

第 1 章

从零开始，学做主播

学前提示

近年来，越来越多的人涌入直播行业，想赚一把快钱，但是很多人对于直播只有片面的认知。

本章将加深主播对直播行业的认识，带领大家从零开始学做主播。

要点展示

- 主要类型，6 种选择
- 主播搭配，干活不累
- 主播入门，从 0 到 1
- 打造完善，主播带货



1.1 主要类型，6 种选择

直播的形式多种多样，层出不穷，比较常见的形式有秀场直播、活动直播、体育直播、游戏直播、生活直播、教育直播等。本节将为你详细介绍不同类型主播的直播内容。

1.1.1 秀场主播，秀出自己

秀场直播，顾名思义就是通过直播来展现自己，秀自己。在过去，想要成为明星要经过重重筛选，还要有资金和粉丝支持，一般而言比较困难。而如今，有了众多直播平台，只需开通一个直播号，拥有一台电脑或一部手机就可以推广自己。只要你有真才实学，就能获得他人的关注。

“秀色直播”是比较知名的秀场直播平台。如图 1-1 所示，为秀色秀场的直播广场。从图 1-1 中可以看出，各式各样的才艺都有，如果你没有才艺也没关系，只要你能展示出自己的独特之处就行。



图 1-1 秀色秀场的直播广场

这样的秀场直播不仅灵活，而且门槛较低。只要有梦想的年轻人都可以通过这个平台去运营，有的人甚至能够借此赚取丰厚的利润，成为网络中的“小明星”。

1.1.2 活动主播，宣传作用

活动直播主要是针对公司。比如，某公司要推出一款新的产品或举办一场大型的销售活动，这时候直播就可以起到一个平台的作用。很多企业举办产品直播



发布会都会请一个专业的主播。通过直播，对发布内容感兴趣的用户只需要打开手机就能看到企业的活动。

例如，2020年3月26日在法国巴黎，华为线上举办了一场别开生面的直播发布会，余承东担任主播，从硬件性能和通信方面介绍华为新品 P40，P40 系列全线支持 40W 快充技术和无线充电，手机采用索尼新一代 IMX700 传感器，像素达到 5000 万，这场发布会结束以后，在网上获得了很大的反响。从中可以看出，活动直播能够为企业或娱乐界带来流量，并起到良好的营销宣传作用。

1.1.3 体育直播，实时热点

体育直播指的是对体育赛事进行实时播报，可以说这是一种比较成熟的直播类型，同时也是我们耳熟能详的直播。在体育直播过程中，用户可以采用发弹幕的方式支持自己喜欢的参赛队，还可以和讲解赛事的主播互动，给主播送礼物、红包等，如图 1-2 所示。

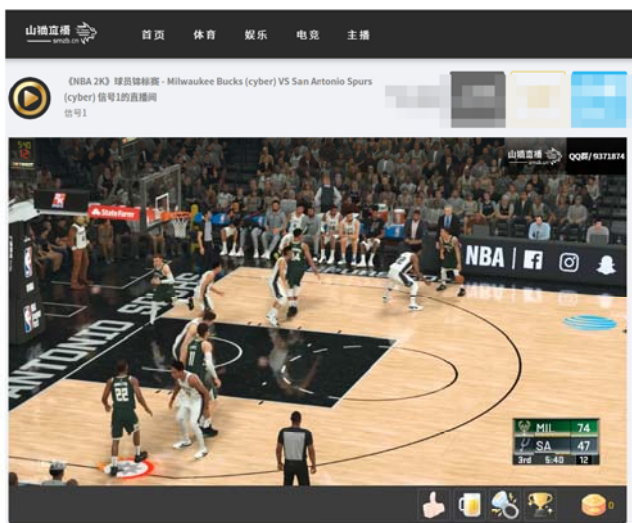


图 1-2 篮球直播

例如，2020 年拳击选手张伟丽火爆网络，原因是张伟丽在国外打拳击比赛，以超强的实力获得了冠军。大批喜欢拳击但无法去现场观看的粉丝，在网络上观看了节目，并直呼过瘾。

由此可以看出，体育直播有很大的影响力，尤其是在直播一些关注度高的体育赛事时，例如世界杯、奥运会等，用户的数量会上涨几百万甚至几千万，这也是体育竞技的魅力所在。



1.1.4 游戏主播，线上交流

游戏直播这几年的发展速度之快令人咂舌，这也和游戏的火爆密不可分。游戏直播的性质和体育直播有几分相似，不过是将竞技的场所从运动场转移到了电脑面前。游戏玩家借助直播平台几乎都可以找到志同道合的小伙伴，最方便的是可以交流竞技经验，互相学习游戏技巧，从中获得精神享受。

游戏直播平台中，比较知名的有斗鱼直播、虎牙直播等。如图 1-3 所示，为虎牙游戏直播的界面。从中可以看到满屏都是游戏直播的信息，而且界面左侧还对游戏进行了比较详细的分类。

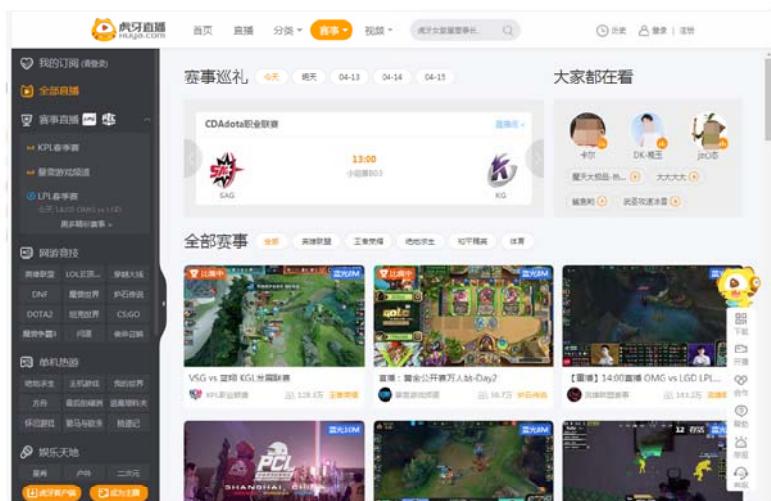


图 1-3 虎牙游戏直播

在直播过程中，游戏主播可以与粉丝进行很好的交流互动，吸引喜欢他们的粉丝，互动期间，用户还可以给主播送礼物。因此，很多人气较高的游戏主播月收入上万，同时也反映了游戏时代的真实现状。游戏直播让玩游戏从比较单一的竞技活动变成了实时交互的社交活动。

越来越多的人现在开始关注游戏主播，但是用户对游戏主播的游戏水平要求也越来越高，有的时候主播游戏打得不好，还会被观看游戏直播的用户吐槽。

1.1.5 生活主播，日常分享

生活直播的意思就是通过手机下载直播软件对个人的日常进行直播，这种直播不受时间、地点的限制，走到哪里直播到哪里。生活直播最大的特点就是与他人分享自己生活的点滴。

在微博上有一个微博名为“珍哥小姐姐”的主播，有 60 多万粉丝。生活主



播一般会在微博上直播吃饭、逛街、旅行、买衣服等内容。主播“珍哥小姐姐”用手机直播自己的日常生活，并以此俘获了很多粉丝，如图 1-4 所示。



图 1-4 “珍哥小姐姐”的直播内容就是自己的日常生活

在直播过程中，主播以一种亲近可爱的语言与粉丝对话，在微博直播间分享自己的生活，这些都能与粉丝产生精神上的共鸣。

1.1.6 教育主播，在线学习

学校教育是一种比较传统的教育形式。但是，随着网络资源的共享，孩子们不仅可以在学校里学习，也可以在网络上学习，很多从事教育或者懂得某一门知识的人，纷纷化身为主播，在网上直播授课，吸引大量的粉丝围观。

当然，线上直播教育平台的上线，使教育主播成为一种新兴职业。这些平台通过主播的传授，让孩子可以在电脑面前交流、在家学习。

早在 2000 年，新东方就推出了直播课堂，并一直在业界保持着良好的口碑与势头。除了老牌培训机构新东方之外，还有路云朵课堂、网易云课堂等在线课堂。

教育直播不仅可以实现远程教育的功能，让学习变得更加便捷，同时还弥补了教育资源分布不均的缺陷，在一定程度上有效地促进了教育公平。如图 1-5 所示，为知名的教育培训机构“学而思网校”的直播课堂。

在抖音上也有一些主播在平台上进行免费的数学、英语教学。例如，某主播在抖音上教高中数学，如图 1-6 所示。



图 1-5 “学而思网校”的直播课堂

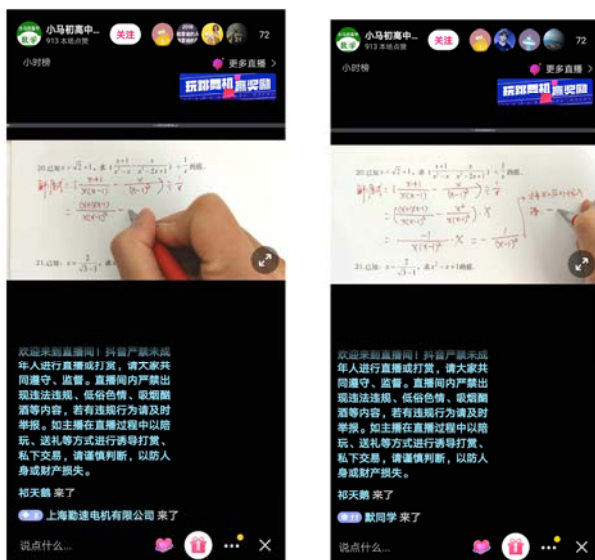


图 1-6 抖音平台某主播在教授高中数学

1.2 主播搭配，干活不累

俗话说，我们能轻易地折断一根筷子，但无法轻易地折断一把筷子。一个人的力量永远比不上一群人的力量。一个主播单打独斗，不如几个主播共同合作。

我们都知道，一个人激情四溢地大声吆喝，没过多久就会筋疲力尽。直播时间越长，对于主播来说，就越有挑战性。在观看直播时，我们可以听到很多主播的声音都有一些沙哑。因为主播在直播时，不仅需要不断地介绍产品，吆喝售卖，



还要试穿、试用产品，更需要积极地调动直播间的氛围，与用户及时互动。

因此，光靠主播一个人是远远不够的，为了分担主播的任务量，更好地为用户服务，我们可以选择一个或者几个人一起直播。让别人帮你选择商品、联系供应商、在直播间吆喝、杀价、活跃气氛、实时监控数据、记录销售订单、与观众互动等。

1.2.1 两人主播，交流配合

在直播过程中，两人配合进行直播尤其常见。在推荐商品时，两个主播聊天互动比一个人侃侃而谈更有看点。一位主播向用户传递主要信息，另一位主播控制场面，营造氛围。

例如，为了缓解疫情对线下实体书店的冲击，2020年4月30日白岩松在抖音平台担任主播，以180分钟直播连线的方式，向用户推荐六家民营书店，分别是西西弗、言几又、钟书阁、泉州风雅颂数据、南京先锋书店、见鹿书店。

白岩松在直播间提倡纸质阅读，希望越来越多的人到书店读书、买书。如图1-7所示，为主持人在和风雅颂书局负责人连线的场景。直播过程中，白岩松问风雅颂书局负责人哪些书的销量比较好、书店的销售额等问题。通过一问一答，让用户了解到书店当前的运营状况。

除了两人连麦对话的直播方式外，两个主播在现场直播的方式也很常见。例如，两位主播为用户展示服饰，如图1-8所示。



图 1-7 白岩松和书店负责人直播



图 1-8 两位主播为用户展示服饰



1.2.2 三人主播，交替工作

一个主播的成功离不开主播的个人能力，也同样离不开团队的运营。在直播过程中，三个人出镜直播带货的直播方式并不少见。

三个人同时直播交替工作，能够不间断地向用户传递信息，主播休息的时候另一个人可以继续补充介绍，使直播间保持信息的输出，让用户持续关注。

三人团队分工明确，第一个大主播对产品进行介绍，第二个主播服务大主播，帮助大主播介绍产品，在大主播休息的时候，适当地插话和补充。第三个主播在旁边应和主播表达的观点，介绍活动，回答粉丝的问题，与粉丝保持联系。

例如，在淘宝账号名叫“默默 mo7”的一场直播中，第一个主播介绍商品，第二个主播介绍产品的优惠活动，积极与粉丝沟通，第三个主播做场助，为主播提供产品，如图 1-9 所示。



图 1-9 三人直播间

1.2.3 四人主播，分工明确

对一个主播来说，一场直播下来往往会筋疲力尽。主播不仅要及时欢迎新用户，还要巩固老用户，及时地回复用户提出的问题，往往一刻也不停。为了解决这个问题，我们可以选择多人出境。不仅如此，四个人同时表达一个观点，还能加强说话的力度，体现话语的重要性，从而获得更好的直播效果。

第一个主播展示产品，第二个主播应和并强调产品的优点，第三个主播做好服务，第四个主播做好运营，回答粉丝的问题。四个人分工明确，配合默契就能够获得很好的直播效果。



1.3 主播入门，从 0 到 1

每个主播的成功都是有原因的，李佳琦的成功离不开背后的平台和团队；薇娅的成功离不开自己早年在娱乐圈的闯荡、开服装店的经验；罗永浩的成功离不开他作为“锤子”手机创始人自带的流量和抖音平台的扶持。每一个大主播都是从小主播逐渐成长起来，逐渐被人熟知的，那么主播应该如何从 0 到 1 做好直播呢？

在直播行业中，有太多的主播怀着新奇、试一试的心理，还有一些新人主播，在看到那些 TOP 级别的主播一次次超高的成交额后，要么觉得遥不可及，要么幻想自己也可以成为这种 TOP 主播，这种心理都是正常的。

随着直播行业的竞争越来越激烈，很多新手主播的收入非常不稳定，在初期也没有很高的人气。一个新手主播要想成为这种 TOP 级别的主播，并不简单。主播当下应该重视的，是了解直播的基本流程，帮助自己走出漂亮的第一步。如图 1-10 所示，为做直播前的现场准备。



图 1-10 做直播前的现场准备

1.3.1 开播之前，选择专业

在直播行业，主播要做的事情，不是单纯地在屏幕前进行直播就可以了，这只是展现在屏幕上的工作。真实的情况是，从进入主播行业，到第一次开播之前就需要一步一步扎实地打好基础。

做主播有两种获得收益的类型：类型一是才艺主播，通俗来讲，就是主播利用自己的才艺或者个性特点等吸引粉丝，让粉丝对主播进行打赏；类型二就是带货主播，就是主播通过销售产品，获得出场费和佣金。



当然也有一些主播，两个类型都兼顾。例如，某美食主播通过展示自己能吃而吸引粉丝，进而向观众推荐自己所吃的食品，进行带货直播。

不变的是，才艺主播需要有自己擅长的才艺或者沟通技巧来吸引粉丝打赏，带货主播要有清晰的表达能力从而使粉丝购买产品。

在直播之前，主播要思考自己擅长的直播方向，才能吸引更多的用户。为了更好地了解直播的流程和步骤，下面将从直播的几个阶段介绍新人主播在各个直播阶段的工作内容，以及需要掌握的技能。如图 1-11 所示，为新人主播的直播阶段分析。



图 1-11 新人主播的直播阶段分析

不管选择什么方向，主播都需要有自己鲜明的个人特色。在开播之前主播要选择好自身的专业，并对自己有清晰的定位。以下几点能够帮助主播进行定位。

1. 明确个人定位

主播应明确自己在直播间的人设。在直播行业里，主播的人数和类型太多，想让观众记住你，不能单凭外表。毕竟，这个世界上好看的人太多了，这就是为什么会出现“好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一”的说法。

人设一直是吸引粉丝的法宝，当主播树立起自己的人设后，需要不断地向粉丝强调自己的人设，更重要的是让粉丝相信自己的人设。例如，主播可以在直播间向观众和粉丝说，“这周的销售额要做到第一”“我要成为在直播榜上前多少排名的主播”等。

这样可以让粉丝感觉，这种充满斗志和信心的人就是我想成为的那种人、这个主播就是我向往成为的那种人，我要向他学习，和他一起成长、进步。让粉丝感觉支持这个主播，就是在支持自己。

当然，主播更应明白的一点是，强调人设的目的在于你所树立的人设能够让喜欢你的粉丝更加信任你。也就是主播在直播间的行为举止要符合自己的人设，要让粉丝觉得主播说话内容所表现出来的模样，和主播在直播间表现出来的模样是贴近、相符合的。



主播在一定程度上和偶像一样，都需要一个人设作为别人记住自己的标签。标签可以是人物的性格，也可以是产品。最了解自己的人还是自己，这就需要主播认清自己的专业和人设定位，让自己在直播成长道路上有一个不错的开端。

人物标签的确定非常重要，标签可以是可爱的萌系主播，也可以是帅气的御姐型主播等。作为一个主播，重要的是让粉丝一旦看到类似“萌系”“御姐”等关键词的时候，第一个想到的就是自己。如图 1-12 所示，为御姐风的主播。如图 1-13 所示，为可爱风的主播。



图 1-12 御姐风的主播



图 1-13 可爱风的主播

主播的产品标签就是自己卖得最好的产品，比如，李佳琦又名“口红一哥”，因为其最擅长销售的产品是口红，口红就成了李佳琦的标签。如果想让粉丝对自己的人设信服，主播在直播的时候，可以通过肢体语言向观众和粉丝表现出自己的性格、形象。此外还有一个更简单的方法，那就是主播自己“说”出来。

例如，在抖音直播中，有一个主播就是通过讲故事的方式为自己营造人设。主播讲述自己是一个卖鞋的商家，因为疫情的原因，大量鞋子卖不出去，并且因为请不起美女网红，于是就自己带货。商家为了模仿美女网红，还带了假发和小卡子，营造了一种悲惨商家的人设。

通过主播的自我叙述，用户感受到主播的真实，而真实就能够让用户信服，继而产生信赖，再演变成依赖，从而让粉丝最后“锁定”你的直播间。很多用户都表示理解商家的难处，用户对故事人设产生共鸣后，能够迅速地认可主播的观点。如图 1-14 所示，通过人设的渲染，主播不仅收获了人气，还售出了产品。



图 1-14 抖音主播突出悲惨商人设售卖商品

2. 选择才艺方向

选择才艺方向，即主播应选择自身所擅长的领域、专业。主播如果想通过才艺得到打赏，就需要找到自己擅长的方向，比如美妆、美食、娱乐、游戏、乐器等。在抖音直播间里，大部分主播都有自己的表演内容。如图 1-15 所示，为两位不同的主播展示笛子和古筝演奏。

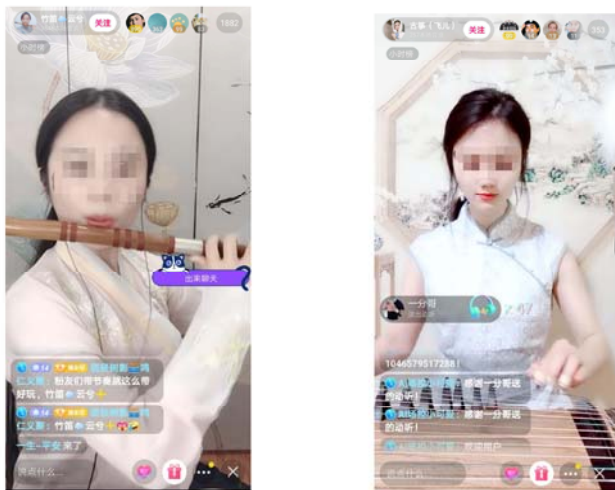


图 1-15 抖音主播展示乐器才艺

3. 选择直播带货

对于直播带货来说，最终还是需要粉丝买单，但是要让粉丝愿意花钱买单，



是需要一定的销售技巧的。

最基础的销售技巧就是主播自己对商品的了解程度可以让粉丝觉得很专业，从而让粉丝产生信任感。如图 1-16 所示，为两位主播非常专业地介绍产品。当然最重要的是，商品的品质可以吸引粉丝愿意再次购买，这才是留住粉丝最好的方法。



图 1-16 淘宝主播专业地介绍产品

1.3.2 试播阶段，边做边学

在试播阶段，对于刚开始直播的主播来说，可以从以下两个方向作出改变，节约彼此的孵化时间，从而提高孵化成功的概率。如图 1-17 所示，为提高主播孵化成功率的措施。

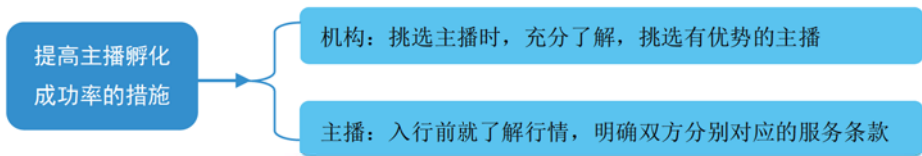


图 1-17 提高主播孵化成功率的措施

首先需要认真挑选直播机构。这个阶段主播要学会主动学习，加强对直播相关知识的了解，对不足之处要及时改善，提高自己的专业技能。

1. 选择机构

主播需要选择合适的直播孵化机构。对于直播机构，最重要的就是投入的成



本可以快速得到回报，但是作为一个新人主播，要想在短时间内就获得流量进而盈利，这样的成功范例很少。

试播阶段，是一个前期需要投入，却没有回报的过程。很多机构为了节约资金，都尽可能地去压缩新主播前期的投入成本，将更多的资源分配给比较成熟的主播。但新主播在前期恰恰是非常需要运营和关注的，如果得不到相应的关注和重视，主播在遇到问题和疑问时，就只能自己一步一步摸索，这样太耗费精力和时间，影响主播的直播成功率。

此外，部分机构会给新主播提供一个试播机会，时间为一周左右，机构会给主播提供测试账号，或者去某个店铺进行直播测试，进而衡量主播的潜在价值。

2. 积极学习

在正式步入直播行业后，主播应该主动学习直播知识。在初期应尽可能地汲取专业知识，就像从事其他工作一样，也会经过一段实习期，只有在实习期表现不错的员工才能转正或者提前转正。主播并没有想象中那么轻松，也不是一个可以随便对待的工作。不管是想吸粉、扩大自身的影响力，还是想直播销售、获得金钱收入，主播都需要认真地学习直播知识，从而提高实战能力。

在试播阶段，可以尝试通过以下两种渠道学习和累积自身的直播经验，如图 1-18 所示。

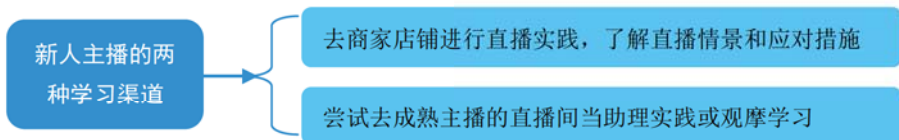


图 1-18 新人主播的两种学习渠道

新主播都是从学习直播知识，了解、掌握直播流程开始的。像建房子一样，只有最初把地基打好，才能在这个基础上进行其他布局、规划。通过不断地实践和学习，我们才能踏踏实实地走好直播这条路。

1.3.3 运营阶段，保持势头

在试播期间之后，主播就可以正式进入运营阶段。这时机构会重点考察用户在该主播直播间的停留时间长短和路转粉的比例。如果这两个数据都不错，那么下一周主播的数据基本上就会出现上升趋势。这个时期机构会对主播的各个方面进行审核，进而判断主播的发展潜力。

为了从一开始就把这两个数据做好，主播除了要保持自己直播的劲头外，还需要在直播脚本上下一定的功夫，这份脚本应规划主播每天的直播流程、直播内容、话术建议、画面展示。如图 1-19 所示，为某直播的脚本内容。



档口整场直播提纲 (以服装档口为例)			
直播主题	春季新品上新		
直播流程	直播内容	话术建议	画面
1. 开场1min	开播介绍	进入直播状态, 签到环节, 和进来的用户打招呼	近景直播, 切主播画面
2. 1~5min	商品预告	边互动边安利本场直播1~2款爆款, 互动建议选择签到打卡抽奖, 不断强调每天定点开播, 等大部队来	近景主播介绍, 中景全身比对照主推款
3. 10~20min	商品介绍	将今天所有的款全部走马观花过一遍, 不做过多停留潜在爆款可重点推荐。整个剧透持续10分钟, 不同款配套全身比对照展示。整个过程不看评论, 不跟粉丝走, 按自己的节奏逐一剧透	中景全身比对照展示
4. 开播主体	商品卖点讲解 试穿搭配演绎 互动玩法	开播半小时左右正式进入产品逐个推荐。有重点地根据用户需求、促销优惠来介绍, 参考直播前预设的产品结构顺序。每个产品进行5分钟直播。主推款试穿, 介绍搭配方法, 同时优惠券、抽奖、引导下单。	切主播全身, 试穿主推款详细介绍, 近景特写展示服装细节
5. 最后1小时	返场演绎	做呼声较高产品的返场演绎	
6. 最后10min	下播预告引导	剧透明天服饰款品, 见缝插针回复今日商品的问题。强调关注主播, 明天几点准时开播, 明日福利	

图 1-19 直播的脚本内容

在直播的前面几天, 可以不考虑安排商品, 只专注于树立主播的人设以及强化这个人设。到后面几天, 再开始让主播推荐一些商品, 商品的数量要和直播间的直播时长、带货强度保持一致, 并且呈现同时上涨的趋势。如图 1-20 所示, 为主播在直播间进行商品的推荐活动。

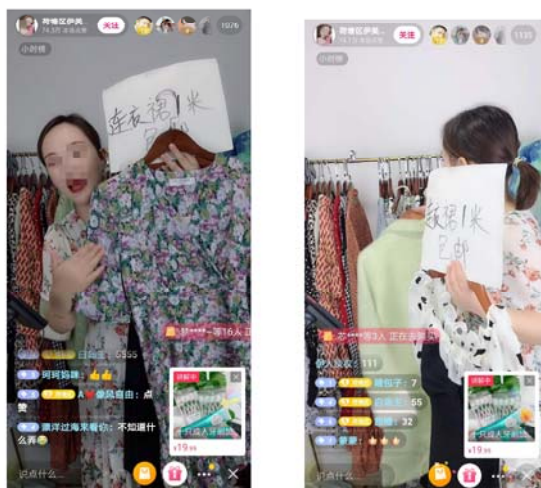


图 1-20 主播在直播间进行商品的推荐活动

如果第一周的数据还不错, 不出意外的话, 第二周的数据会有所上升。第一周在平台上的表现相当于为下一周获得流量做一个铺垫, 第一周属于获得流量的一个过程, 那么第二周就可以承接上周的流量了。这个时候, 主播需要做的就是维持之前的主播风格, 不要去尝试改变, 寻求所谓的突破, 整个直播风格要保持一种稳定的状态, 以吸引更多相同类型的用户。

只要好好地吸收、消化主播带来的流量, 完美地承受住这些流量的注入, 主播和直播间在平台上面的印象分数就会提高, 之后主播在流量分配上自然也会多一些, 这对于后期的成长是非常有帮助的。



1.3.4 起飞阶段，持续改进

当主播已经拥有了一部分观看直播的用户，直播技巧也越来越熟练后，表明主播已处在起飞阶段。在起飞阶段，学会持续改善不足之处，优化直播细节是非常关键的一步，所以主播要学会这两点。

1. 持续改善不足之处

这个阶段，直播间的数据会出现明显的变化，而变化的结果只有两种，变好或者变坏。主播要根据直播数据进行改进，如果直播间数据没有提高反而下降，就是变坏，那么主播和机构就需要重新制订主播的孵化计划，同时一定得做好打长期战心理的准备，保持好心态。

2. 优化直播细节

如果孵化成功，这时候主播和机构要做的就是优化直播间的细节，进一步提升直播间的档次。比如，根据直播内容来装饰直播间，在直播间的背景、灯光、饰品、摆设等细节上，进行一定程度的优化，这样可以提高直播间的视觉效果，提升整个直播间的档次等级，也可以起到吸引潜在粉丝的作用。良好的直播背景能给人带来愉悦的感觉，糟糕的环境会让粉丝立即划走，毫不停留。

例如，主播直播唱歌表演才艺，就需要有一个让用户看起来很温馨的直播背景，如图 1-21 所示。带货主播直播售卖，直播背景就要和产品相关。例如，主播售卖包包，背景就是摆满包包的一面墙，如图 1-22 所示。



图 1-21 主播的背景给人温暖的感觉



图 1-22 带货主播的背景是一墙的包包



1.4 打造完善，主播带货

一个小主播要成为超强的带货主播，需要不断地坚持和学习。通过不断的实践和积极的探索来完善自己。本节为读者讲述如何成为一个超强的带货主播。

1.4.1 不断充实，由小到大

每一个新人主播都希望可以早日从“小主播”成长为“大主播”，但是成为大主播的过程并不容易，它需要付出一定的时间和努力，不断地学习、提升自己的主播知识以及不断地提升、改善自己的直播风格，与时俱进。如图 1-23 所示，为从“小主播”到“大主播”的 3 大步骤。

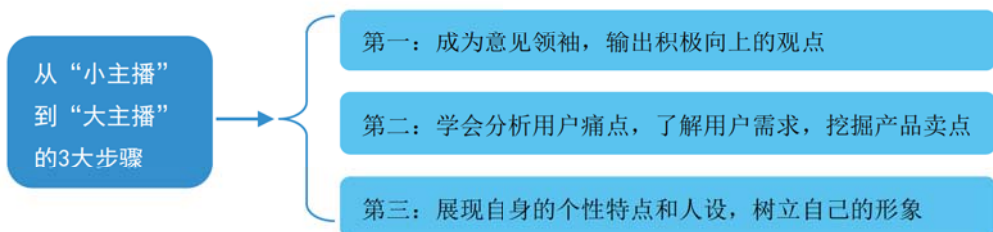


图 1-23 从“小主播”到“大主播”的 3 大步骤

1. 成为意见领袖，输出积极向上的观点

直播间主播的角色在某种程度上可以说是一个意见领袖。要想获得用户的追随和认可，就需要主播能正确、清晰地表达自己，控制整场直播间的节奏，让粉丝跟随自己的节奏走的能力。

主播通过一系列观念的输送，可以向粉丝传递一个信息，那就是我的产品价格合理、质量超群，并且从性价比的角度来看，它甚至是超值的。主播要用自己的意见、自己的观点去说服其他人，在用户的心里种下渴望购买的欲望种子。

另外主播在表达自己的同时，要时刻注意输出积极向上的观点，任何消极负能量的表达都不利于主播个人的发展和产品的推广。

2. 学会分析用户痛点，了解用户需求，挖掘产品卖点

主播要学会了解粉丝的年龄等个人情况，从而判断他们的关注点、分析他们的购物心理和动机。以服装销售为例，有些顾客因为便宜、划算、实惠进而选择购买；有些用户觉得布料舒适进而选择购买；有些用户觉得款式适合自己，可以显瘦，进而选择购买。了解用户的痛点需求以后，再挖掘产品的卖点，这样才能触动用户的心。

主播在直播间进行销售时，要想让自己销售的商品能有不错的成交率，就需



要了解用户的需求，使商品可以最大化地呈现出它的价值。如果在满足用户需求的对比中体现不出优势，那卖点也就不能称之为卖点了。

例如，某主播是一个蛋糕师傅，该主播在镜头面前直播制作雪花酥，并且直接在网上进行售卖，卖点就是手工制作、材料新鲜、制作过程全公开、干净卫生，如图 1-24 所示。

3. 展现自身的个性特点和人设，树立自己的形象

主播要想长久地走下去，成为一个专业的大主播，就要树立自己的专业形象，把最好的一面展现给粉丝。

例如，某抖音主播在直播间售卖樱桃，为了获得更好的直播效果，该主播身穿和樱桃颜色相近的马甲，并且耳朵上戴了一对樱桃样式的耳环，如图 1-25 所示。



图 1-24 主播在直播间制作雪花酥



图 1-25 主播根据直播内容打扮自己

1.4.2 算法机制，了解风口

在直播销售的中后期阶段，就会有一些商家根据直播间的各方面数据、主播风格等，选择一些合适的主播负责自家商品的推广以及销售工作，这也是主播和商家之间一种双向获益的合作。

商家付出一定的费用，借助主播的力量，提高商品的销量、加大商品曝光率，商品受众面也会得到扩大；而主播则有机会接触不同的商品类型、及时了解最新的商品款式，除此之外还可以获得一定的收入。例如，商家在联系淘宝主播时，



一般有以下两种途径，如图 1-26 所示。

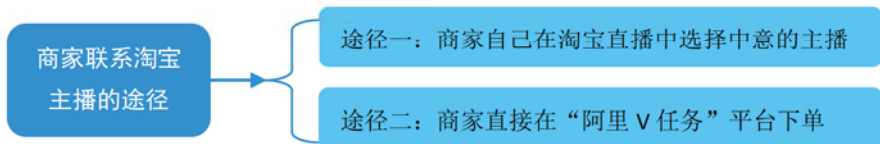


图 1-26 商家联系淘宝主播的途径

1. 商家自己在淘宝直播中选择中意的主播

商家可以在主播的个人页面上点击头像，直接和主播联系。一般情况下商家会直接在对话框中说明他的意向，留下联系方式。主播可以在方便时回复信息，感觉比较合适的话，就可以沟通合作的费用问题。

另外，现在大部分主播会自己在宝贝列表中设置名为“商家合作联系主播”的栏目，商家可以通过点击该栏目，查看主播的联系方式。

2. 商家直接在“阿里V任务”平台下单

“阿里V任务”平台是阿里巴巴集团推出的内容服务平台，该平台主要解决有关商家和淘宝内容创作者的商业合作问题。

在进入阿里V任务平台后，商家在下单过程中只要选择直播这一栏，就可以通过阿里V任务平台和主播进行联系。如图 1-27 所示，为阿里V任务平台主页。

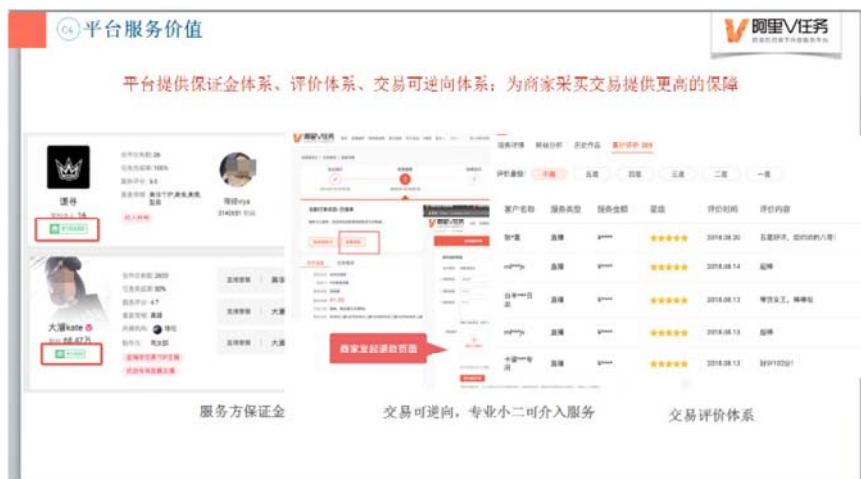


图 1-27 阿里V任务平台主页

最后，主播们需要注意的一点是，不管通过哪种方式和商家联系，确定合作



后都需要通过阿里 V 任务来下单，这样对双方来说都是一种安全保障。如果选择私下接单，被平台查实后，主播的权限会被封掉。

3. 商家和直播销售主播的合作方式

商家和主播之间的合作方式，大多采取底薪 + 提成的形式，主播可以和商家制定好开播的时间、时长，以确定好底薪，以及约定好每一件商品卖出后的提成金额。

主播和商家应把这些约定在阿里 V 任务平台上写清楚。至于价格方面，平台不参与，商家和主播自行约定就可以。如图 1-28 所示，为商家和主播协商后填写的报价单。

填写报价

* 报价: 请填写报价
请填写商家与您合作的费用 (单位: 元/商家)

* 可提交宝贝数: 请填写可提交宝贝数
请填写每个商家可以提交的宝贝数

* 描述: 请填写描述

* 商家报名截止时间: 请选择日期 请选择时间

* 直播时间段: 请选择日期 时间 时间

确认 取消

图 1-28 阿里 V 任务中商家与主播的报价单

4. 变现的两种方式

网民通过进入直播间，对主播进行围观，并且根据直播间制定的方式，在线上 and 主播进行实时的交流、赠送虚拟的礼物来表达对主播的喜爱和支持，这其实也属于一种粉丝经济。主播要如何将用户变成粉丝、再将粉丝变成铁杆粉丝，再利用粉丝流量去变现呢？

粉丝团体给主播带来的收益，简而言之叫作“粉丝经济”，也可以叫作“网红经济”。主播传播视频内容，有粉丝围观和关注，进而产生社群效应，进行流量变现，主播也可以进行品牌推广，粉丝购买产品后，赋予主播商业价值。如何进行流量变现？有以下两种方式。

1) 流量变现

现在社会上经常可以看见“自带流量”“流量变现”这样的词汇，我们也常



常可以听到直播行业、自媒体等行业说要获得流量抑或留住流量，可以看出“流量”这一名词一直是互联网的核心主题，那么究竟什么是“流量”呢？

在互联网上，流量代表的就是阅读量，例如主页的访问人数等。它的本质是“注意力”，获得流量其实就是能够吸引读者的注意力，只有这样，才能进行其他一系列的商业转化行动。商业变现是非常重要的点，也是大部分人都非常关心的，因为只有把商业价值变现，才能获得实实在在的经济效益。下面就介绍商业变现的4种途径：阿里V任务平台，反向招募商家；通过增加商品的植入，增加购买分成；进行冠名、植入；礼物收益，在直播时，喜欢主播的粉丝会送出各种礼物道具，此时主播一定要对粉丝表达感谢之情。主播可以通过活动来营造直播间的热度氛围，收获更多的粉丝礼物，同时还可以通过比赛排名，得到更多的礼物收入。

2) 机构扶持

关于淘宝平台的机构扶持，首先需要明白的一点就是，无论是个人还是机构，在淘宝平台进行直播时，如果可以得到淘宝平台的扶持都是一个非常好的机会。

淘宝会为用户制定流量奖励机制、商家首先推荐机制，此外还采取免费在淘宝大学进行培训等一系列扶持措施，以帮助直播博主获得关注度，以及得到各种课程的培训，从而促进自身成长。

流量对于直播的作用非常重要，在直播中，不仅要保障稳定的商品货源，还需要拥有流量，就像为实体店铺挑选店址一样，最需要考虑的一个因素就是地理位置，这关系到店铺的人流量，在人流量大的地方，自然可以吸引到更多的注意力，销售转化率就会高一些。因此，在进入直播行业时，主播要选择一个有流量保证的平台作为自己的主要直播平台，这样做可以让自己处于一个较高的直播起点上。

1.4.3 专业能力，赢得信赖

不管从事什么工作，全能型人才总是更有发展机会和发展空间，对于主播也是一样。如果可以成为一个全能型的主播，在直播行业里肯定会拥有更大的成长空间。

主播在直播的前期，主要是要做好积累、沉淀，建议最好一步一步慢慢来，打好根基，提升自己的专业能力。在产品介绍中可以从以下几个方面展示自己的专业能力。

1) 介绍产品的功能卖点和价格卖点来提升自己专业度

主播自身的专业度与货品的转化率息息相关。对于商家提供的商品，主播更加需要了解商品的功能卖点和价格卖点。

功能卖点即产品的优势和特点。以售卖服装为例，主播需要了解衣服款式设



计的优点和出色的设计部位。这种细节往往可以吸引消费者的目光，打动消费者的心，使他们产生购买欲望。比如，工装裤有锁链的设计、长袖衫有蓬蓬袖的设计彰显法式浪漫的风格等。

价格卖点则涵盖了商品的营销策略和价格优势等，因此，在直播之前做一些产品的准备工作是必需的，只有主播掌握了一些基础的服装知识和商品的信息，在直播间面对粉丝提出的问题时，才不至于无言以对。

例如，某主播在直播间售卖面膜，直播间右侧向用户展示了产品活动，用产品价格优势打动用户。例如，“满 100 元有 15 元的优惠券”“纱布面膜第 3 件 0 元”“单品满额 129 元，备注 666 送出水光保湿面膜 10 片”等。

另外，主播还可以举办一些活动，例如，主播在直播间倒数 10 个数，已经购买产品的用户，发送“柠檬酸”，参与截屏活动。被主播截屏到的用户，免费送洗面奶，如图 1-29 所示。



图 1-29 主播在直播间做活动

2) 了解产品的相关知识，拓宽用户的眼界

要想激发用户的购买欲望，带货主播要特别了解产品以及与产品相关的内容。例如，主播在介绍一款衣服的时候，也要介绍该款式上衣适合搭配的颜色和款式，拓宽用户的思路 and 眼界。

比如，主播说这件衣服搭配蓝色的牛仔裤最好看，并试穿给用户看效果，而用户家里恰巧有这种颜色的牛仔裤，而没有这款上衣，那用户就更容易购买主播推荐的这款上衣。



再比如，某主播介绍黑色T恤，推荐大家穿一条短裤进行搭配，整体形成了一种嘻哈酷女孩的风格，如果用户家里没有短裤，用户就可能购买，如图1-30所示。



图 1-30 主播通过搭配，吸引用户购买

3) 产品试用讲解，显示自己的专业度

试穿或试用产品是主播在直播过程中必不可少的一个环节，这一环节非常考验主播的口才和讲解产品的能力。通过试用试穿产品，能够最大限度地展现产品的优势。

例如，主播在试穿服装时，能够营造良好的视觉风格效果。主播不仅应对服装的版型、服装的设计进行介绍，还要介绍自己上身试用的感觉，讲解产品的用处，激发用户的需求。又如，某抖音主播在售卖代餐的酸奶燕麦片时，一个主播讲解，一个主播试吃，主播吃得越香，就越吸引人，如图1-31所示。

主播在推荐榨汁机、三明治机等其他产品时也是一样，主播边试用边介绍，“家里小孩子可以早上榨果汁、吃三明治”“这款产品非常好用，几分钟就做好了一顿营养丰富的早餐”“这个产品非常耐用，用户可以每天都自己做健康早餐”等。主播通过试用产品，突出产品的用处，可以激发用户的购买欲望。

4) 展示产品的质量优势，显示自己的专业度

除了介绍产品别具一格的设计风格外，主播还要进行产品质量的展示。以服装销售为例，主播需要介绍衣服的面料、强调该服装的舒适度等。

主播可以在直播中强调产品优势，例如“衬衫不易起皱，不用费时打理”“这



款裙子质地轻薄也不易走光”等，以展现衣服的实用性、耐用性。

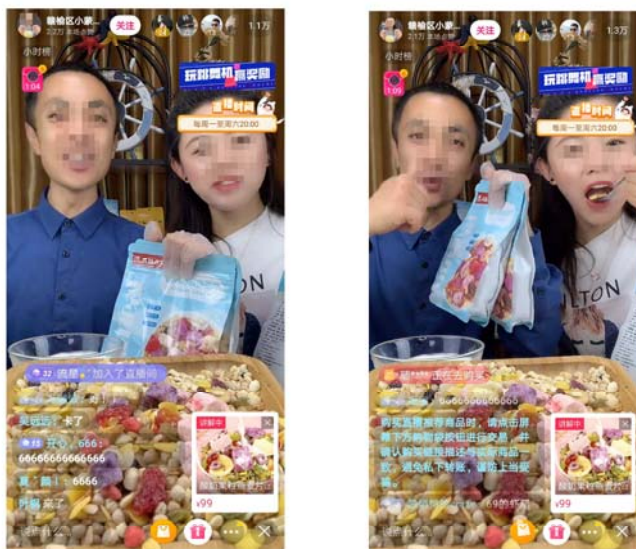


图 1-31 主播通过试吃吸引用户

1.4.4 角色划分，掌握运营

随着直播商业化时代的到来，机构对于直播的玩法形成了一套自有的运营策略。通过范围划分，可以把直播里面的人物角色分为 4 种类型，如图 1-32 所示。主播要根据这 4 类角色，有针对性地制定运营策略、实施运营方针。

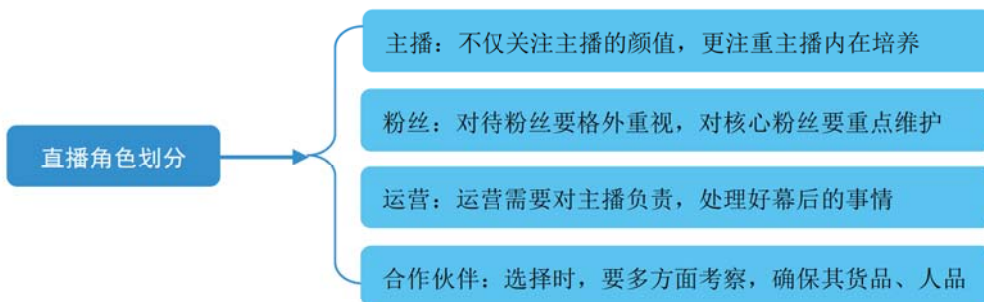


图 1-32 电商直播的角色划分

1.4.5 流量为王，数据运营

在“流量为王”的时代，目光所及之处，金钱必定也随之而来。主播需要了解实时的直播数据。比如，了解直播间当前观看人数、活跃粉丝数、当前销售额



等，通过了解这些数据能够让主播更好地调整自己的状态。同时，主播也可以利用数据帮助自己吸引更多的用户。

例如，很多主播在直播带货时经常会说，“宝宝们快点抢啊，已经销售出两件商品了，大家都在抢，不买就没有了，活动只有一次”等，用销售数据吸引用户下单购买。

主播为了能够更快地销售产品，一般会使用销售数据，营造出一种众人疯抢秒杀的情景。

例如，某主播在秒杀 9.9 元的小电风扇和 39.9 元 5 瓶的洗衣液时，主播拿起手机对着镜头，手机一直弹出弹幕，弹幕都是用户下单的通知。这种行为同样也可以刺激其他用户争抢购买的欲望，如图 1-33 所示。



图 1-33 主播使用销售数据引导用户消费