

五个选品方向

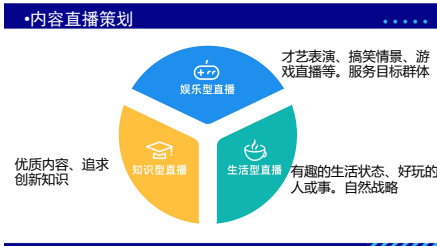
- 特色货品**
人无我有，耳目一新的产品有小创新、小突破的品类以及颜值高的产品
- 囤积货物**
需求高的商品通过超高性价比吸引流量
- 非标货品**
种类较多，价格敏感度低，价格不一
- 折扣品牌货**
品牌加持增加信任，价格优势诱导
- 地域特产**
去中间供应链，产地直购

选品禁忌

- 杜绝假货**
假冒伪劣产品，销售数据“注水”，提供差评劣评
- 销售高客单价商品**
主播人设、粉丝数量、购物体验
- 销售类商品要三思**
需要理肤亲身体验才有说服力的产品，退货率高

内容直播策划

二 内容直播策划



内容直播筹备——三个步骤定内容

01 类目 02 形式 03 风格

策划注意事项



切忌模仿

切忌盲目模仿而丢失发展优势
(个性、创新)

切忌情绪

态度上的情绪 (反馈与思考)
无限循环 (行动、行动、行动)

切忌盲目性

没有明确的方向、发展目标、行动计划

总结

所谓**定位**，
就是令你的企业和产品与众不同，
形成核心的竞争力。

2 直播内容筹划 (平台)

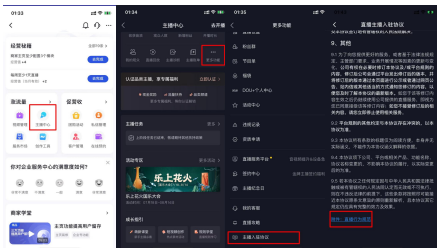
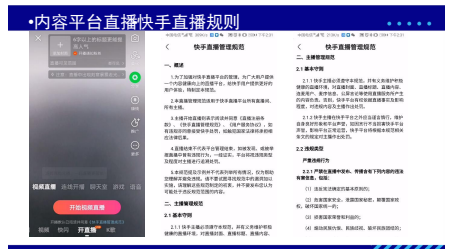
直播入门到精通

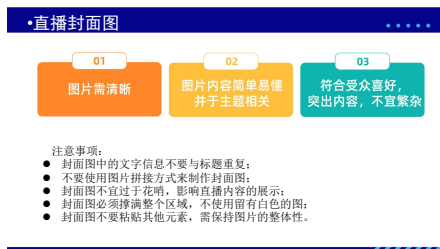
了解主流直播平台

选择平台的分析维度



- 平台分类
- 入驻条件
- 服务群体
- 用户流量
- 适合的产品定位





总结

1.直播选品方向哪个？

特色货品、国货货物、非标品、中低折扣品牌货、地域特产

2.平台规则哪些事不能做？

影响用户体验、侵犯他人合法权益、扰乱市场秩序、发布平台禁止商品和信息、传播危害国家安全、传播淫秽低俗

感谢聆听

直播·从入门到精通