



内容引爆课程

慧聚

淘宝大学
2017讲师授证大会
Lecturer Certification Award Ceremony of
Taobao University

計璐 / 淘宝大学认证讲师

5年品牌创新策划咨询顾问

4年区域旅游规划设计师

3年新媒体营销策划主管

曾任鲁花\农夫山泉\益海嘉里\南极人\纤莉秀等，
国内知名品牌，全网创新策划咨询顾问；
策划淮安、于都等电商产业园区规划设计，
擅长品牌创新，整合营销，园区规划。



商业模式 升级



人消费的需求是核心！

特征分析

我要！ 不单单是满足基本需求，正在寻求更高的体验，并愿意为此买单；

满足Ta! 是平台发展的动力，新的玩法是根据需求变换而设定的；

我做！ ？ 卖家是执行者，越早作出判断，越快出手的，成功率必然最高。

迪斯尼主题乐园 / 狂欢体验

- 人群定位 / 婴儿、孩子、学生、成人、老人
- 身高120 / 情侣 / 家庭 / 假期 / 旅行

粉丝画像-标签化-主题性

- 风格统一 / 卡通ip主题统一、所有体验贯穿始终

视觉营销-风格化-个性化

- 深挖痛点 / 安全舒适、美味饱腹、刺激娱乐、
- 狂欢购物、惊奇体验、梦想成真、美好回忆

内容营销-功能性-情感价值

体验性营销

消费者的新消费诉求



*真正的深处诉求是服务升级！而服务是靠内容来呈现表述的。

道

法

术

内容营销是
商业本质的回归

粉丝运营
内容运营
达人合作

内容矩阵
工具使用
营销闭环

如何获得

用户

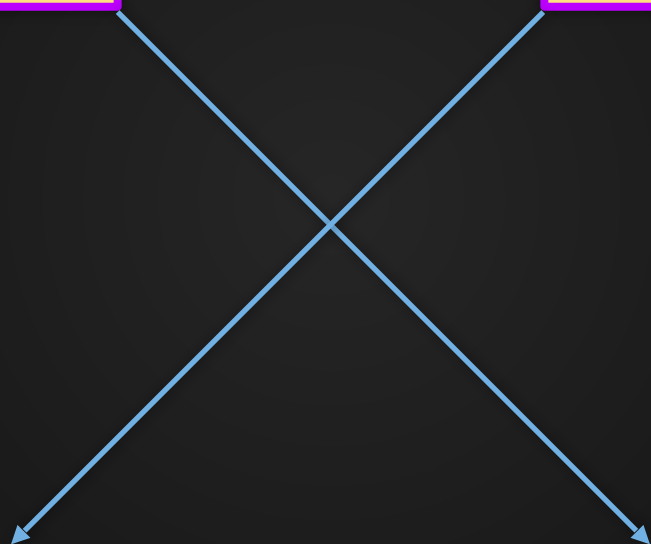
粉丝

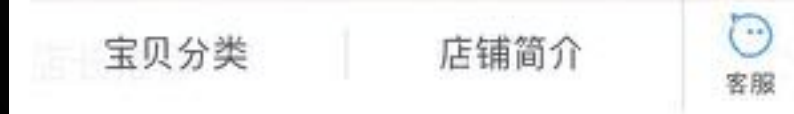
产品

内容

搜索渠道
产品价值
服务保障

内容渠道
达人合作
品牌曝光





建议调换
字幕慢些
字体大些
前后调整





5斤装富硒广西横县甜玉米水果现摘
新鲜美味农家玉米早餐促销包邮

¥35 火爆促销

价格 ¥58

快递: 免运费 月销7笔 广西南宁

本店活动 满69减20

订单险 7天无理由 12小时内发货

加入购物车 立即购买

对比看
后侧好

中国移动 22:39 27%

买2瓶送鸭胸1只

劲辣 微辣 2种口味 520g 净含量

木瓜丝条干丁酱菜下饭菜开胃菜湖南农家特产香辣罐装外婆菜什锦菜

¥14.8 优惠促销 淘金币抵2%

价格 ¥58

快递: 免运费 月销4521笔 湖南长沙

订单险 坏单包赔 不支持7天无理由

加入购物车 立即购买



拍摄手法需要优化





直播 / 短视频



茉莉香



玉米香



兰花香



冰糖香

这就是小罐茶

你能喝到代表中国好茶新标杆的8款茶



原产地
每一片都是天地造化



大师代表作，中国茶代表作

中国茶行业开创性的强强联合



林国传

佛手白茶



连月德

安溪铁观音



戚国伟

西湖龙井



邵华林

云南普洱



王顺明

武夷大红袍



谢四十

黄山毛峰



林乃荣

茉莉花茶



张成仁

滇红



大师制茶工艺 / Master Tea Processing



茶花拌和
鲜花养护
茶坯处理



堆
窖



通
花



收
堆



起
花



烘
焙



茶坯处理
鲜花养护、茶花拌和



堆窨



通花



收堆



起花



烘焙



每一罐
都是真空充氮



「一罐一泡」
手不沾茶，干净卫生









知识见地寻找中识知在

互联网上

人喜爱的知识性脱口秀

逻辑思维

新书

罗振宇著

「有种·有料·有趣」





XIAO



GUAN



TEA

八大名茶非遗传承人，手工制作







小罐茶
XIAO GUAN TEA



爸气十足，温柔如茶

HAPPY FATHER'S DAY



您总是给别人奉茶，
我想敬您一杯茶

无数次，家中亲朋好友齐聚，热闹非常，
只有您在厨房里独自忙活，
而每一次我上前帮忙，却总被您用各种理由支开。
妈妈，为了家庭，您辛苦了。
2016年的第一杯茶，我想和您一起喝！

小罐茶
XIAO GUAN TEA
—小罐茶 大日子—

@小罐茶



茉莉花茶汤澳洲鲍鱼

茉莉花茶冲泡出醇郁茶汤，混合清亮的鸡汤高汤、竹荪，再配以澳洲空运过来的鲜鲍鱼炖煮，整道汤融合山珍海味于一体，香气清新优雅，汤色透亮，入口鲜醇微甜，并无半点油腻和腥味。粒粒鲜嫩的鲍鱼会让人记忆深刻。



店铺运维升级

01

体系的构建

02

流量的引入

03

内容的生产



1

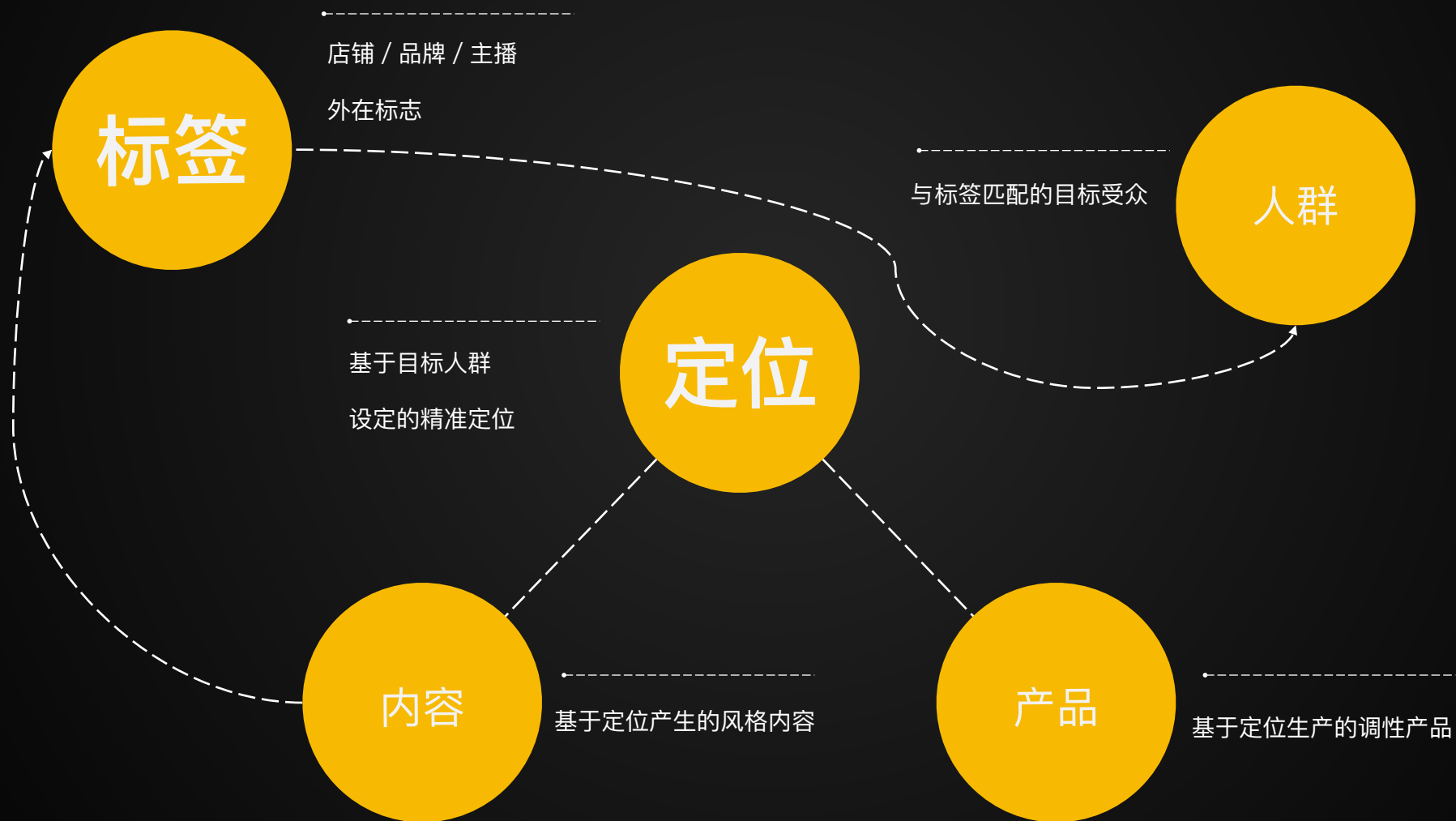
店铺运维升级

体系的构建

店铺运维升级 营销体系



内容生产 定位



标签 粉丝画像



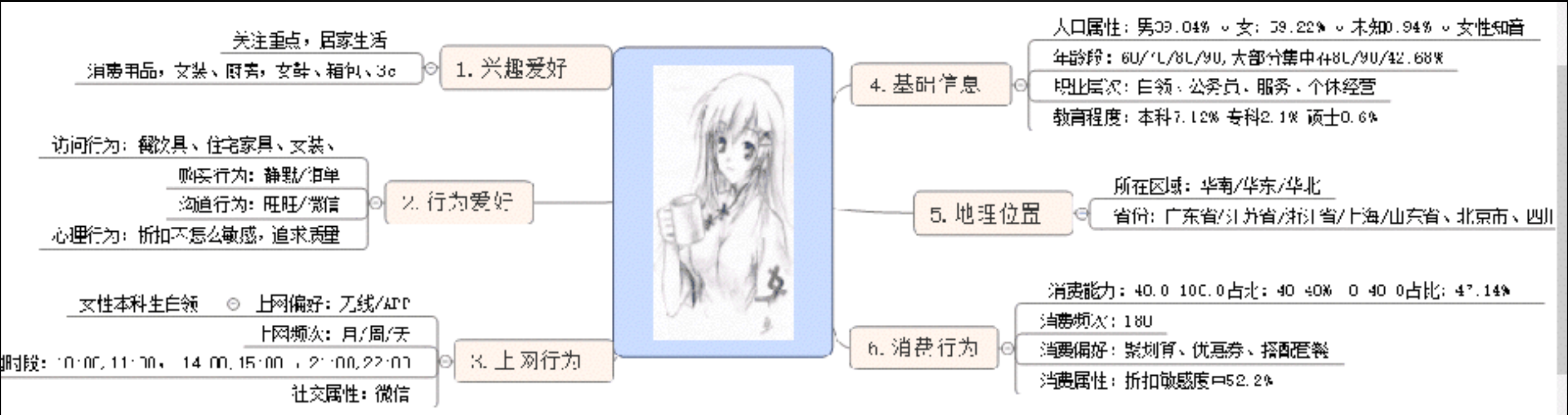
生意参谋



客户运营平台

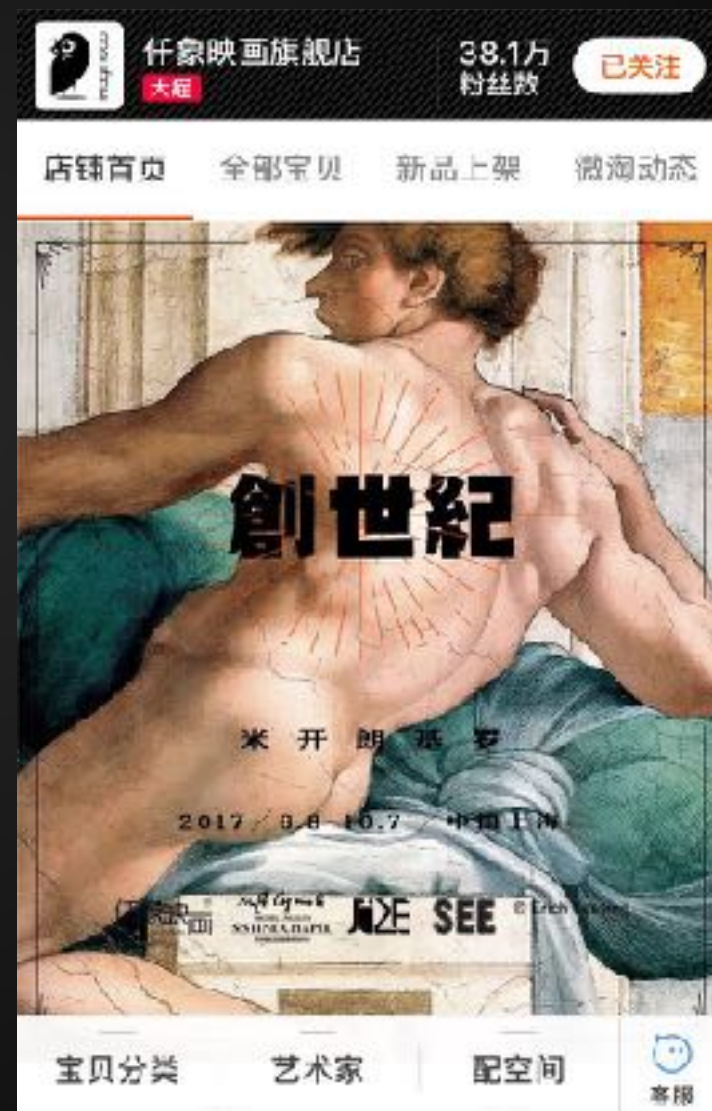


达摩盘

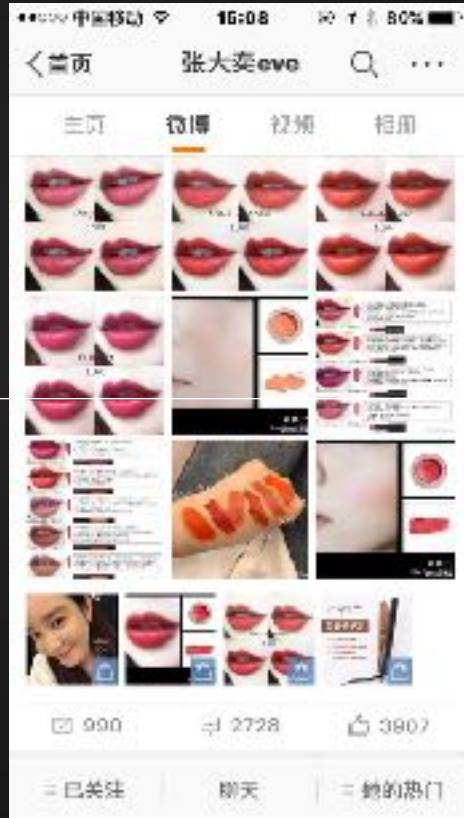


视觉营销

- 颜值即正义！导购性视觉布局规划。



店铺扩延 微博





2

店铺运维升级

流量的引入



微博橱窗 赚钱秘籍

微博电商大数据



⑥ 甲午年



★ 代理总经销 ★ 代理总经销


$$\text{博士者得分} = \text{抽籤值} \times 0.7 + \text{生活學分} \times 0.3 \times \text{博士者得分}$$

综合调查	所需经费	所需机构
------	------	------



KOL

電力系統規範與安全標準



國立臺灣大學
第三版 上冊2009年4月

[illegible]

赋能



微博电商机构合作标准



准入条件

运营支持

战略合作

- 帐号规模> 20 个
- 帐号总粉丝数>1000万
- 所有帐号单月总阅读数> 3亿
- 全年所有网红店铺总营业额> 2.5亿

- 专属运营服务
- 账号优先推荐，内容优先推荐
- 产品特权优先开通使用
- 线上线下活动高级参与权等
- 定制产品服务
- 新模式探索和合作

优先合作

- 帐号规模> 5个
- 帐号总粉丝数> 100万
- 所有帐号单月总阅读数> 1亿
- 全年所有网红店铺总营业额> 5000万

- 专属运营服务
- 账号推荐，内容推荐
- 产品特权
- 线上线下活动高级参与权等

标准合作

- 帐号规模> 2个
- 帐号总粉丝数> 20万
- 所有帐号月发博总量> 1000
- 所有帐号单月总阅读数> 1

- 快速认证
- 账号推荐，内容推荐
- 线上线下活动普通参与权

练习 微博橱窗



3

店铺运维升级

内容的生产

怎么做 公域引流



|

内容渠道

淘系内容入口变化了解
商家内容公域展现办法
达人机构战略合作方法

内容策划

基于用户产生的内容
基于需求产生的服务
基于定位产生的调性

\$

内容工具

直播、短视频工具
评价系统工具
粉丝运维工具

短视频

全渠道覆盖的流量渠道

碎片化

3分钟以内

泛导购

含导购属性

互动性

新型电商

实用型消费类短视频平台

内容渠道 入口

有好货

有好货【精选】商品流中透出



每日好店

首页视频入口透出



必买清单

【化妆】【爱吃】频道透出



猜你喜欢

猜你喜欢商品流中透出



爱逛街

爱逛街精选流中随机展现



淘宝头条

视频入口透出



短视频 类型与分发矩阵

商品型短视频

头图视频
详情页视频
———
有好货
猜你喜欢
搜索spu
行业频道
购买后推荐页

内容型短视频

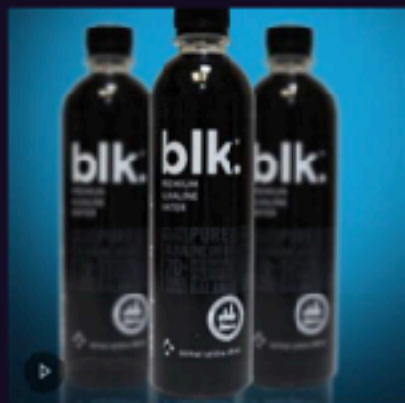
店铺首页
———
淘宝头条
每日好店
爱逛街
必买清单
生活研究所
微淘
猜你喜欢
行业频道

用户短视频

评价短视频
———
猜你喜欢

视频案例-如何表达店铺特色及商品:

可登录content.taobao.com查看案例



全球购产品视频

店铺宣传片

双12淘宝特色卖家



跟屁虫影视出品



箱包类视频

店铺宣传片

双12淘宝特色卖家



跟屁虫影视出品



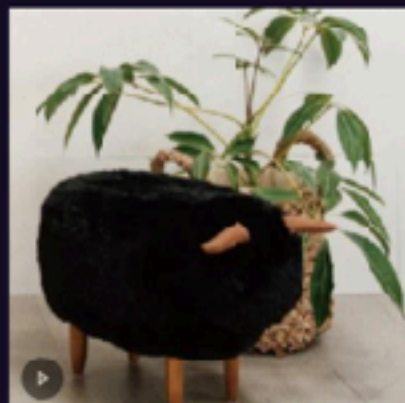
匠心主题视频

店铺宣传片

双12淘宝特色卖家



第十缪斯出品



淘宝猎奇主题视频

创意型产品视频

双12淘宝特色卖家



韩都映像出品



家纺类视频

店铺宣传片

双12淘宝特色卖家



影路传媒出品

渠道名称	店铺基础要求	视频时长	店铺数量	商品数量	商品&店铺要求	重点类目（优先选择，但是不仅局限于此）	重点类型	视频基础要求	视频内容补充要求
有好货	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、店铺DSR≥4.6。	15s-30s	1家	1个	1、小众品牌； 2、设计品味； 3、创意创新； 4、特殊款式； 5、海外商品； 6、客单价高	1、数码；2、电器；3、美妆；4、家居。	只限单品展示	1、画面尺寸要求1080p，比例为16:9，9:16，即支持横版竖版； 2、画质高清，例	以介绍一件商品的功能、特点展示为主。
必买清单	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、店铺DSR≥4.6。	3分钟以下	1家及以上	3-6个	1、高端：奢侈品牌、轻奢品牌； 2、中端：性价比高，或小众设计师、海外品牌。	1、美妆；2、美食	只限教程		1、以商品功能、特点展示、步骤为主，建议用字幕表示； 2、专业、实用、有说服力、有可行性以短视频方式呈现的分步教程；
爱逛街	店铺评分4.7及以上。 店铺信用1钻以上。	3分钟以下	1家及以上	1-6个	1、女装：海外品牌、小众、设计师风格单品。 2、美妆：国际线品牌及国际线开架品牌。	1、时尚；2、美妆；3、美食	教程、评测		1、拍摄环境光线充足，背景干净；棚拍、室内必须现场打光，保证光线充足； 2、红人本人或有版权的人物出境，红人必须带妆上镜； 3、视频核心主题必须在前10秒内有露出，内容需深度有看点、有知识点； 4、教程、步骤类视频必须后期备注字幕辅助说明；国外
					3、生活：不限			码率 >0.56Mbps；	视频必须有字幕 5、主述、旁白口条清晰；
每日好店	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、店铺DSR≥4.6。	3分钟以下	1家	2-6个	有调性，有特色的店铺： 1、原创设计； 2、小众好牌； 3、手艺人； 4、魅力店主； 5、专业领域；	1、服饰；2、美妆；3、美食；4、生活类（含家居、母婴、数码等）	剧情	3、视频大小小于120M； 4、视频格式要求：mp4、mov、flv、f4v； 5、视频只能带同名角标，不能放任	1、单店铺内容，需包含店铺元素：如店铺名、店铺slogan、店铺理念、设计理念、镇店宝贝、店主故事、店铺故事等(必含其一)；

淘部落	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、店铺DSR>4.6。	3分钟以下1家及以上	1-6个	不限	不限	不限	何站外链和二维码。 6、用专业视频设备拍摄、剪辑的高品质短视频，镜头不虚不晃	不限
猜你喜欢	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、店铺DSR>4.6。	3分钟以下1家及以上	1-6个	不限	不限	不限	法。风格、类型都不限，拒绝纯电视购物等广告类型； 7、有趣、有新意，在短时间内达到吸引力；	不限
淘宝头条	1、店铺符合天猫淘宝基础营销规则； 2、一般店铺DSR≥4.6。 (GSKA没有DSR的要求)	3分钟以下1家及以上	1-6个	不限	不限（优先级如下：） 1、护肤彩妆、数码、美食（不仅是食谱教学，与吃有关的内容，如大胃王、李子柒等）、搞笑幽默（萌宠、宝宝、脱口秀等）、居家生活 2、亲子、汽车、影视、淘系业务相关内容 3、文艺、个性领域	资讯、评测、知识百科、教学、盘点、创意广告、剧情、脱口秀		以MCN机构、视频自媒体的PGC内容及视频平台的影响力PUGC为主； 商家视频，拒绝店铺、单品的硬性推广视频，需求内容为有趣的创意广告、优质软植入内容型（如测评、教学、资讯等）

内容渠道特征 高单价优品

淘宝头条：热点资讯类，功能评测类，品牌种草类适合。价格中高端。

有好货：单价高，时尚潮流，新品，国外品牌

男神范：单价高于行业均价，人群化标签比较精准。

爱逛街：单价高，卖点强。

必买清单：单价高，人群标签定位清晰。

人群卡片：包含潮流酷玩，买遍全球，时尚大咖，实惠好货，我淘我家。

直播：泛流量，客单较低易转化；优质内容可种草。

生活研究所：单价高于行业均价，人群化标签比较精准。

每日好店：产品故事，品牌故事，店主故事，有趣好玩

1.头图

二楼（品牌体验）

支持h5(短视频、ARVR)

店铺首页

宝贝详情

2.宝贝描述

支持场景：
1分钟短视频、全景图、
3D模型、AR购、GIF

支持场景：
1分钟短视频、全景图、
动态详情

3.看了又看／会场活动

支持全景图

短视频发布工具助力视频内容高质量 / 高压线



分发渠道确认是否收货

外包审核 优酷土豆共享审核机制 社会化分包审核机制

审核内容：1、内容质感 2、视频标签 3、商品打标准确度

安全滤网机制

审核内容：黄赌毒、禁售限、广告法

内容过滤机制

审核内容

- 1、商家资质：如dsr、营销新七条
- 2、宝贝资质：宝贝数量、宝贝上架等
- 3、内容资质：视频清晰度、时长、视频比例

短视频的内容矩阵



● 平台定制

头部内容：淘宝二楼，行业营销活动

● 头部机构发布-映象淘宝（精品库）

头部内容：官方IP形象，全网分发

● 达人/机构发布

腰部内容：内容型短视频

● 商家发布

腰部内容：商品型短视频

● 用户自发上传

尾部内容：纯UGC

2、通过视频机构及达人进行报名

如何与机构进行合作

通过V任务达成合作。登陆 da.taobao.com ，进入“招商广场-淘宝短视频”，查看机构具体招商情况。

商家如何操作v任务：<https://da.bbs.taobao.com/detail.html?spm=0.0.0.0.y2UzVI&postId=5735813>



阿里V任务
阿里巴巴旗下内容服务平台

[首页](#)[找创作者](#)[官方任务](#)[品牌专区](#)[商家广场](#)[帮助](#)

找创作者

自媒体 数码极客 美食家
美妆专家 母婴顾问 生活美学家
网站App 淘女郎

找机构

图文机构 直播机构 视频机构

按渠道查找

有好货 必买清单 爱逛街
淘宝头条 淘宝直播 生活研究所
每日好店 淘宝短视频

N E W R O U T E

助力内容合作 共赴商业新征途

找创作者 • 官方任务 • 品牌专区
构筑全新V任务

重要公告

【反馈】使用新版有问题，[点这里](#)
【找创作者】多维度筛选 简单高效！
【官方任务】参与官方内容的快车道
【品牌专区】专注服务优质品牌
【运营号】天猫商家请绑定付款旺旺
【教程】平台操作文档大全
申请开通V任务，只需30s
部分官方任务类型调整通知



担保交易 全渠道覆盖 创作者精选 数据监控

内容互动 - 服务市场

实名认证 专业推荐 交易担保 售后保障

输入您想查找的服务

搜索

所有分类

首页

摄影市场

互动定制

个人中心

内容服务

商品拍照

短视频

gif动图

全景

AR/VR/H5

全案定制

图片视频工具

热门行业

服装服饰

3c数码

家装家饰

内衣泳装

食品保健

珠宝首饰

美容美发

鞋帽箱包

其他

图片视频处理

视频剪辑

修图

主图制作

详情页设计

[官方精选]

拍好视频不贵

超低预算千元起



内容形式与工具

■ 投放的元素零碎，因为用户的时间零碎，投放的时间与内容确定，根据用户阅读习惯与喜好决定。

粉丝运维

- 评论
- 问大家
- 群聊
- 微淘

内容生产

- 图文
- 短视频
- 直播

如何策划微淘互动内容——流程

活动简介

项目团队推进

活动赠品申请

官方资源申请

传播渠道选取

活动预算核算

应急方案制定

活动效果总结

活动背景：（为什么要举办）

活动对象：（针对什么群体？这个群体想要看什么）

活动目的：（明确目的；粉丝参与得到什么）

活动主题：（明确主题）

活动时间：（在什么时候举行一大促还是周年庆）

活动渠道：（微淘、粉丝趴、关注、直播等）

活动内容：（标题能否精准传达信息）

活动规则：（呈现场景化和表达方式）

参与方式：（文字、图片、视频等回复评论、转发）



内容食谱

早餐

⊖

每日推

简单、易消化、保持活力

上新、买家秀

推荐渠道：微淘 / 猜你喜欢 / 头图

主食

⊖

50%-70%

饱腹、营养

品牌价值、头条、沙龙

推荐渠道：每日好店 / 微淘

蔬菜

⊖

更健康

行业报告、商业洞察

推荐渠道：问答 / 头条 / 有好货 / 必买清单 / 微淘

甜点

⊖

更人性化

兴趣点、热点

投票、抽奖价格

推荐渠道：买家秀 / 爱逛街 / 生活研究所 / 微淘

调味品

⊖

更吸引人

刺激味蕾

话题、盖楼、彩蛋、红包、抽奖

推荐渠道：问大家 / 微淘

类目内容形式与推广渠道

 美食美厨	 户外运动	 家居数码	 母婴亲子	 美妆美容	 时尚潮搭		
种草类图文 评测类图文 使用类图文	教程类短视频 故事类短视频 明星PGC直播 网红UGC直播	教程类图文 评测类图文 教程类短视频	评测类短视频 故事类短视频	种草类图文 资讯类图文 美图集	种草类图文 教程类短视频 明星PGC直播 网红UGC直播	种草类图文 教程类图文 评测类图文	网红UGC直播
头条、必买清单、汇吃、 微淘、每日好店	头条、有好货、微淘、 必买清单、每日好店	头条、爱逛街、必买清 单、有好货、每日好店、 京东	头条、微淘、必买清单、 每日好店	头条、微淘、有好货、爱 逛街、全球购、必买清单	头条、微淘、爱逛街、必 买清单、潮流资讯、每日 好店、男神范		

图文-种草类

- 讲故事，说体验
- 品牌创始之初
- 产品研发之路
- 自身体验之事
- ——归结到产品本身
- 要有不足 / 也许就是小贵
- 要有亮点 / 也许就是好用



图文-评测类

- 总-细-分-总

1. 用户人群痛点挖掘
2. 抛出产品解决方案
3. 细分阐述证明论证观点
4. 总结



图文-攻略类

- 具体问题一站式解决
- 根据主题分系列
- 根据系列推商品
- 有理由拒
- 有图有样



图文-教程类

- 针对用户人群
- 寻找有价值的需求痛点
- 多形式展开解答
- 可一次讲透一个点
- 也可以策划系列主题



图文-资讯类

- 热点 / 名人 / 兴趣
- 引导价值 / 商品



图文-教育类

- 根据用户需求选题
- 专业 / 全面 / 可操作
- 设置不同体验场景
- 针对性强
- 可系列化



小组练习

- 每组选择一种内容类型
 - 确定一个类目
 - 写出十条该类型下文章主题
-
- 可系列
 - 可独立
 - 需要分别著名，推广到哪些渠道

短视频 视频制作八字箴言

创新：形式+故事+互动

表现形式 / 人偶、剪纸、乐高积木、产品品牌衍生等

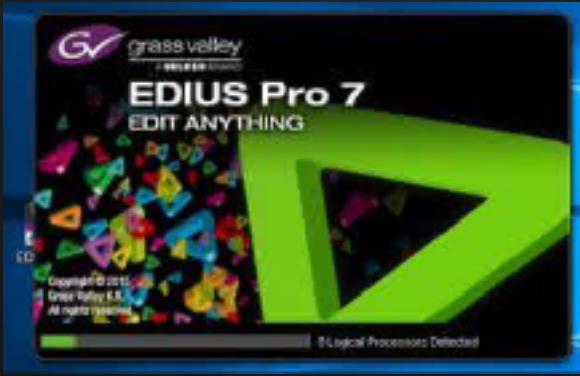
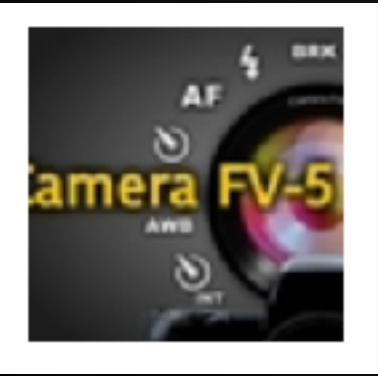
故事策划 / 奇葩、搞笑、煽情、知识、公益等

互动传播/玩起来！

持续：兵贵神速！重效果轻制作。

效果：剑走偏锋！新奇、好玩、感动、想传播。

工具解析 软件与教程



后期制作一个软件搞定—imovie for mac

字幕、背景音乐、剪辑、拼接、压缩



裁剪1:1尺寸

加速、减速

画面旋转

音频与视频分离

后期制作一个软件搞定—万兴神剪手 for windos

字幕、背景音乐、剪辑、拼接、压缩



裁剪1:1尺寸

加速、减速

画面旋转

音频与视频分离

千牛 / 淘拍





主图视频尺寸1:1不会拍?

视频尺寸一键切换



我的商品不好拍视频,不会拍?

分品类的视频模版



视频剪辑软件太高深,不会用?

字幕/音乐/剪辑/滤镜
一个淘拍搞定



手机导出视频上传不会操作?

淘拍(探索版)
在手机直接发主图视频





- 主图视频拍摄
- 脚本模版拍摄 / 自由拍摄
- 拍摄、剪辑、字幕、音乐、滤镜 一个手机完成
- IOS支持本地视频导入，安卓下期支持
- 淘拍教程解读真实案例—视频红黑榜







短视频规范要求

基础要求：

- 1、 视频拍摄画质和视频构图需达到专业水平。
- 2、 画面要求720p以上，比例为1:1， 16:9， 横版拍摄。
- 3、 画质高清， 码率控制在2-3M之间。
- 4、 9-60秒， 建议30秒左右。
- 5、 视频格式要求： mp4、 mov、 flv、 f4v。



- 图像大小
1920 [1920x1080] : 全高清晰度 (Full HD) 记录画质。长宽比将为16:9。
1280 [1280x720] : 高清晰度 (HD) 记录画质。长宽比将为16:9。
640 [640x480] : 标准清晰度记录画质。长宽比将为4:3。
- 帧频 (fps: 每秒记录的帧数)
30/60 : 用于电视制式为NTSC (北美、日本、韩国、墨西哥等) 的地区。
25/50 : 用于电视制式为PAL (欧洲、俄罗斯、中国、澳大利亚等) 的地区。
24 : 主要用于电影。
- 压缩方法
IPB : 一次高效地压缩多个帧进行记录。由于文件尺寸会比使用ALL-I时小，可以拍摄更长时间。
ALL-I (仅I) : 一次压缩一个帧进行记录。虽然文件尺寸会比使用IPB时更大，但短片将会更适于编辑。

内容统一规范要求：

- 1、视频中不能含其它平台的二维码、站内外店铺等任何二维码信息。
- 2、不能含微信、QQ、今日头条等其他内容平台引导的透出（如微信朋友圈，公众号、QQ空间等）
- 3、不能含其他视频平台、电视台、境外网站、境外制作公司的标志（含港澳台），如腾讯视频、爱奇艺、搜狗，ftv等
- 4、不能含任何引导app下载信息，包含文字及口播方式。
- 5、视频内容中不能出现任何其他购物平台品牌透出，引导下载等信息。
- 6、视频内容需要有同期声唱词。（具体指：视频中有说话声音时候，需要同时配上字幕。）
- 7、视频内容不能违反影视行业相关法律法规条例。



#敢zuo敢活#一言不合就尬舞！这视频有毒~你见过和小白熊尬舞的蕊蕊吗？！在M家办公室到处乱跳，颠覆本宝宝的三观啦有木有~你们都看得欢乐不？哈哈哈



商品型短视频策划脚本

内容环节	内容设计	拍摄场景	时长安排
整体展示			
亮点展示			
组装 / 连接演示			
常规功能演示			
亮点功能演示			
片尾标版			

1分钟成果=10分钟素材



文学脚本

- 传播目的 [品牌 / 店铺 / 商品]
- 传播定位及支持点 [主题]
- 针对客户 [粉丝画像]
- 情感共鸣 [传播点设计]
- 形象定位 [视觉影响力]
- 成片要求 [格调/调性/表现方式]

策划

- 要求提供文案、结构、时长
- 选景与团队选择
- 指定完成日期 [提供日程安排]

执行

脚本策划 思路与方法

分镜头脚本制作

景别：大全景、全景、中景、近景、特写、大特写



镜号	画面阐述	景别	画外音	音乐	时间
1	(回忆) 一家人在破旧的房间, 其乐融融, 母亲在织毛衣, 小男孩在狭窄的房间里跑来跑去。母亲脸上有满足的笑容, 孩子开心的微笑	用黑白或者单色表现(近景)	不知道什么时候, 我已经悄悄告别了那些日子	现代风格音乐	5 秒
2	山村景色, 水天一色, 远处苍茫的天海, 儿子离家的一个清晨 母亲苍老的容颜上有泪滑落 (特写)	远景	生命里沉淀的, 都是人生中恒久的片段		3 秒

脚本练习

店铺名：_____

题目：不会迟到的礼物 / 超越自我 / 时光 / 港湾 / 舍己的爱 / 肌肤之亲

镜头一：主题介绍（片头）

镜头二：使用场景

镜头三：抛出问题

镜头四：产品卖点

镜头五：效果展现

镜头六：品牌价值（片尾）

评估流程与标准

评估内容：

1. 镜头一和镜头六是否前后呼应
2. 镜头一和镜头六是否直指题目
3. 镜头二是否吸引人继续往下看
4. 镜头三是否直击问题 / 需求点
5. 镜头四是否介绍清楚产品是什么
6. 镜头五是否有出乎意料又在情理之中的伏笔
7. 镜头六是否阐述清楚品牌 / 产品的利益点
8. 此片的价值目的指向是否明确
9. 此片表现形式是否贴切产品 / 品牌定位
10. 此片表现形式是否新颖或稀缺

评价标准：

>7 建议执行

<7 建议放弃

=7 建议优化

直播内容四大玩法

专业化导向——内行讲得出硬道理

主要特点：商品多是标品，并具有一定的专业度，如美妆、母婴、数码等

可选类型：达人直播、产品测评、专家讲座等

典型案例：韩国美妆脱口秀直播



专业的内容
塑造可靠的品牌



转化率25.4%

场景化导向——融入环境的产品更好卖

主要特点：高频使用、和生活强相关的类目较为合适

可选类型：只要将产品植入到具体的场景中都可以

典型案例：麦片品牌直播、欧莱雅素人直播

◀ 天猫直播 - 澳洲麦片的100种吃法(Free... ▶



带素人去戛纳玩直播
欧莱雅天猫店销暴涨30倍



趣味型导向——播一些不常见的吧，会火！

主要特点：类目不限，只要你脑洞够大，啥都可以

可选类型：情景剧、奇葩直播

典型案例：抓鸡捕虾、计生用品案例



MO&Co.《白日梦》的真人秀恋爱游戏
收获15万赞和超过1000万的销售业绩。

最大只龙虾以约2400元
的价格被用户拍下。



常规型导向——关键得有秘密武器

主要特点：形式常规，但是一般都会有个明星压压阵

可选类型：新品发布会、明星推荐

典型案例：美宝莲携手angelababy的线上新品发布

林依轮卖辣椒酱，淘宝手淘，天猫魔盒，优酷生活《创食计》三个直播平台



首发3万瓶被抢光

两小时一万支!



选题

结合自身特点，手上资源，确定目标，做好长久开播的准备。



时段 / 画面 / 光线 / 场景，保证自己的直播风格，有个性有态度的表达会增加信任度。



有细节 / 有过程 / 有结论 / 有褒贬，还原商品真实性。用画面 / 说辞吸引用户。



互动

传递一些稀缺性的商品 / 定制化服务，与用户互动，提升粉丝粘性。



附加

不断给观众新鲜感，到不同的环境场景（户外），偶尔跨界，构建团队作业。



直播运营 全链路



淘宝直播：指淘宝平台上包括PC端无线端上的直播形态统称淘宝直播，

微淘直播：指在手机淘宝上从微淘端口发起的直播，目前发起的入口目前已关闭，有同学称他为微淘直播。权限规则和管理规范同淘宝直播。

达人直播：指由达人身份的主播发起的直播，有同学称位达人直播。规则和管理规范同淘宝直播。

千牛直播：指从官方平台发起对商家类内容的直播，在千牛端发起的，目前并无对外开放。

天猫直播：指天猫平台上包括PC端和无线端上的直播形态统称。规则和管理规范同天猫直播。

直播内容				直播类型	直播数据	操作
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	进入直播间 删除直播 删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	进入直播间 删除直播 删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	进入直播间 删除直播 删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	进入直播间 删除直播 删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	删除
	【直播】秋季美妆美妆，陪你度过秋天 直播时间: 2017-08-15 14:00:00 0:00:00 直播结束			直播类型: 美妆护肤	直播时长: 00:00:00 直播观看: 0	删除



直播

效果两极分化的流量渠道



主题化 / 男性

pgc / 全球

Genre : (très) masculin.

闻香识男神 (男性香水)

技术宅也有春天
(DIY)

奢品TED (名品/全球购)

非常厨男 (美食)

超级奶爸 (母婴)

好汉配好车 (汽车)

行行摄摄 (摄影)

品茗一刻 (茶叶)

成人的玩具 (手办)

日常

根据第一期主题选品

根据第二期主题选品

根据第三期主题选品

ogc

ogc

ogc

pgc

pgc

pgc

pgc

**主题
第一期

**主题
第二期

**主题
第三期

**主题
第四期

本期话题点是.....

本期话题点是.....

本期话题点是.....

本季话题总结

场景布置

软装

镜子

软沙发

吧台椅

提示版

手机 / 摄像机

脚架 / 云台

设备

av线多条

降噪话筒

电插板

暖光源

灯光

反射灯

散射光





小先锋影室灯 × 3pcs
灯架 304(2m) × 3pcs
柔光箱 SB-MS 60X60cm × 2
黑银反光伞 UB-002 33" × 1
影室闪光灯触发器 RT-15 × 1
套装包 CB-05 × 1
闪光同步线 × 1





镜头：常规变焦 1000+

脚架 / 云台：相机三脚架、球台 百元-几百

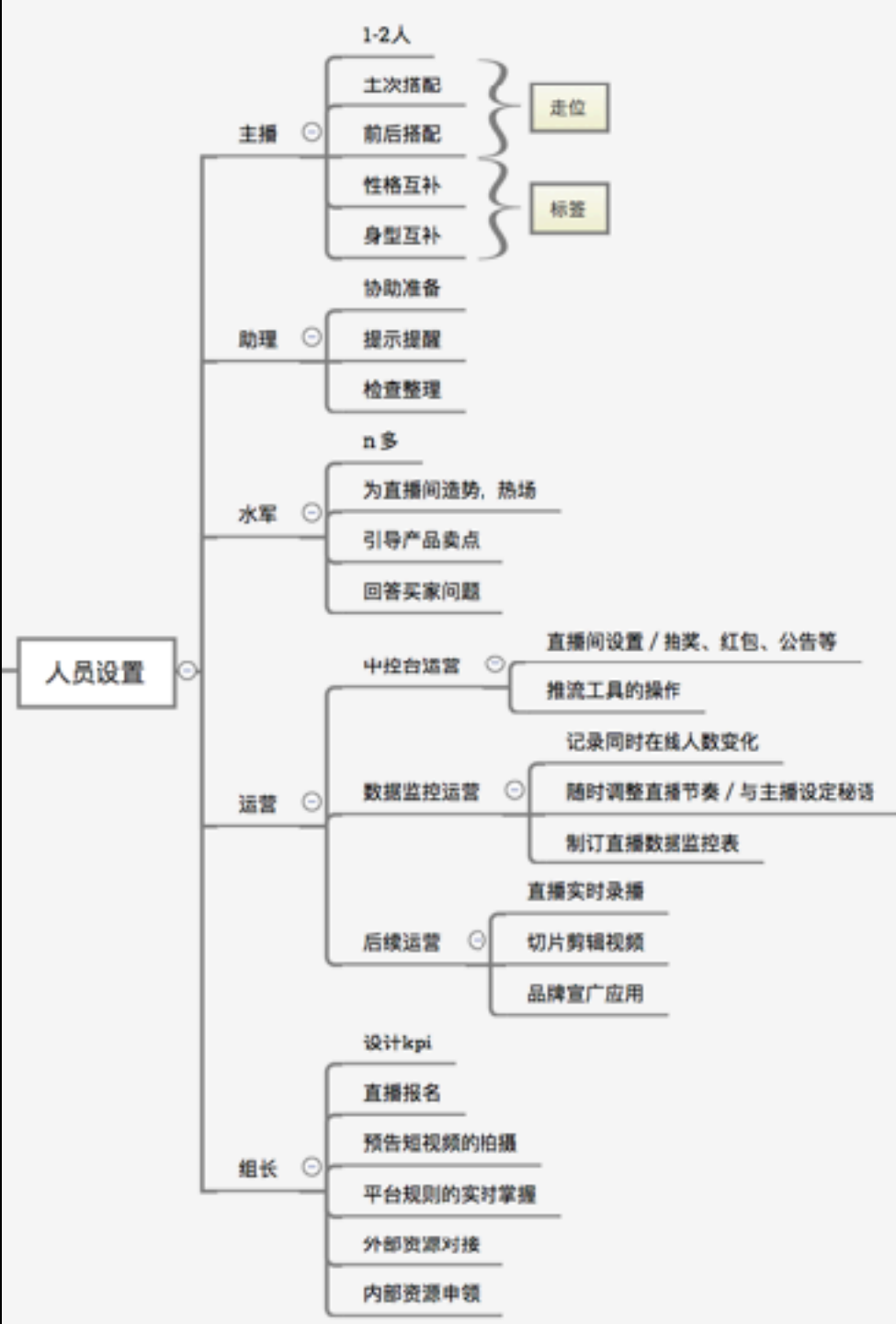
机身：佳能70D 5千左右

灯光：神牛三光组合套装 2500+

以上预算：一万+

以下不计在内：

多通道演播操作台、话筒、av线、电板、电脑、手机.....



录制

选择宝贝

讲解

完成

观看

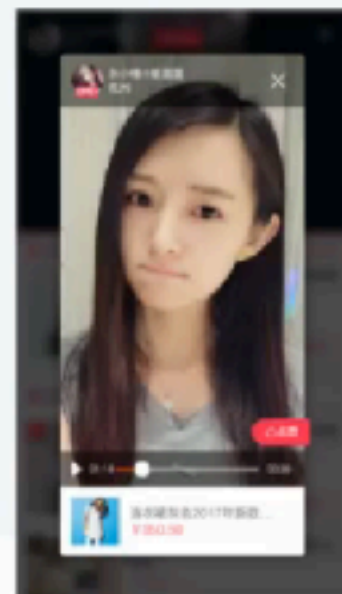
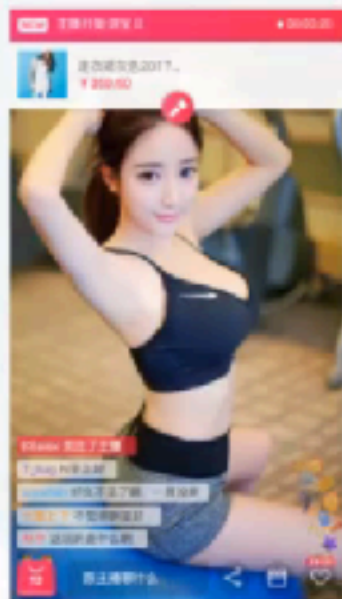
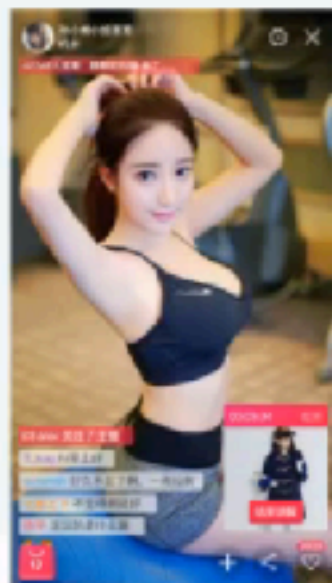
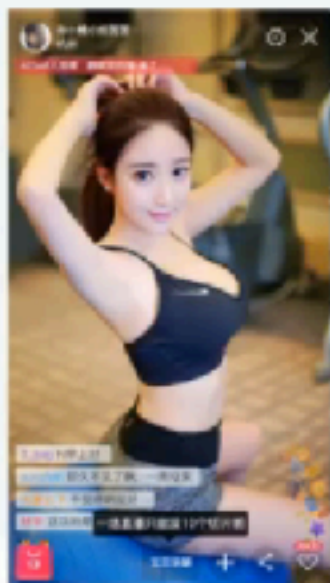
点击直播间界面右下角
「宝贝讲解」按钮

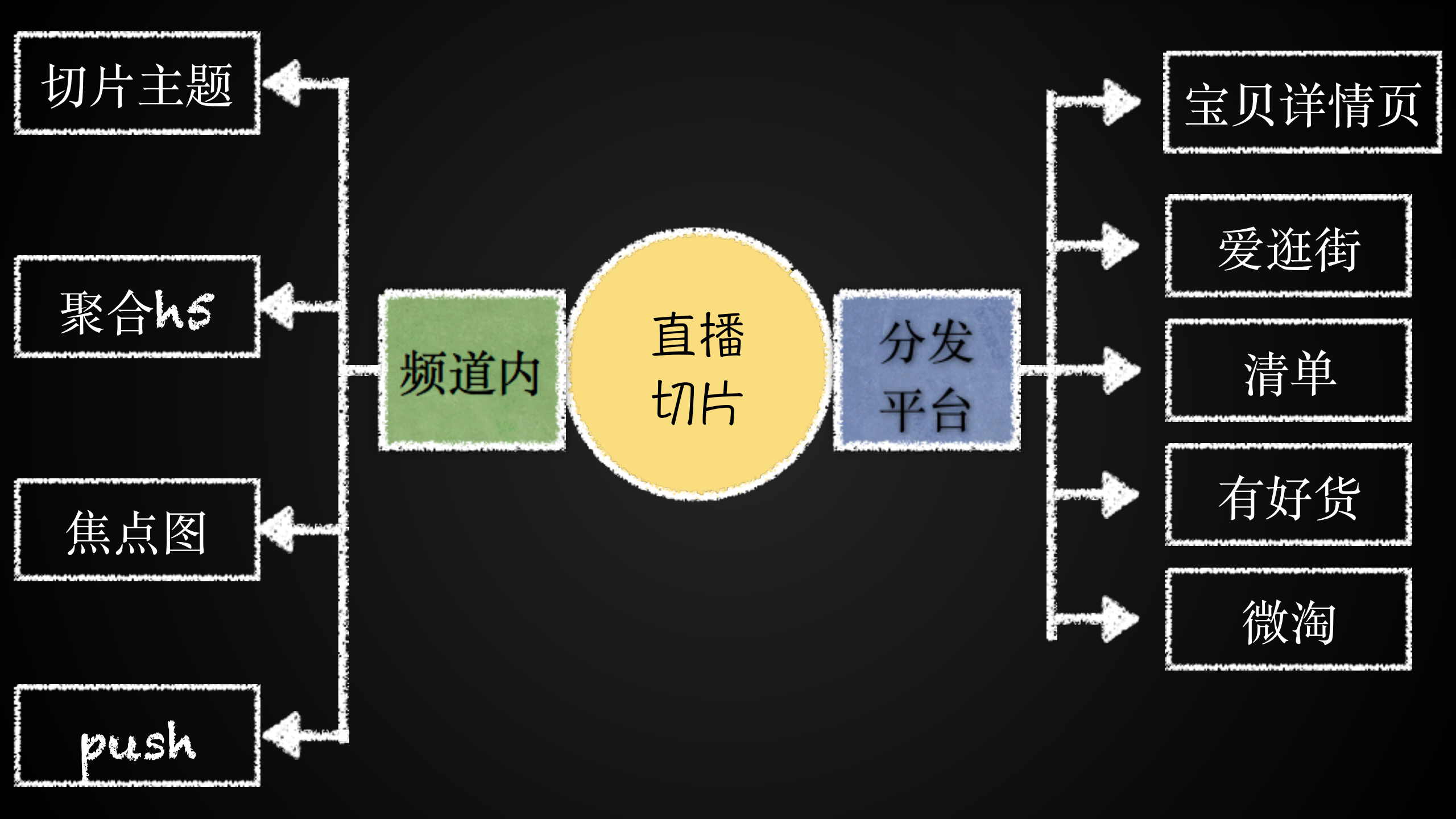
在列表中选择需要
讲解的宝贝

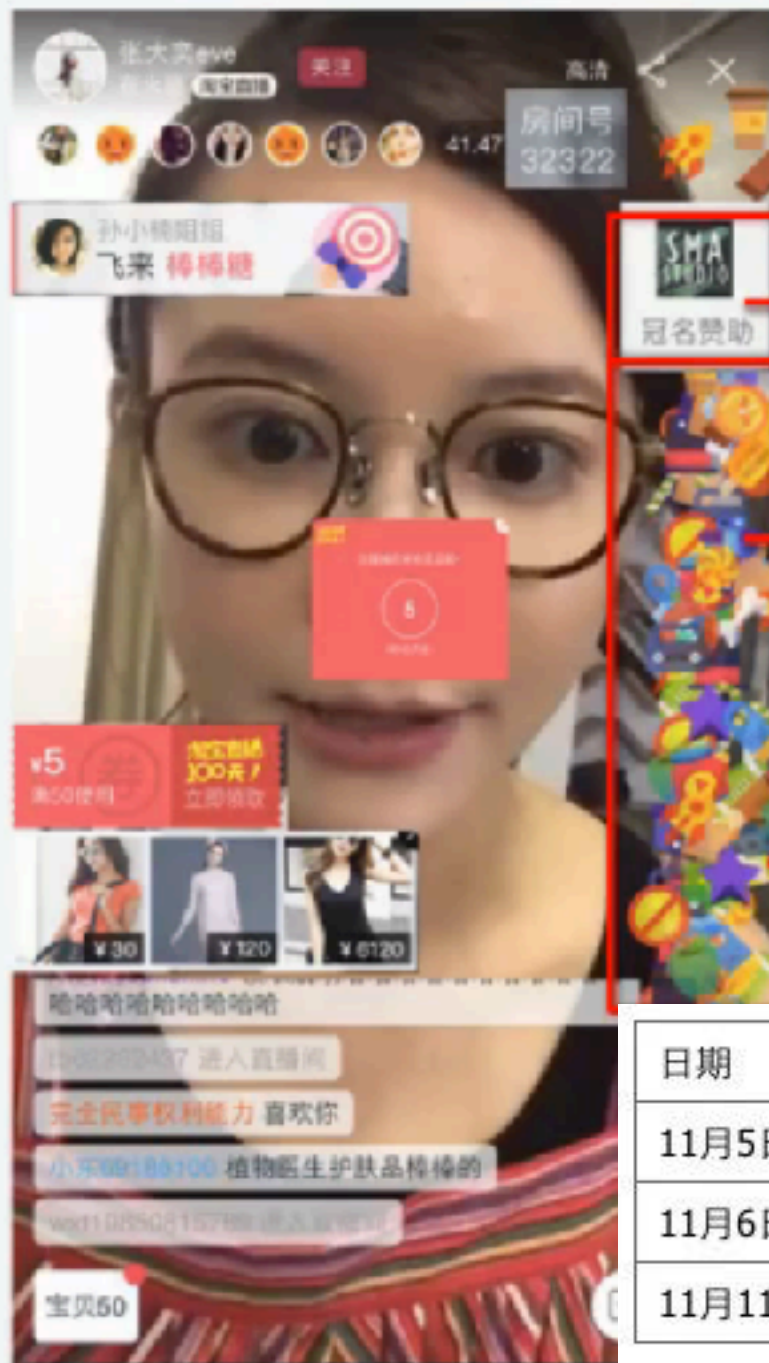
粉丝界面得到你
开始讲解宝贝的提醒

购物袋中对录制过
切片的宝贝系统会标记

点击标记的按钮可以观看







直播间冠名 (示意图)
V任务篇有介绍到的玩法



个性化点赞 (待上)
点赞图标可根据需求定制
收费标准待定



个性化皮肤 (待上)
直播间皮肤可根据需求定制
收费标准待定

日期	预估流量	冠名金额
11月5日	日均1000wpv	25w
11月6日		27w
11月11日		45w

数据运营：

- 1.实时监控数据存量变化，并记录。
- 2.结束后马上切回放

3.二次营销：

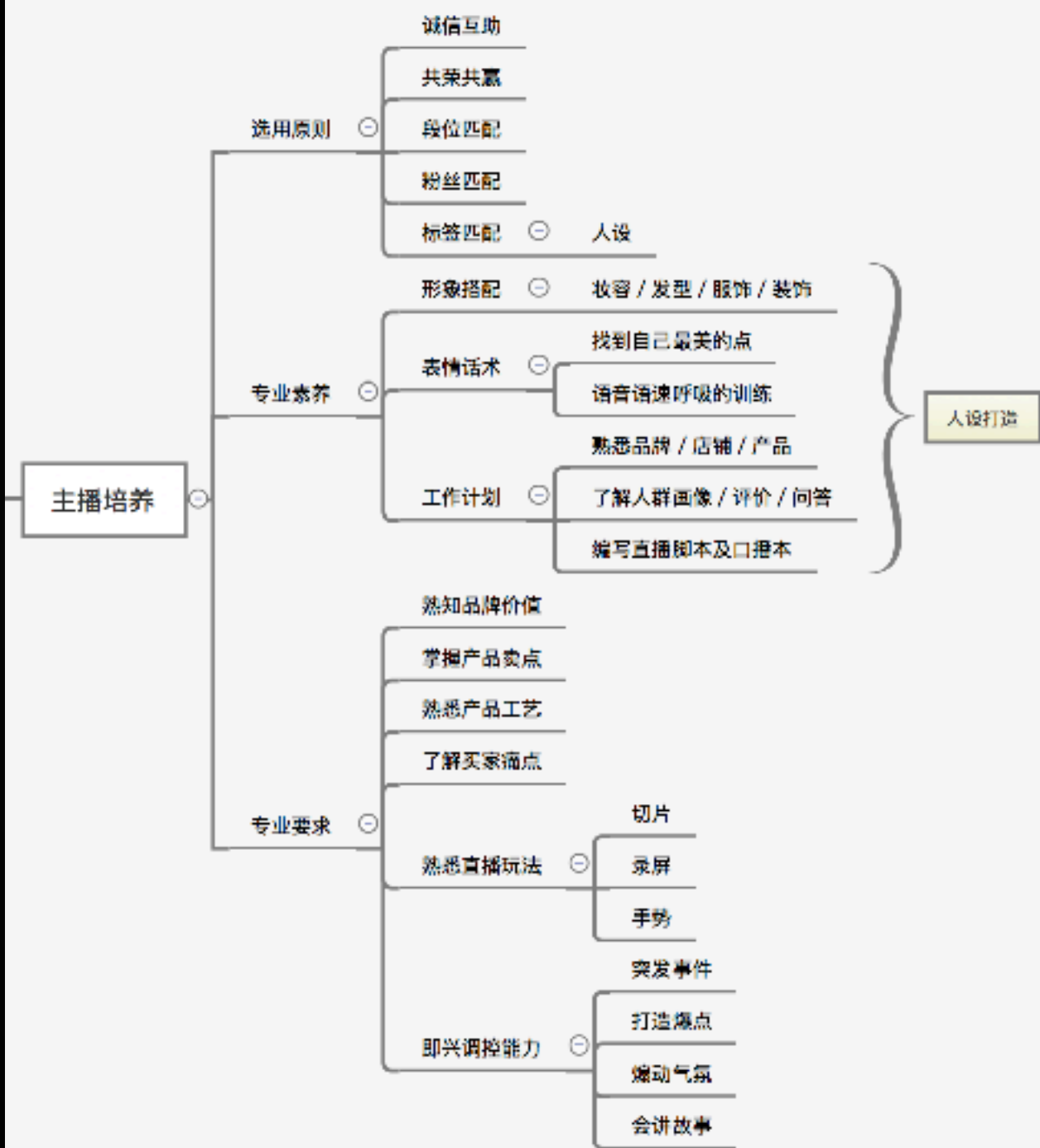
- 1) 继续二次营销，做二次沉淀
- 2) 直播结束后，直播话题在其他渠道进行二次营销，如微淘、范儿、粉丝趴等，将视频内容沉淀

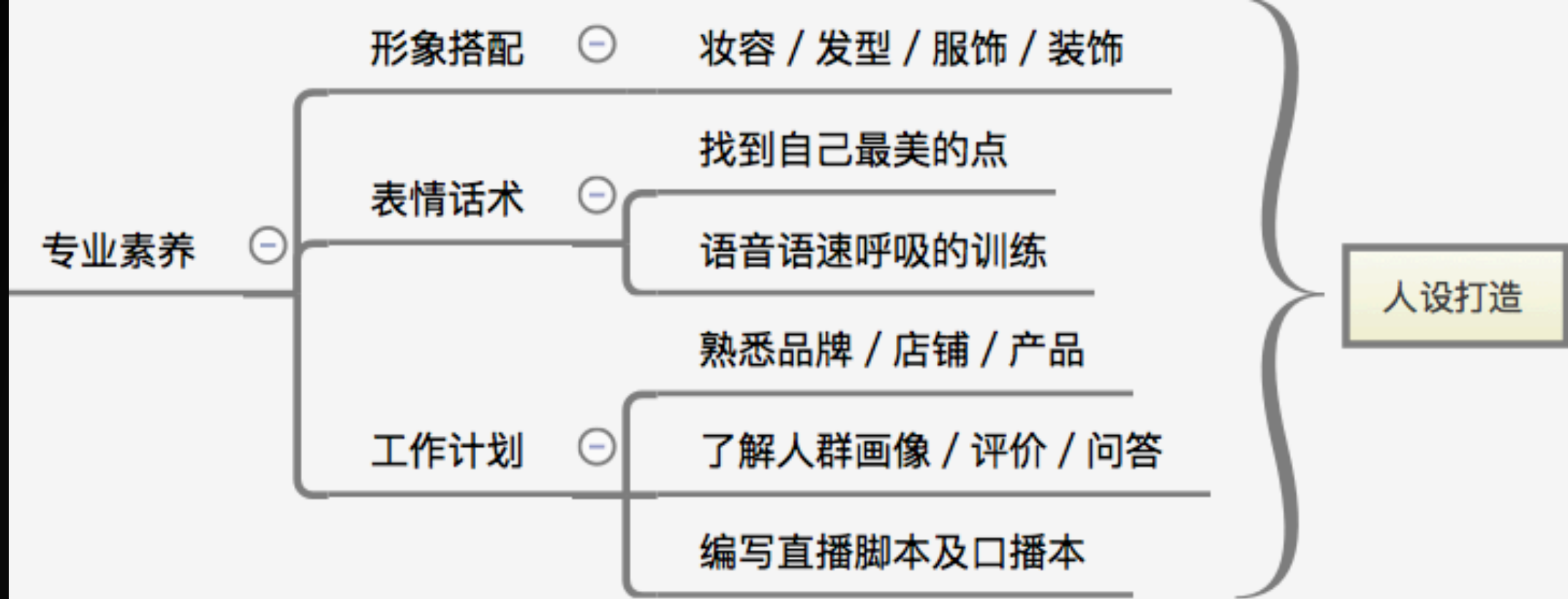
4.PR发声，新媒体沉淀发声，持续事件发酵



组长：

- 1.方案、脚本准备：大活动必须整合全链路的策划
- 2.人员确认并分工：包括主播、互动小编、直播全程跟进人员等
- 3.根据方案制定本场直播**KPI**（互动、成交、流量、拉新），
并盘点资源 （品牌渠道、站内渠道、新媒体配合）
- 4.总结反馈：活动总结反馈，邮件小二整体复盘





彼得·保罗·鲁本斯 (Peter Paul Rubens) 的《读书的女子》(The Girl Reading)。



“直播权限从不收费！交钱的一律是**骗子**！！”

“淘宝卖家申请门槛：普通行业微淘粉丝1万，特殊行业**3万**，
天猫微淘粉丝3万。”

“大部分直播做得好的卖家，都是日常内容， 不需要投入很大财力”

“提前做好**脚本策划**，这样会让直播效率最大”

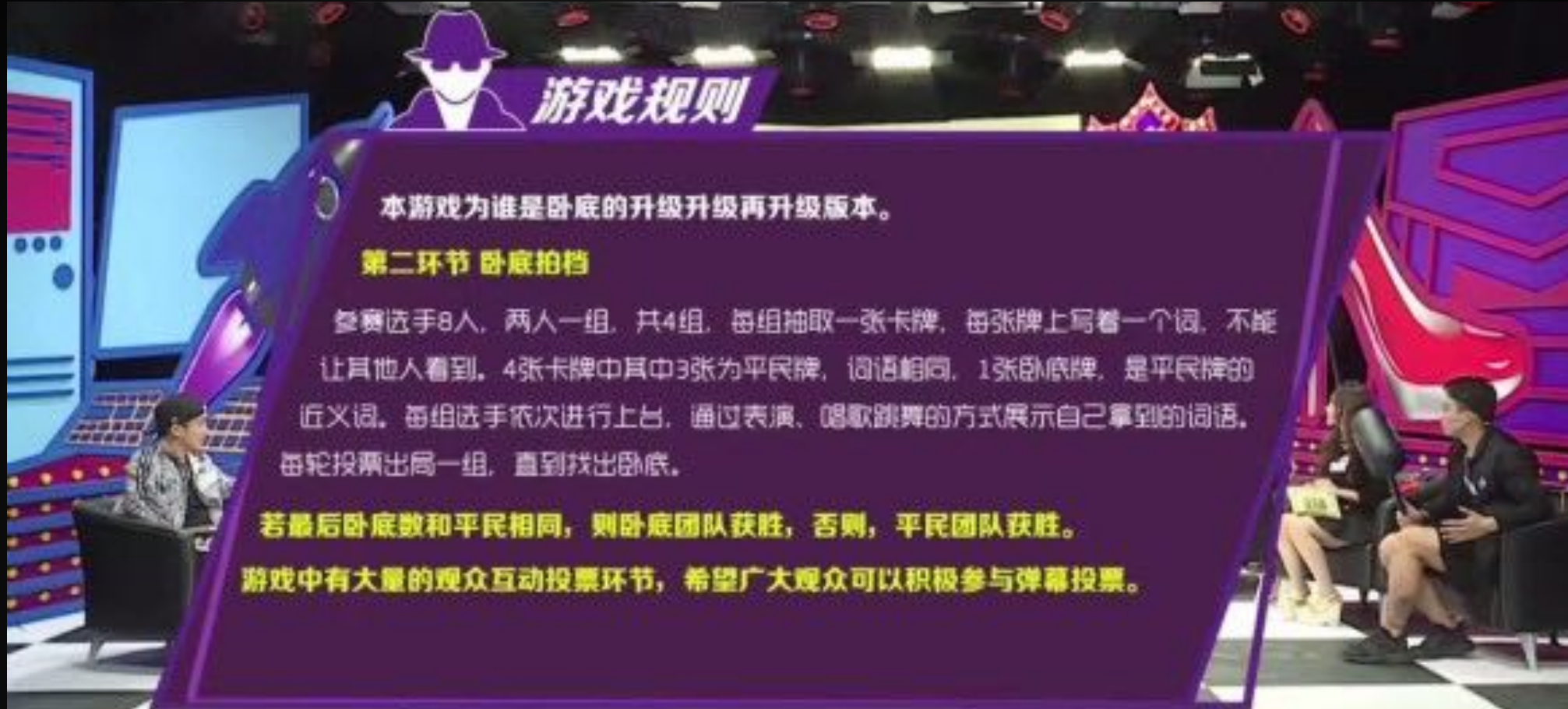
.....

直播脚本的流程



日常直播台本

直播主题		日期时间		工作目标
主播		助理		热度 / 转化
后台运营		数据运营		流量 / 存留
水军		组长		吸粉 / 转化
直播亮点 (利益点)				投放力度
产品列表 / 卖点阐述				是否切片
互动玩法 / 彩蛋设置				参与度
效果总结				以上全有



第几期	本期主题		话题点	
直播主题		日期时间		工作目标
主持人		嘉宾		热度 / 流量
主播		助理		热度 / 转化
技术人员		中控台 / 设备		正常执行
后台运营		数据运营		流量 / 存留
水军		组长		吸粉 / 转化
直播亮点 (利益点)				投放力度
产品列表 / 卖点阐述				是否切片
互动玩法 / 彩蛋设置				参与度
环节设置				节奏感
效果总结				以上全有

监控

数据

观看量

累计观看量

实时观看量

评论数

点赞数

收藏数

直播回复数

互动量

案例

练瑜伽

优化

随时提升

及时回复评论

引导粉丝评论

分享式扩散

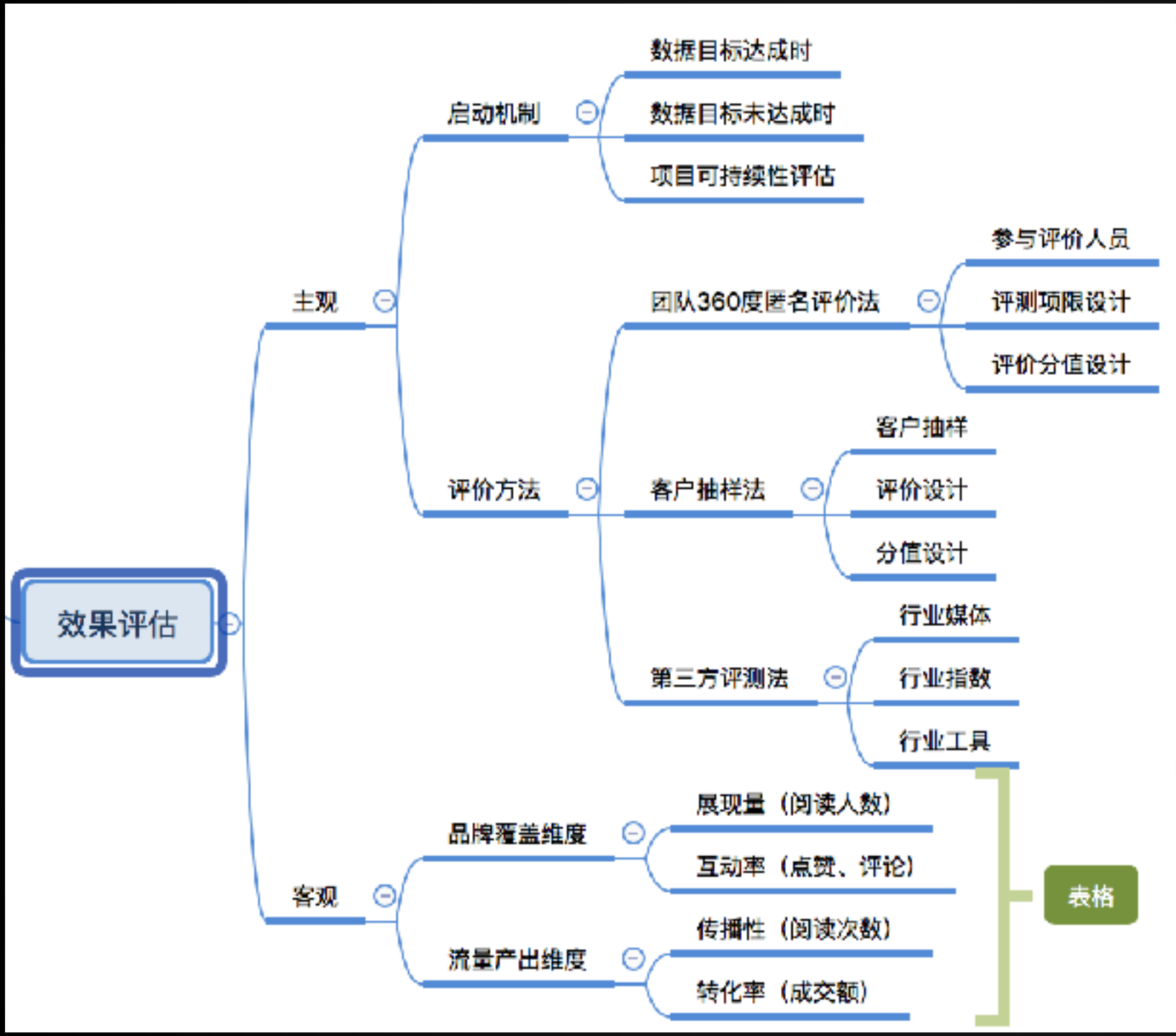
剧本式问答

问题逐条记录

下次调整

问题归类整理

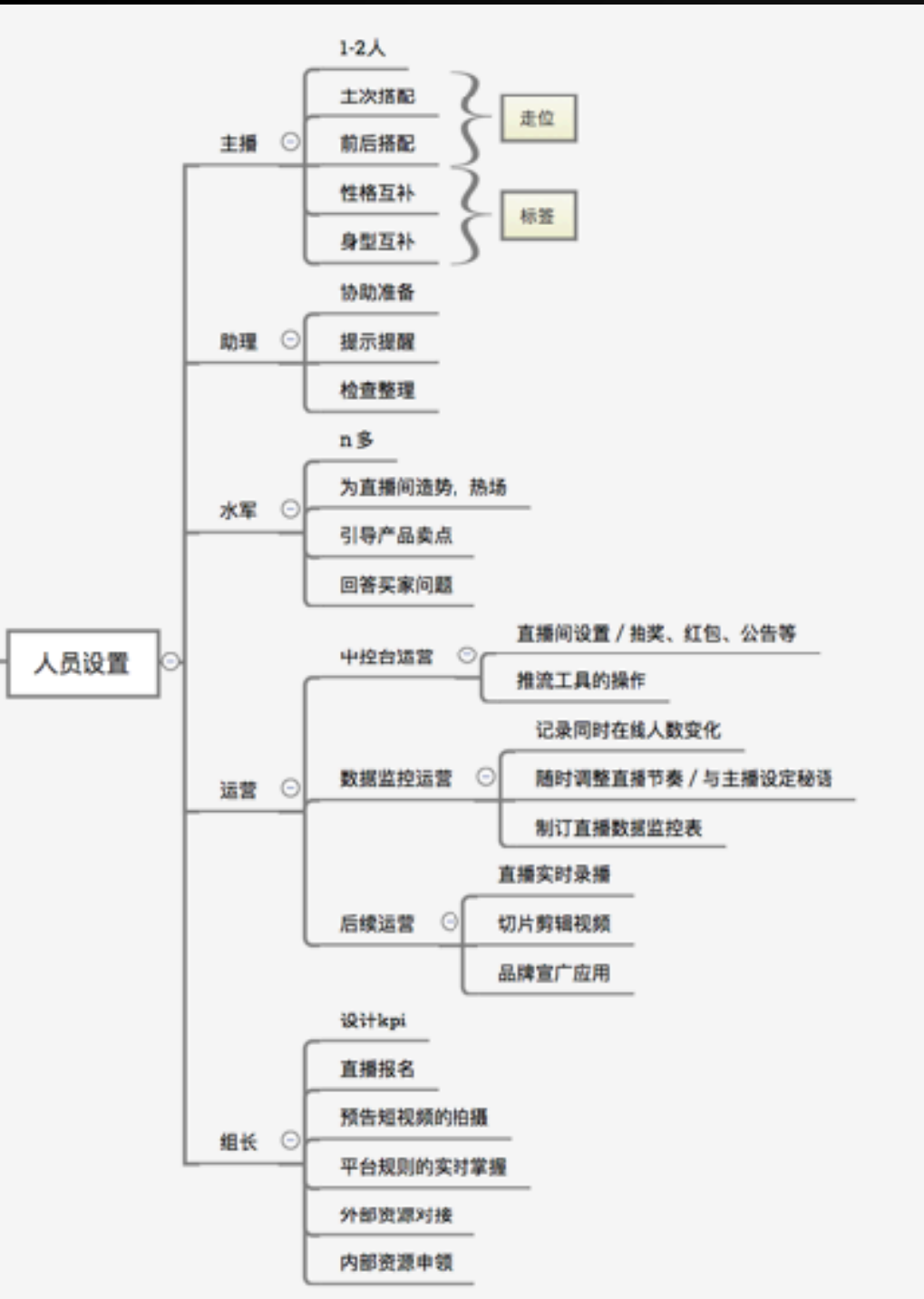
提出解决建议



评价项目	非常赞	很喜欢	一般般	没感觉	很反感	特殊说明
总体印象						
商业目的						
是否获益						
标题 吸引度						
情感触动						
最喜欢						

主观评估工具表

评价项目	展现量	互动率	关注数
品牌覆盖维度			
评价项目	阅读数	转化率	投入值
流量产出维度	客观评估工具表		
总结			
优化量			



练习

根据岗位职责 设置kpi考核表

岗位	人员	职能	考核	备注
组长		1. 2. 3.		
主播	主播1	1. 2. 3.		
	主播2	1. 2. 3.		
助理		1. 2. 3.		
运营	后台运营	1. 2. 3.		
	数据运营	1. 2.		



THANK YOU

淘宝大学认证讲师——計 璐