

实时化、移动化的互联网直播平台当道

深入挖掘直播营销的商业模式和变现模式
分享各行业直播成功案例



直播

引爆营销就这么简单

刘 星◎著

全方位解析直播营销的思维、内容、平台运营步骤
重点讲述推广预热、沉淀粉丝、品牌植入的方法和技巧

ZHIBO

YINBAO YINGXIAO JIU ZHEME JIANDAN

 中华工商联合出版社



直播

引爆营销就这么简单

刘星◎著

ZHIBO

YINBAO YINGXIAO JIU ZHEME JIANDAN

图书在版编目(CIP)数据

直播:引爆营销就这么简单 / 刘星著. —北京:
中华工商联合出版社, 2018.3
ISBN 978-7-5158-2225-9

I. ①直… II. ①刘… III. ①网络营销 IV.
① F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第036668号

直播:引爆营销就这么简单

作 者: 刘 星
策划编辑: 胡小英
责任编辑: 邵桃炜 李 健
封面设计: 国风设计
责任审读: 李 征
责任印制: 迈致红
出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷: 三河市九洲财鑫印刷有限公司
版 次: 2018年6月第1版
印 次: 2018年6月第1次印刷
开 本: 710mm×1020mm 1/16
字 数: 194千字
印 张: 14
书 号: ISBN 978-7-5158-2225-9
定 价: 42.00元

服务热线: 010-58301130
销售热线: 010-58302813
地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044
<http://www.chgslcbs.cn>
E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)
E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书
版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系
联系电话: 010-58302915

直播营销正值风口

六年前，几乎每一家企业都在做微博营销；三年前，几乎每家企业都在做微信营销。时至今日，几乎每家企业都在做直播营销，各行各业的企业都搭载着直播这趟“顺风车”擦出了亮眼的火花。

自2016年上半年，“直播”就成为创投圈的第一热词。一夜之间，几乎所有的社交、电商、媒体、餐饮、旅游、汽车、在线教育、电竞游戏等企业都纷纷开始做起了直播的生意。品牌商们由言必称“社交”“O2O”转向了言必称“直播”。在这场“百播大战”中，马云、雷军、马化腾、王健林等领军者已经纷纷在直播界注入资本并收获了累累硕果。整个直播营销一片欣欣向荣的景象。

直播作为一种营销方式能够如此火爆，有以下几个原因：

1.直播营销能够和观众实时互动

直播仅从字面意思看，不难发现其具有即场发挥的特点，会因为参与者的想法不同出现不同的直播效果。直播营销“嫁接”于直播之上，自然也“遗传”了这样的特点，它能够与直播围观用户进行现场互动，可以使潜在消费者以最快、最直接的方式更加清晰、透彻地了解品牌产品的相关信息，也能让品牌商在第一时间有效解决和消除潜在消费者内心对产品的各种疑虑，从而在潜在消费者心中建立良好的品牌形象，提升潜在消费者向目标消费者转化的转化率。

2.直播营销成本低且效果好

基于能够与观众实时互动的特点，直播营销这种方式可以用于产品发布会，从而达到品牌宣传的效果。过去，品牌商为创新产品



举办发布会时都要对发布会场地进行筛选、租赁、预约等，这一系列工作既烦琐又耗费大量的人力、财力和时间成本。而直播平台的出现则将这些不必要的成本进行最小化，只需要一个人、一台手机（或一台电脑）、一件新品以及稳定的Wi-fi，就可以完成整个新品发布会了。对于发布会会场而言，所有观众通过网络观看，省去了场地租赁、媒体招待等环节，可以直接用一个简易的空间作为会场，也可以将品牌产品生产车间作为会场。当然，必要的时候也需要对会场进行简单的布置，既显精简又能突出发布会主题，这样既节省了成本，又能获得较好的营销效果。

3.直播营销能为品牌制造网络话题，还能实时变现

直播营销借助明星、名人、网红、KOL（关键意见领袖）的明星、名人效应，通过为品牌制造话题的方式，让粉丝对话题进行讨论、互动和分享，更有助于品牌传播。

同时，直播营销可以配合品牌推出“边看边买”功能，观众可以在看到心动的产品时随时下单。基于此，网上传统的看图说话的平面时代已经被视频场景实时化的立体时代所取代。这方面淘宝直播表现更为突出，电商在直播的基础上呈现出全新的商业机会，引领了一种“边看边买”的新生态潮流。



4.直播营销不受地域限制，同时能筛选精准客户

互联网的出现使地球真正成为“地球村”，无论身在何方，只要有网络就能将不同时空的人们聚拢在一起。有了直播，品牌营销做起来更加得心应手：一方面可以借助直播平台聚集对品牌直播感兴趣并前来围观的用户；另一方面，可以通过其互动、点赞、打赏的频率来判断和锁定目标客户，这样能使直播营销的效益更好。

总而言之，直播营销推动了品牌新营销势力的崛起，更为各领域经济的转型和发展创造了良好契机。谁能够抓住直播营销这一创新营销模式，谁就能够在直播营销的风口期获得更强的市场竞争力，分得更大的蛋糕。

本书从直播营销风口出发，阐述当前直播营销的创新玩法，可以作为一本直播运营和营销指南来阅读。全书共分为三个部分：

第一部分是直播运营篇，阐述当前资本纷纷入局直播的现状，并对这种现状进行深入分析。同时分别对思维、内容、平台运营步骤——进行深入讲解。

第二部分是直播营销篇，重点讲述直播营销过程中推广预热、沉淀粉丝、品牌植入的方法和技巧，着重对直播营销的商业模式和变现模式进行深入挖掘。

前言



P
R
O
f
e
s
s
i
o
n
a
l



第三部分是直播案例篇，通过列举时下各领域借助直播营销创造的代表性成果进行深度剖析，让更多的读者从中学习和借鉴各种实用技能。

通过阅读本书，您将掌握很多实用的直播营销技巧。其实做直播营销并不是难事。只要方法正确、技巧得当，每个人都可以抓住直播营销这个巨大的风口，将自有品牌做大做强，成就属于自己的一番天地。

第一部分 直播运营篇

第1章

大势所趋：直播营销来势汹汹

- 004 资本纷纷入局直播，跑马圈地
- 007 资本发力直播背后的逻辑
- 011 找到引爆直播营销的奇点
- 015 预见直播营销的未来

第2章

思维先行：掌握直播运营思维才能独步天下

- 020 移动思维：吃喝玩乐，边走边直播
- 024 交互思维：即时互动，强化客户黏性
- 028 粉丝思维：玩转粉丝经济，培养长线粉丝
- 032 分众思维：获得超预期关注度
- 035 场景思维：直击用户痛点，带来极致体验
- 039 多元化思维：深耕多元化，变现最大化

第3章

内容为王：激流之下，直播内容定天下

- 044 和用户产生强关系的内容才是好内容
- 048 没有原创就没有灵魂

- 051 内容人性化才能玩得更High
- 055 有价值的内容才有高销售转化率

第4章

平台争鸣：适合的才是最好的

- 060 微吼：分享现场精彩瞬间的商务直播平台
- 062 映客：兼顾极简与时尚，具有超强获客能力
- 065 虎牙：从游戏向多领域拓展，实现主播明星化
- 068 一直播：借微博上位，拥有庞大的粉丝基础
- 071 花椒直播：围绕“用户+内容+技术”三管齐下
- 074 全民TV：多元化互动场景，实现全民直播

第5章

运营步骤：从无到有打造市场，让直播价值无限大

- 078 精确调研市场，好的开头是成功的一半
- 082 评估与定位，选好直播营销阵地
- 089 制定详细计划，让一切有序进行
- 093 构思直播营销方案，带上你的想法一起飞
- 099 后期反馈跟进，让营销方案不断完善

第二部分 直播营销篇

第6章

推广预热：把个人直播变为品牌直播

- 106 制造噱头，为品牌推广做铺垫
- 110 发软文，软推广硬效果
- 113 社交网络推广，激发粉丝力量
- 117 网站推广，有效实现导流、引流
- 121 自有平台和线下推广，快速提升品牌曝光率

第7章

沉淀“粉丝”：吸牢“粉丝”，聚集直播“真爱粉”

- 124 品牌驱动直播吸粉：借助品牌年轻化“圈粉”
- 128 产品驱动直播吸粉：产品自带吸粉属性
- 131 用户驱动直播吸粉：注重直播用户“三感”的满足
- 135 技术驱动直播吸粉：新潮的科技产品成吸粉利器

第8章

品牌植入：自然细腻，直播广告润物细无声

- 140 互动植入，自带天然好感
- 143 花式植入，更加迎合年轻人口味
- 146 体验植入，悄然触动消费者购买心理
- 149 捆绑植入，将内容与品牌精神捆绑

第9章

直播模式：无直播不营销

- 154 发布会直播：零距离商业互动
- 158 户外直播：带来走出去的炫酷外景体验
- 161 限时购直播：抢不到的即是最好的
- 164 “作秀直播”：挖掘套路背后的营销正路
- 168 颜值直播：内容为王的时代，颜值也很重要

第10章

盈利无限：直播营销变现才是硬道理

- 172 品牌+明星+直播
- 176 品牌+企业日常+直播
- 179 品牌+电商平台+直播
- 182 品牌+活动+直播

第三部分 直播案例篇

第 11 章

领略“直播+”创造的业界新风采

- 188 直播+电商：宝洁花式直播玩出直播营销新高度
- 192 直播+旅游：上海迪士尼体验式直播，让用户为旅行埋单
- 196 直播+餐饮：U味外卖流程公开化，打造餐饮明星
- 199 直播+医疗：张强医疗集团开通公益直播，让企业形象深入人心
- 202 直播+影视：《欢乐颂》发布会，刘涛后台直播引70万人震撼围观
- 205 直播+汽车：吉利博瑞直播拆车，引爆事件营销
- 208 直播+在线教育：51Talk直播公开课，预约上课人数创新高
- 212 直播+电竞游戏：林俊杰直播玩《守望先锋》，获30万粉丝围观

第一部分
直播运营篇



第1章

大势所趋： 直播营销来势汹汹

当下最热的词汇当属移动直播了。移动直播的到来使得营销界也“变天”了，直播营销成为各领域企业龙虎争斗的撒手锏。大量资本纷纷注入直播领域，以期在竞争激烈的市场中能够分得一杯羹，可以说直播营销来势汹汹。



资本纷纷入局直播，跑马圈地

当下最热门的互联网产品当属直播了，无论企业还是个人，都可以利用直播平台各显神通，过去那些仅靠眼球效应发展的企业和个人在直播领域已经难以为继，于是越来越多地转战秀场直播、综艺直播、新闻直播、户外直播等，以此拉动直播蕴含的巨大商业价值。直播营销成为互联网时代兴起的新兴营销模式，由此引来了各大资本纷纷入局直播领域，跑马圈地。

视频直播催生了网红经济，越来越多的直播平台层出不穷。除了我们耳熟能详的映客、虎牙、花椒、全民TV、一直播、斗鱼等直播平台，阿里、微博、小米、腾讯等互联网巨头也纷纷涉足直播领域，希望在这场资本角逐的直播大热市场中分得一杯羹。目前，在App Store中与直播有关的应用近百个。

阿里巴巴涉足的直播领域可谓大而广。2016年3月，手机淘宝直播平台“淘宝直播”正式上线。2016年年初专攻年轻人市场，将目标锁定在“80后”，在功能上主打阅后即焚的社交软件“点点虫”，积极推出“24小时”视频直播功能。这一功能上线后，为年轻人提供了朋友间以及达人圈的照片和视频共享服务，但所有的内容只能在24小时内重复播放，24小时之后将自动消失。另外，阿里巴巴旗下的企业免费智能移动办公平台钉钉在2016年底企业用户数量达到了300万，在巨大的用户规模基础上，钉钉根据场景和需求不同推出了三种直播应用方案，分别是轻型内训直播、高

青年会直播和大型专场直播。以上这些都是阿里巴巴在直播领域的创新布局。不仅如此，2016年年底，阿里巴巴还全力投入支付宝直播功能的内测。

腾讯旗下的企鹅直播可谓是“含着金钥匙”正式上线。从上线之始，企鹅直播就拥有二十多项顶级赛事版权资源，如NBA、欧冠、德甲等，因此企鹅直播具备体育赛事版权资源和内容开放度方面的先天优势，其将主要竞争力定位于体育赛事垂直领域。目前，企鹅直播已经完成涵盖内容推广、制播服务、互动营销、互动经纪等在内的全产业业务布局，企鹅直播已经在“直播+”时代率先占据了垂直领域赛道。

2016年5月13日，新浪微博与秒拍合作打造了一款直播APP——一直播正式上线，这意味着中国最大社交媒体正式杀入直播领域。其在5月8日试运营的时候，影视明星蒋欣一场30分钟的直播就吸引了817.3万粉丝观看，获得点赞3332.4万次。微博进军直播领域的威力可见一斑。



淘宝直播页面

1. 视频直播催生网红经济

与传统的文字、图片、音频等展现形式不同，视频直播更具生动、实时的特点，能够更好地吸引受众，从而引发社交互动。视频直播更加贴近消费者，可以给消费者带来更好的视觉感受，因此，越来越多的自媒体人



开始利用直播平台进行火爆刷屏，也由此带来了可持续的商业机会。与此同时，广告主也看到了视频直播或者自媒体人的价值所在，并开始带动整个直播领域进行内容生产的价值重塑，引爆了市场全新的想象力，在视频直播浪潮下也催生出了网红经济。

2. 内容为王时代，直播营销顺势崛起

网红经济的出现使传统电商人和自媒体人打破了原有的那种直播靠颜值才能火爆的思维，纷纷对内容电商有了更多的了解和认识，直播对电商的推动作用更加明显。各大巨头布局直播领域，增强了直播的体验功能，也吸引了越来越多的企业和个人用户投资加入直播营销大军当中。借助直播平台进行营销并实现产品盈利已经成为当前主流的营销形式。

所谓直播营销，就是在线上随着事件的发生、发展进程，同时以制作和播出节目的方式将直播平台作为营销载体，传播品牌内涵，提升品牌影响力，从而达到提升品牌销量的目的。直播营销的核心价值是具有超强聚集注意力的能力。基于这种强大的能力，可以预见，未来直播营销很可能会成为每一种产品营销的标配。

比如，自手机淘宝正式上线直播以来，不但淘宝卖家可以直播上新、试穿体验，用户也可以实现边看边买的全新的视觉与消费体验。

以网红雪梨的店铺为例，最新一次产品上新就通过直播的形式吸引了61 458人前来围观，店铺的直播款新品上架后销量出奇的好，每款新品均售出数千件。

视频直播自2016年进入黄金之年，有的平台为了追求流量变现，不惜铤而走险打擦边球，触犯法律底线。但经过几次整改之后，视频直播行业又重现活力和生机，优质、独家内容的直播平台上迎来了巨大的红利。同时也吸引了更多的企业和个人发力直播营销，新一轮价值体系和消费观念正逐步深入人心。抓住了直播营销，就意味着抓住了新的商机。