夜相当畅销的哈！
鹿之叶红薏米芡实茶	健康好茶话，鹿之叶红薏米芡实茶。自然温养，身体放晴，无湿一身轻！ 1. 严选食材，科学新配比，崇尚自然，营养又健康。 2. 传统工艺，低温烘焙紧锁营养，不含添加剂、防腐剂。 3. 茶汤透亮，清香四溢，轻嗅慢品，皆是享受。 4. 一袋一泡，轻松摆脱茶渣烦恼。基包严密封装，干净卫生，拒绝受潮。

这场直播超精彩,你不能错过!



小北X京东直播囤年货，爆款零食嗨翻天!

小北



腾讯直播 | 看点直播 长按扫码查看

# 直播间选品



- **高佣金:** 佣金比例高达30%~50%，源头供应链，价格绝对优势
- **引流款:** 价格低至至1元甚至0元包邮引流款，助您0成本拉新获客
- **大数据供应链库:** 根据大数据，针对流量主用户生成定向的供货方案
- **精选好货:** 各大网站当季爆款趋势品牌，精选热度上涨好货
- **品类丰富:** 涵盖美妆、护肤、日化、服装、鞋包等等
- **不囤货:** 无需囤货，无需发货，样品送货上门，自营供应链一件代发

## 腾讯直播黄金公式

$$\text{GMV} = \text{私域流量} \times \text{裂变率} \times \text{转化率} \times \text{复购率} \times \text{客单价}$$

(MGM) (ARPU+LTV)

# 美妆的线下案例复盘



江苏昆山巴城镇  
(四线小镇的下沉市场)

月营业额只有不到5万

美服引流, 美妆复购

1月线上+线下共40万

学习直播运营请下载: 百学习APP

# 服装门店的私域流量如何卖美妆

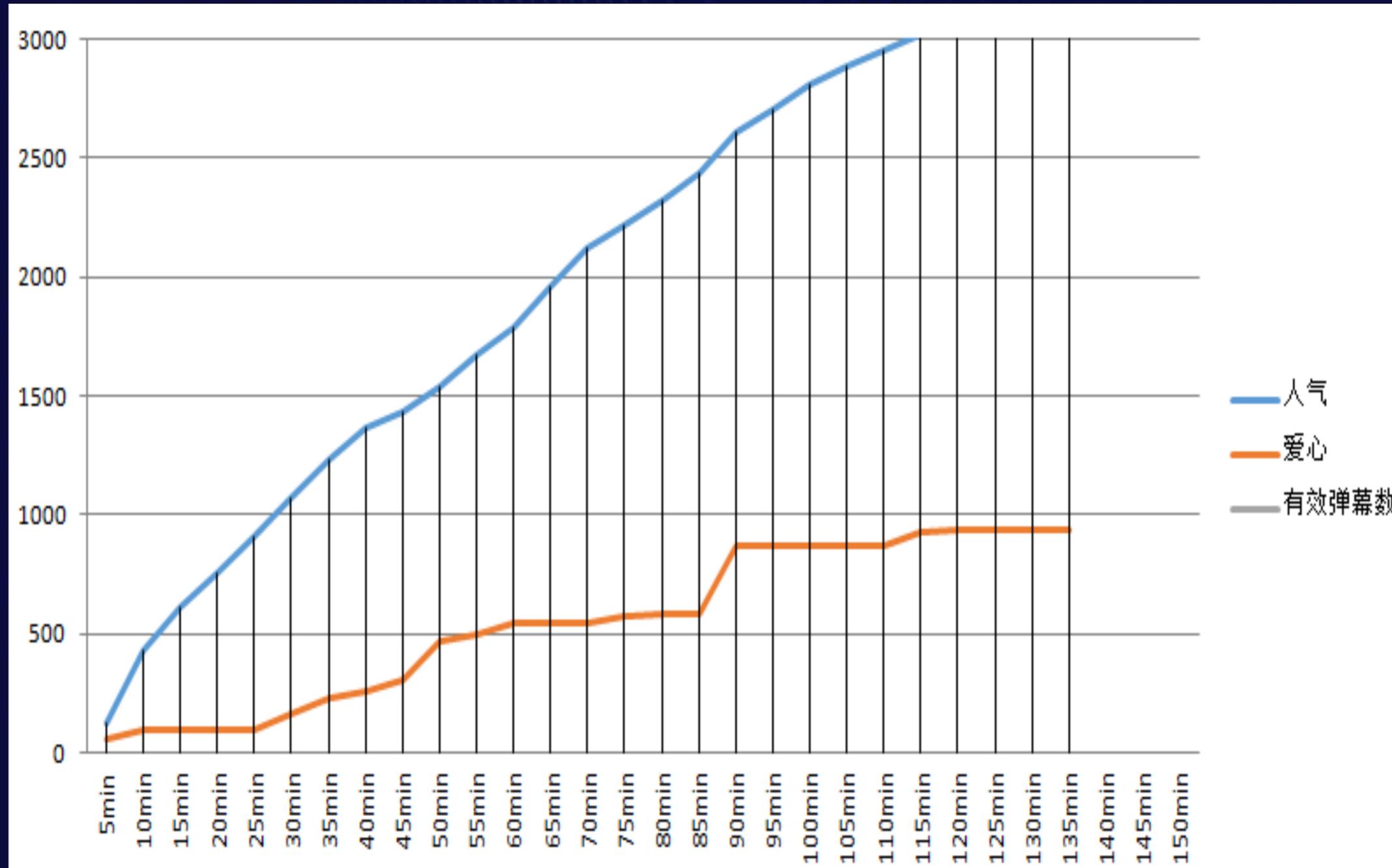
直播复盘数据汇总表

类别	项目	数据	备注
主播	引导分享次数	7	
	引导订阅次数	7	
	引导加微次数	8	
	相互打断次数	/	
吸粉	新进福利群人数	-11	
	新添加微信人数	131	
	新订阅主播人数	365	
销售	进店人数	12	
	下单人数	334	
	成交单数	445	
	新客	14	
	退货人数	3	
	加购未成交人数	34	
	总金额	28890	

关键点：

1. 从私域到私域
2. FOMO心理
3. 适度催单

# 服装门店的私域流量如何卖美妆



关键点：

1. 设计节奏
2. 参与感
3. 温柔拔草

# 腾讯直播Rundown



活动时间：  
活动地点：  
活动输出方式：线上实时直播  
活动内容类型构成：聊天互动+产品讲解与售卖

序号	开始时间	持续时长 (min)	内容类型	内容	货品	道具	备注
<b>Part pro 开场 (10min)</b>							
1		5	聊天	主播介绍自己并简单阐述直播规则和直播流程	/	/	
2		5	脱口秀	引出抽奖机制，介绍本次直播抽奖环节和福利，不断指引粉丝点赞关注。	/	/	
<b>Part 1 日化家居 (25min)</b>							
4		2	人物讲话及粉丝互动	和粉丝聊到生活中自己有哪些好用的东西。	/		
5		10	脱口秀	谈论和男朋友生活在一起，询问粉丝平时在家里谁做家务，引申到洗衣服，切入第一件产品： <b>上海硫磺皂</b> 。	上海硫磺皂	/	<b>爆款</b>
6			产品讲解及销售	1. 描述产品特性，介绍产品特点，并 <b>亲身展示</b> 体验。 2. 总结产品价值，并 <b>强调优惠力度</b> ，做最后秒杀。	上海硫磺皂		
7		12	人物讲话	和粉丝互动，说到夏天经常头发油得快，但最近发现了一个特别好用洗发水，引出 <b>力士洗发露</b> 。	力士洗发露	/	拆包展示
8			聊天+产品讲解及销售	描述两款产品不同特性。 1. 讲述 <b>护发心得</b> ，以及不同发质如何选择适用不同洗发水。 2. 普及 <b>无硅油</b> 的好处。	力士洗发露	/	
9			产品总结+秒杀	再次总结，并作最后秒杀。			

关键点：

1. 像薇娅一样宠粉
2. 像朋友一样交心
3. 像导购一样走心

学习直播运营请下载：百学习APP

# February PB直播周历



2020.02.11-02.16

11  
十八

· 沈阳站、成都站

TUE周二

12  
十九

· 扬州站、上海站

WED周三

13  
二十

· 广西站、南昌站

THU周四

14  
廿一

♥ 情人节特辑  
太平鸟男女装CP空降  
宁波站、上海站  
长沙站、沈阳站

FRI周五

15  
廿二

· 北京站、南京站

SAT周六

16  
廿三

· 合肥站、长春站、  
太原站、山东站

SUN周日



微信扫码打开小程序  
联系客服对暗号“直播”

PEACEBIRD  
WOMEN

女子刀法

# 太平鸟的全军出击

直播日期	时间	大区	城市
2月14日	12:00-14:00	两湖	长沙
2月14日	14:30-16:30	东北	沈阳
2月14日	15:00-17:00	上海	上海
2月14日	17:00-19:00	西南	重庆
2月15日	12:00-14:00		
2月15日	14:30-16:30	晋豫	郑州
2月15日	15:00-17:00	江苏	南京
2月15日	17:00-19:00		
2月16日	12:00-14:00	浙江	宁波
2月16日	14:30-16:30	东北	长春
2月16日	15:00-17:00	晋豫	太原
2月16日	17:00-19:00	山东	淄博



预约直播

2月7日-2月15日

云逛街

宅家也能逛LEDiN

11个城市“直播巡场”等你来

沈阳 长春 合肥 南京 上海  
杭州 苏州 西安 北京 宁波 济南



扫码进入公众号

点击底部菜单栏【直播】查看详情

LEDiN

学习直播运营请下载：百学习APP

# 打破常规，颠覆自救

短信营销	与直播内容策划沟通制定短信人群的活动和短信内容	短信内容编辑	活动确认无误可实行				发送营销短信 (20万)			发送营销短信 (20万)	催单
线下门店活动	与直播内容策划沟通制定线下人群的活动内容	宣传图制作	活动确认无误可实行	活动推广	活动推广	活动推广	活动推广	活动推广	活动推广	活动推广	催单
其他自有平台引流	与直播内容策划沟通制定自有平台人群的活动内容	宣传图制作, 对接人直接联系	活动确认无误可实行		预热文章发布	预热文章发布	预热文章发布	预热文章发布	预热文章发布	推广文章	催单
外部引流	与直播内容策划沟通制定外部引流人群的活动内容	宣传图制作, 与合作方联系	确认合作方与活动安排完全沟通完成					3个达人推广	4达人推广	8达人推广	
		说明		蓝色为准备阶段							
				绿色为实施阶段							
				杏色为直播阶段							
				灰色为催单阶段							



**商家战疫情** LIVE NON-STOP

# 直播不打烊

足不出户, 宅家逛街

2月14日—2月16日,  
看点直播精选线下实体商家,  
太平鸟女装新款**8.8折**, 还可叠加优惠券;  
百果园全场**8.8折**, 送货到家!  
还有更多商家优惠来袭!

直播

扫码进入活动会场

**线下实体商户** SPRING SUPPORT PLAN

# 暖春扶持计划

为了帮助线下实体商户顺利开启线上直播, 腾讯直播发起“线下实体商户暖春扶持”计划, 通过一对一的指导和培训, 让线上实体商户玩转直播, 打造行业标杆。

**商家扶持时间**  
2月20日至4月1日

**招募对象**  
线下实体商家, 行业不限。

**商家可以获得**

- 1. 一对一贴身服务**  
从账号权限开通, 到直播引导及后续优化, 均有专人对接并提供一对一指导。
- 2. 新商家基础培训**  
入选扶持计划的商家, 即可享受培训资料包(腾讯直播产品简介、腾讯直播开播准备、腾讯直播优秀商家案例集合等)。
- 3. 营销扶持**  
本次计划选出20名优质商家, 给予优惠券、广告投放、信息流资源及看点直播中心化流量等扶持。
- 4. 进阶培养**  
如表现优异的商家, 可入选腾讯直播全年扶持计划。

## 零售品牌直播黄金公式

GMV=战略（认知深度）×品牌价值（爆品）×组织能力（全体员工）

# 服装门店案例

## 社交能力、广告能力、支付营销能力三合一的探索

● 腾讯广告|精准流量

● 看点直播|直播变现

● 微信支付|营销促活



# 微信广告直播落地页跳转流程



## • 外层

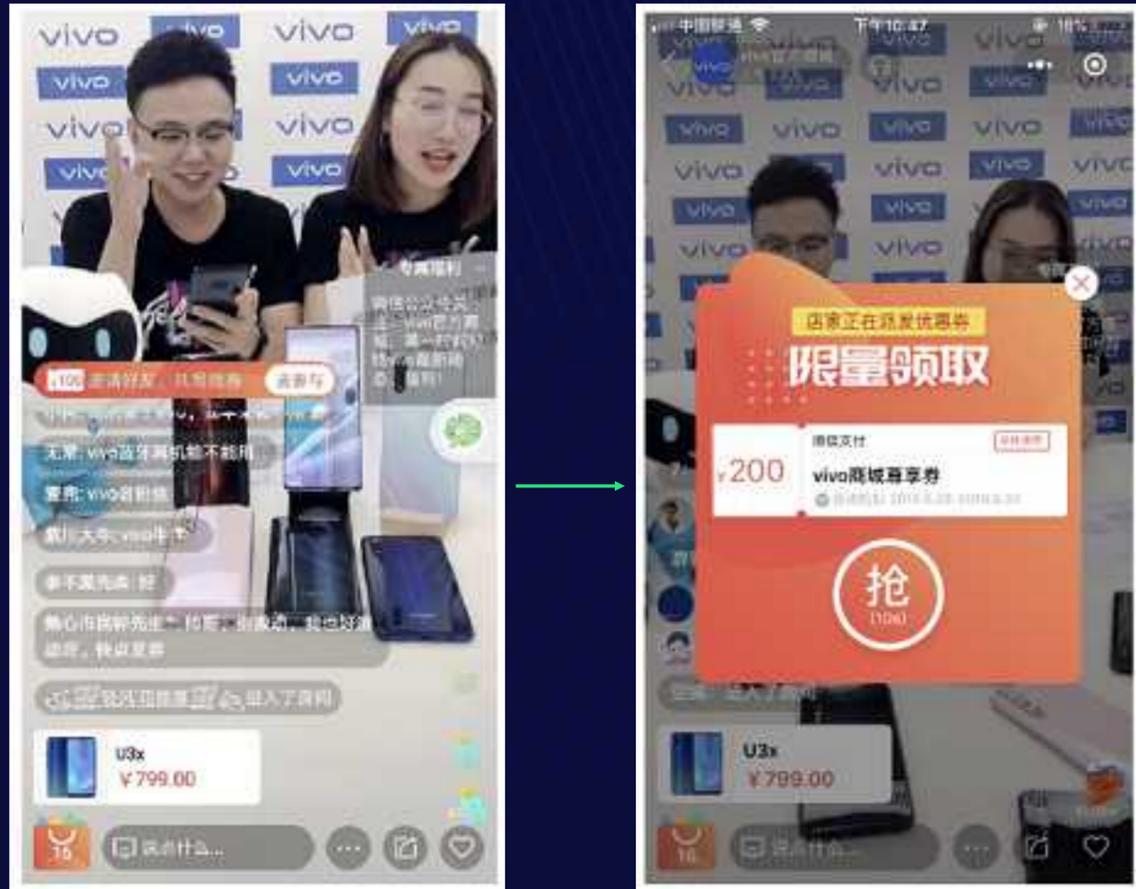
- 推荐使用限时推广，精准定向直播时段；
- 外层支持使用常规样式、基础卡片、标签卡片；

## • 直播小程序

- **直播方式**：直播带货模式，需在直播平台申请直播账号、创建直播间进行直播；发布会直播，需要客户申请直播账号后，将直播流推到直播间接入；
- **直播跳转**：未直播时，进入直播小程序显示预约直播页；直播开始时，进入小程序后会直接进入直播间；直播结束后，会自动生成回放，进入小程序直播间可自动观看回放；
- **登录态要求**：用户无需登录即可观看直播，但用户想与主播弹幕互动，会拉起看点直播的登录页面；
- **商城入口**：被种草后，用户可点击直播页面的商城按钮弹出商品列表，或者可直接跳回品牌客户小程序指定页面；

# 直播卖货搭配营销玩法优秀案例

## 社交传播推动转化效果倍增



- 直播叠加优惠券，社交传播放大效果
- 通过投放广告落地直播页面售卖手机，搭配优惠券等营销玩法，通过社交传播的方式扩大直播的外溢效果，大大提升了打次直播的转化效率；
- 用户可以在直播落地页内，邀请好友一起看直播，双方领券，皆可享受优惠价格，不仅互动性得到提升，社交传播也放大了效果；

98%+

直播领券率

30%+

优惠券核销率

# 爱客十周年直播复盘（与see联合打造）

I&K

## 销售指标UP

- 下单金额306W
- 付款金额261W+
- 付款单量6437
- 最高单品销售46W+

## 品牌影响力指标UP

- 累计观看人次30W+
- 直播间新增订阅10221
- 公众号新增关注2W+
- 线下门店销售提升18%

# 直播前

模块	细项	SEE	爱客
产品	营销工具	优惠券功能上线	敲定优惠券力度
流量	广告投放	1. 人群画像 2. 人群抓包 3. 广告审核	1. 提供会员号码 2. 准备投放素材
	预热方案	1. 预热方案建议 2. 朋友圈投放方案	1. 公众号推文输出 2. 线下预热安排与物料准备 3. 个人号与朋友圈联动宣发
运营	试播	根据主播话术、节点优化、场景搭建提出建议	1. 输出主持稿 2. 直播节点策划 3. 直播场景搭建
	直播间引导 & 主播话术	1. 订阅引导 2. 下单引导 3. 活动引导	试播引导较差
	售后	双方客服拉群及时沟通	
	直播选品	提供选品意见	1. 商品选品（新品、潜力款） 2. 产品搭配

# 品牌引流

## • 品牌私域流量调动

- 1、门店引导
- 2、朋友圈、社群预告
- 3、公众号推文

## • 促销策略

- 1、关注公众号获得优惠券
- 2、内部购买返600元现金券

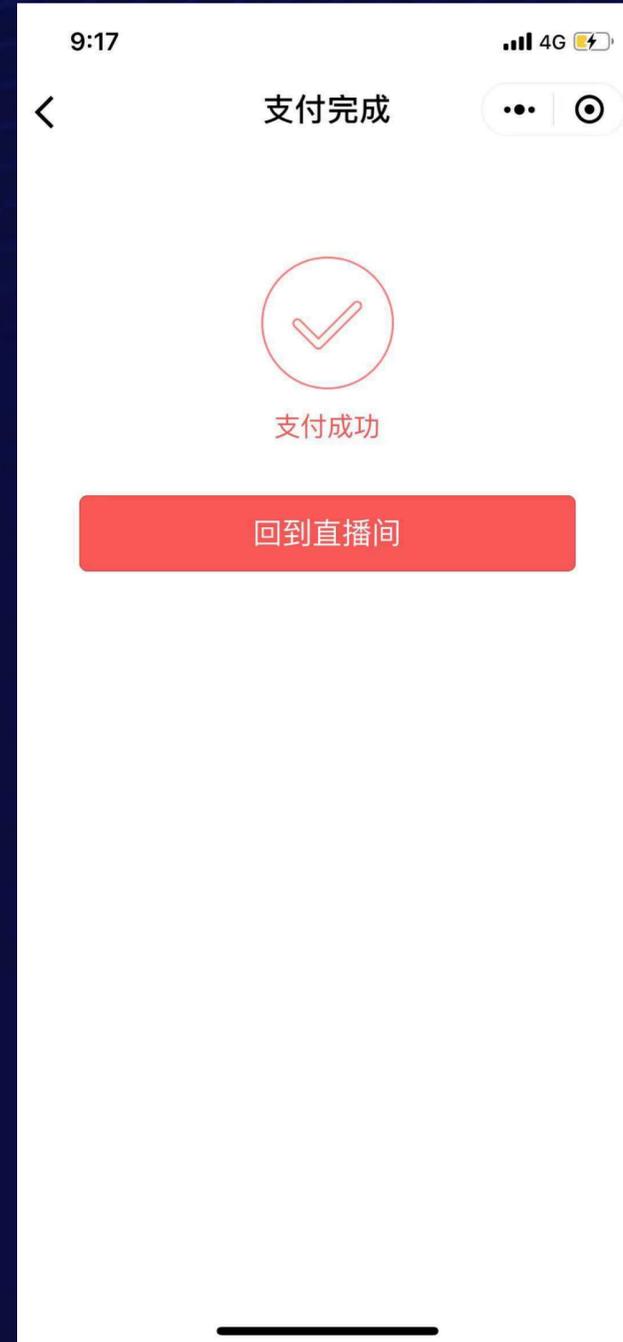


# 直播中

模块	细项	SEE	爱客
产品	稳定支持	产品研发在线支持	/
流量	广告投放	控制竞价	/
	断播处理	腾讯广告协助紧急提审	重新发布服务号图片推送
运营	气氛营造	评论引导, 画外音控场 根据商品售卖情况 及时返场加库存售卖	直播运营控场 画外音产品介绍 补充空白时间段
	断播处理	商品按展示即时关联	应急调整产品介绍撕除序号
		操作权限转SEE控场	维护调整现场秩序
	稳定支持	产品研发在线支持	/

# 直播后

模块	细项	SEE	爱客
售后	发货	单量较大无法一次完成 研发协助导入订单	整理订单备货 第二天及时完成发货
	退款	协助进行客户对接	及时响应线下提货退款需求
	兑奖	收集信息当晚即反馈	响应客服完成现金券兑奖



# 小结

1. 最高明的技巧是真诚地和用户交心，交心换交易
2. 公众号、微信群、个人号、企业微信联动的关键点是**用户数据的埋点设计**，尤其是提高复购率和客单价
3. 要想微信广告ROI大于3，关键**用好号码包**

# 腾讯直播商家扶持计划

(2020年上半年陆续推出)



看点直播小程序广场  
(用户规模3kw)



手机QQ看点广场  
(用户规模1亿)



QQ浏览器首页及本地频道  
(用户规模1亿)



手机QQ附近广场  
(内测中)

Tips：上述扶持资源位，需考核直播间数据，包括用户时长，互动数据，GMV等。

学习直播运营请下载：百学习APP

免费不抽成的知识付费平台

免费创建知识店铺

收益零抽佣

提现免手续费

功能全部免费

[www.baixuexi.com](http://www.baixuexi.com)



学习直播运营请下载：百学习APP

# 腾讯直播 再小的群体，也有自己的舞台！

