

如何顺应大势**打造IP爆款**，快速**盈利变现**
如何**吸粉引流**，把握话题**抢占先机**

视频直播营销与运营 实战 108 招 小技巧大效果

谭静◎编著

从话题内容到推广变现
全面打造视频直播营销与运营实战指南



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

视频直播营销与运营 实战 108 招

小技巧大效果

谭静 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

视频直播营销与运营实战108招：小技巧大效果 /
谭静编著. — 北京：人民邮电出版社，2019.2
ISBN 978-7-115-49778-9

I. ①视… II. ①谭… III. ①网络营销—基本知识
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第253686号

内 容 提 要

本书包括十大专题内容，从网络直播的出现与发展的时代大势、直播模式的营销应用发展和进阶、三大直播主体、直播营销与运营策略以及风险管控等角度，帮助读者了解直播营销与运营。

全书共分为10章，具体内容包括：“顺应变化：懂营销者借大势”“活学现用：博采众长，自成一家”“经纪公司：高效运营，实现三赢”“直播平台：新模式才有新出路”“直播主播：人物IP是核心”“内容为王：解决需求才是真营销”“打造爆款：差异化运营才能突围”“百家齐推：个人直播变全民直播”“营销目的：盈利变现是关键”“风险管控：小心驶得万年船”。

本书逻辑架构清晰明了，对技巧的讲述深入浅出、图文并茂，在网络直播营销与运营方面具有较强的实用性和针对性，适合网络直播领域的运营者、管理者，特别是主题策划者、宣传推广者阅读。

◆ 编 著 谭 静

责任编辑 李士振

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

天津翔远印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：13.75

2019年2月第1版

字数：238千字

2019年2月天津第1次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号

前言

我想购买生活所需物品，我关注直播，因为它直观；

我想寻求精神食粮补给，我关注直播，因为它深刻：

我想轻松打发无聊时光，我关注直播，因为它贴近。

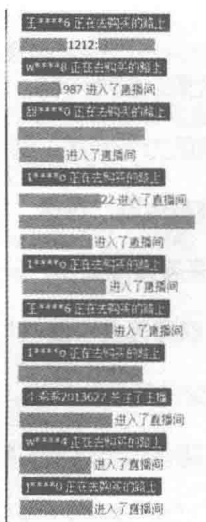
当你成为直播用户中的一员、被直播吸引的时候，你是否注意到了其中的巨大商机呢？

对比场景一：线下实体店前，门可罗雀：

线上商铺接口, 人流众多 (如图 1 所示)。

对比场景二：线下实体店，看看即走：

线上商铺接口，瞬间成交（如图2所示）。



▲图1 人流众多的淘宝商铺接口

▲图2 瞬间成交的淘宝商铺接口

见识了上面两张图中直播在电商领域的巨大效力，你有没有一种也想加入直播主播和直播营销者行列的愿望呢？有一个充满信心的营销目标，再加上深入浅出、简明扼要的技巧把握，直播营销与运营的美好未来近在咫尺。

本书就是一本旨在帮助读者在直播营销与运营的道路上走得更好、更顺、更远的有力工具。书中从时代大势和已获得成功的直播模式入手，具体介绍了以下两方面与直播营销、运营过程相关的内容。

一是直播行业的三大主体——经纪公司、直播主播和直播平台。本书从直播的基础要素出发，具体讲述直播营销与运营应该实现三赢，细化如下。

- ◆ 10 种技巧运作经纪公司，再现高效运营。
- ◆ 11 种模式打造直播平台，找寻新的出路。
- ◆ 12 个层面培养直播主播，成就人物 IP。

二是直播营销与运营过程实战——直播的内容、差异化的爆款打造、宣传推广和盈利变现。本书由内到外具体讲述了直播营销与运营如何做好、做大和实现变现。

- ◆ 12 种方法策划直播内容，满足受众需求。
- ◆ 10 种爆款能力与特质，做好差异化运营。
- ◆ 11 种渠道宣传推广直播，实现全民直播。
- ◆ 8 个方法开展直播营销，轻松盈利变现。

最后，本书提醒读者：商机与风险并存，在学会和掌握直播营销与运营方法的同时，也要注意进行风险管控，做好规范化运营和营销。

做好网络直播营销与运营，需要“6 字方针”——“小技巧”“大效果”。本书在“小”与“大”的巨大反差下（如图 3 所示），帮助读者在直播大势下抓住时机，书写传奇。

小技巧

- ☐ 开启个性化直播模式
- ☐ 直播云服务专业场景
- ☐ 妥当的平台利益分配
- ☐ 借势各领域热门IP
- ☐ “理”“节”和“奇”
- ☐ 4个“素人直播”策略
- ☐ 多模块的内容延伸
- ☐ 推出平台VR直播专区
- ☐ 全过程结合产品主题
- ☐ 展现产品带来的改变

大效果

- ☐ 淘宝平台在线教育内容火爆网络
- ☐ 降低技术门槛，新手轻松完成对接
- ☐ 平等条件下主播、经纪公司实现双赢
- ☐ 瞬间吸粉数十万，实现互惠互利
- ☐ 掌握3个核心，直播内容精彩纷呈
- ☐ 良好理念，直播平台迅速登顶
- ☐ 满足不同受众需求，激发全民娱乐
- ☐ 感受更逼真的沉浸感，提升受众体验
- ☐ 轻松做好营销准备，快速实现营销
- ☐ 真实感受效果，打动受众，激发购买力

▲图3 直播营销与运营的“小技巧”和“大效果”举例

众所周知，只有亲身实践了才有发言权，直播营销与运营也是如此。因此，本书中提及的技巧和方法，意为为读者提供一些行动和运营的借鉴，而关于更深一层的感悟和理解，期待读者在后续阅读和运营中找到最佳答案。

由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

联系邮箱：itsir@qq.com

作者

目录 Contents

第 1 章

顺应变化： 懂营销者借大势

001 营销格局：颠覆传统营销模式	2
002 技术支撑：VR 带来营销场景革命	3
003 广告发展：易直播推动联动营销的发展	4
004 内容传播：决定真实性和稀缺性	7
005 营销转化：更加顺畅的变现	9
006 适用性：直播成营销平台新标配	11
007 新趋势：“娱乐 + 直播”营销方式	13
008 行业领军人物：带动营销平台新发展	15

第 2 章

活学现用： 博采众长，自成一家

009 从录播课模式到在线直播授课模式	18
010 酷学网：新平台弥补行业资源缺陷	20
011 双师直播课：构建精品教育模式	22
012 淘宝课程：个性化教学，全网营销	25
013 “网红教师”：探索寓教于“乐”之道	26
014 转型：衍生泛娱乐发展模式	28
015 明星 IP：构成泛娱乐产业的核心	30
016 “直播 + 游戏”：带来产业升值新希望	31
017 《爸爸去哪儿》：实现高转化收益	32

018 “直播 + 主题公园”：推动直播升级	34
019 熊猫 TV：泛娱乐化呈不可阻挡的趋势	35
020 策略化发展：持续满足用户需求	37
021 进阶：从娱乐化到专业化	39
022 直播云服务：降低技术门槛	40
023 淘宝直播：Buy+ 体验呈现	42
024 波罗蜜：成功试水“直播 + 电商”	44
025 兰渡文化：做好垂直领域的头部内容	46

第 3 章

经纪公司： 高效运营，实现三赢

026 采取规范化运营方式	49
027 合理条件招聘主播	51
028 培养网红的 6 个环节	53
029 平等签约约束主播	55
030 输出精良内容获追捧	57
031 着力打响公司知名度	58
032 果断放弃无价值主播	61
033 利益妥当分配得双赢	61
034 全民直播：优质内容管理	64
035 娱加公司：精细化运作	65

第 4 章

直播平台： 新模式才有新出路

036 互惠互利：IP 与平台达成合作	68
---------------------------	----

037 关键任务：完成融资 积累资金.....	69
038 合作事业：寻找中国式合伙人.....	71
039 合作稳固：完善平台管理制度.....	73
040 内容提供：让受众喜闻乐见.....	74
041 优势打造：发力提升信誉和名气.....	75
042 盈利实现：打造视频直播系统.....	76
043 融资 20 亿元：借力布局“泛娱乐”.....	77
044 “素人直播”：快速业内登顶.....	79
045 内容延伸：多模块激发全民娱乐.....	81
046 体验提升：推出 VR 直播专区.....	85

第 5 章

直播主播： 人物 IP 是核心

047 高颜值：最大加分项，吸引关注.....	87
048 富才艺：广泛发展，留住用户.....	89
049 真专业：更多心血，更多收益.....	91
050 主播解说：专业素养成功聚粉.....	92
051 偶像气质：人格化魅力引热议.....	94
052 平台扶持：缩短粉丝变现途径.....	95
053 包装自己：吸引更多粉丝关注.....	97
054 挖掘痛点：满足不同用户的需求.....	99
055 幽默培养：让粉丝又“笑”又“跳”.....	102
056 主播特色：搞笑主播成为“人气王”.....	104
057 灵活应变：冷静机智获支持.....	105
058 生活直播：正能量带来情感共鸣.....	108

第 6 章

内容为王： 解决需求才是真营销

059 明确传播点和注意真实性.....	110
060 确保直播内容的原创性	112
061 从专业和用户兴趣入手.....	114
062 把握热点话题占先机.....	116
063 全过程结合产品主题.....	119
064 完美融合“特点 + 热点”	121
065 展现产品带来的改变.....	123
066 让用户参与内容生产.....	124
067 创新“无边界”内容.....	126
068 邀请民间高手打造趣味内容.....	128
069 提供软需的产品增值内容.....	130
070 CEO 上阵，内容更专业	133
071 “口令红包”巧转化.....	136

第 7 章

打造爆款： 差异化运营才能突围

072 创作能力：持续的优质内容.....	141
073 产业能力：灵活的供应链.....	141
074 设计能力：迎合粉丝进行设计.....	142
075 运营能力：6 种粉丝运营技巧.....	144
076 分析能力：大数据精准营销.....	145
077 情感特质：充分融入情感.....	147

078 粉丝特质：实现力量变现.....	148
079 故事特质：塑造魅力故事.....	149
080 传播特质：大效应口碑传播	151
081 延伸特质：衍生多个领域产品.....	154

第 8 章

百家齐推： 个人直播变全民直播

082 公众号推广：内容直达粉丝.....	159
083 “手机摄影构图大全”直播.....	162
084 朋友圈推广：可信度更高.....	164
085 苏宁易购“8·18 购物节”	166
086 QQ 推广：不容忽视的得力助手.....	168
087 “520” QQ 空间直播引力	171
088 软文推广：低成本大效果.....	172
089 《从你的全世界路过》软文通稿.....	175
090 微博大 V 推广：目标最大化	176
091 微博话题讨论：加强互动性.....	178
092 “小米 5 黑科技”直播	181

第 9 章

营销目的： 盈利变现是关键

093 粉丝付费鼓励.....	183
094 受众现场订购.....	185
095 植入产品广告.....	188

096 IP 电商导流.....	190
097 优质内容付费.....	191
098 游戏道具盈利.....	194
099 美食“吃播文化”	195
100 直播活动盈利	196

第 10 章

风险管控： 小心驶得万年船

101 警惕：“虚假繁荣”转向即风险.....	198
102 雷区：远离“灰色边缘地带”	199
103 非法侵扰：他人镜头下的风景.....	200
104 擅自经营：直面违规查处风险.....	202
105 逃税暗礁：个税缴纳不能忘.....	203
106 “无聊直播”：深藏“孤独病”	204
107 IP 保护：著作权争议不断.....	205
108 自采内容：新战地的舆论洪流.....	206

第1章

顺应变化： 懂营销者借大势



学前提示 >>>

世间万物时刻都在变化，要想获得更好的发展，就必须很好地适应社会的发展变化。因此，在视频直播火爆的环境下，平台运营和营销人员应该掌握这一大势下的变化，并很好地与之接轨。



要点展示 >>>

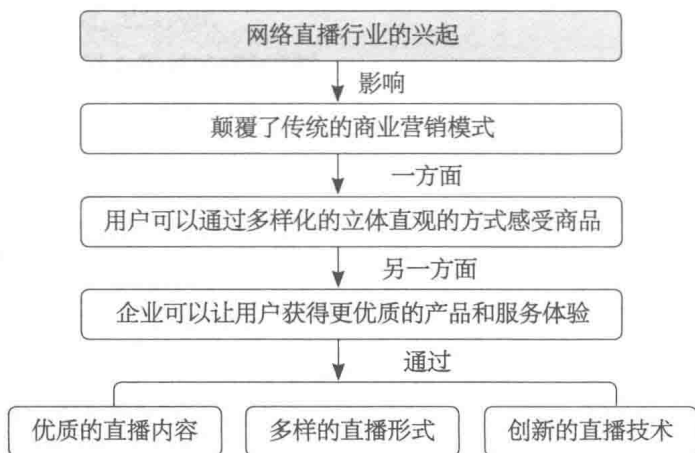
- ◆ 营销格局：颠覆传统营销模式
- ◆ 技术支撑：VR带来营销场景革命
- ◆ 广告发展：易直播推动联动营销的发展
- ◆ 内容传播：决定真实性和稀缺性
- ◆ 营销转化：更加顺畅的变现
- ◆ 适用性：直播成营销平台新标配
- ◆ 新趋势：“娱乐+直播”营销方式
- ◆ 行业领军人物：带动营销平台新发展

001 营销格局：颠覆传统营销模式

在互联网和移动互联网时代，营销模式发生了日新月异的变化，具体表现如下：

- ◆ 从平台方面来看，社交平台上产生了微博营销、微信营销等多种模式。
- ◆ 从推广方式来看，产生了文字、图片和视频、音频等多种方式组合的模式。

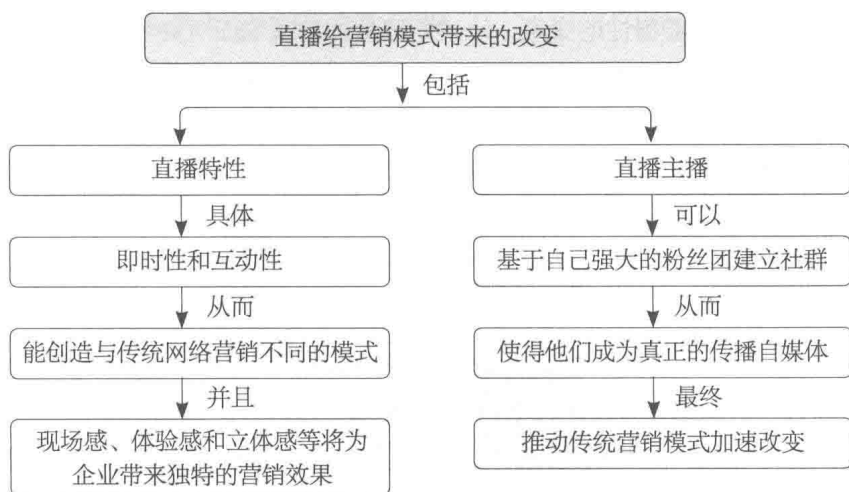
而随着信息技术和环境的进一步发展，一种新的模式出现了，那就是“移动直播”。在移动直播的影响下，人们的社交方式发生了改变，更重要的是，随着“直播+”这一形式影响的加深，企业的营销方式也随之实现了创新，具体表现如图 1-1 所示。



▲图 1-1 网络直播行业的兴起对营销模式的影响

如有着“投资界直播第一人”之称的丰厚资本创始合伙人杨守彬，与花椒直播平台合作，在《大佬微直播》这一直播节目中与受众火热互动，创造了 521 万人次的观看佳绩，不仅为直播平台带来了巨大流量，更提升了其自身及企业良好的形象，形成营销口碑。

在网络直播火爆的发展大势下，直播格局发生了巨大的变化，形成了直播与视频平台相融合的新格局。在这种格局的影响下，网络直播改变了众多以往的营销模式，并通过这一新的营销模式创造了有着巨大效益的营销效果。图 1-2 所示为网络直播给营销模式带来的改变。

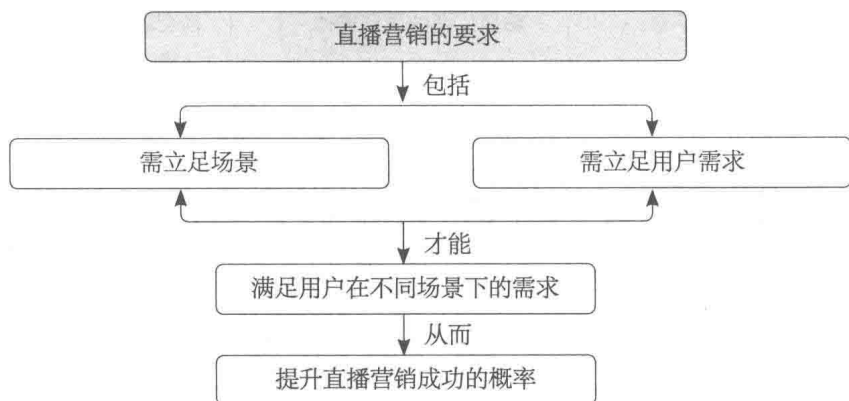


▲图 1-2 直播给营销模式带来的改变

002 技术支撑：VR 带来营销场景革命

VR 的全称为 Virtual Reality，即虚拟现实。实际上，这种技术就是计算机仿真系统，利用它能创建一种模拟的仿真环境，并能让用户通过一定的设备或端口产生临场参与感。

可见，这一结果与直播的现场感有一定的相似性。对于直播而言，无论其应用在营销的哪个领域，它都是基于两方面来提升成功概率的，具体如图 1-3 所示。



▲图 1-3 提升直播营销成功概率的要求

从这一方面来看，VR 虚拟现实技术完全满足了如图 1-3 中的要求，能够为用户提供兼具沉浸感和互动性的虚拟营销环境。把 VR 植入网络直播营销中，

使直播领域发生了颠覆性的变革，让“用户从观看者变成了参与者”。

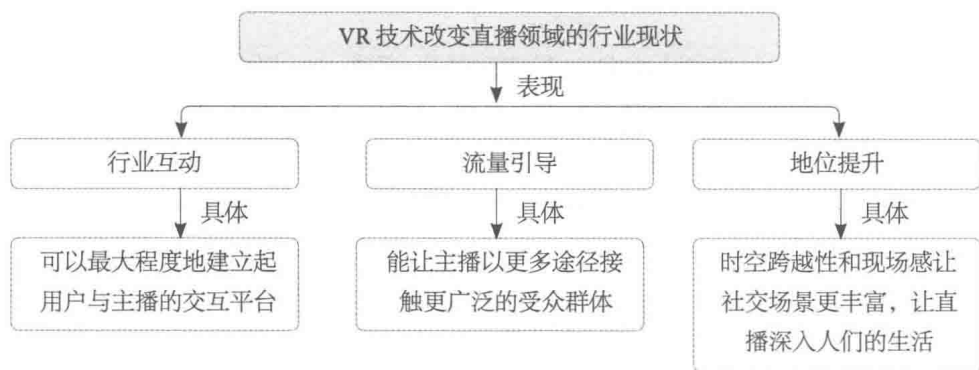
在这种模式下，营销的场景发生了巨大的变化，用户、移动互联网和平台这三者通过 VR 紧紧地联系在了一起，从而出现了如下所述的画面感和现场感。

- ◆ **画面感：**用户进入直播页面并进行互动，在这一过程中，VR 是实现这一画面的技术支撑。
- ◆ **现场感：**用户基于自身的不同需求，身临其境地和平台主播进行形式多样的互动。

其实，目前 VR 这种带来营销场景革命的技术借助直播，已经在各社交平台上得到了应用，如淘宝卖家就利用 VR 直播来进行营销。

在淘宝平台上，卖家通过 VR 直播来展示商品和服务，从而让受众更加具象地感受其商品，增加直观的商品认知。有助于有效提升营销的成交率。

在直播领域中，VR 技术的引入更是有助于改变行业现状。具体改变主要表现在 3 个方面，如图 1-4 所示。



▲图 1-4 VR 技术改变直播领域的行业现状的表现

003 广告发展：易直播推动联动营销的发展

在移动直播火爆发展的形势下，营销行业发生了巨大的变化，特别是在实现营销的推广和宣传方面，其广告的方式和作用都有了很大发展，下面以易直播为例进行介绍。

1. 方式：广告内容和观看模式多样化

广告方式的发展最主要的是把要推广的信息作为直播主题进行宣传。唯品会就曾在这一个平台上进行过直播宣传，如图 1-5 所示。



▲图 1-5 唯品会在易直播上进行的直播宣传

直播平台实现营销转化广告的方式也是多种多样的，如 2016 年唯品会代言人发布会的全景直播，就是在直播中通过问答的方式来实现的，如图 1-6 所示。



▲图 1-6 唯品会主播在直播中的问答推广