

汽车行业如何搭建 优质直播间

目录

contents

- 01 直播间推荐机制
- 02 直播的人货场
- 03 直播获客的小技巧
- 04 大盘标准数据参考

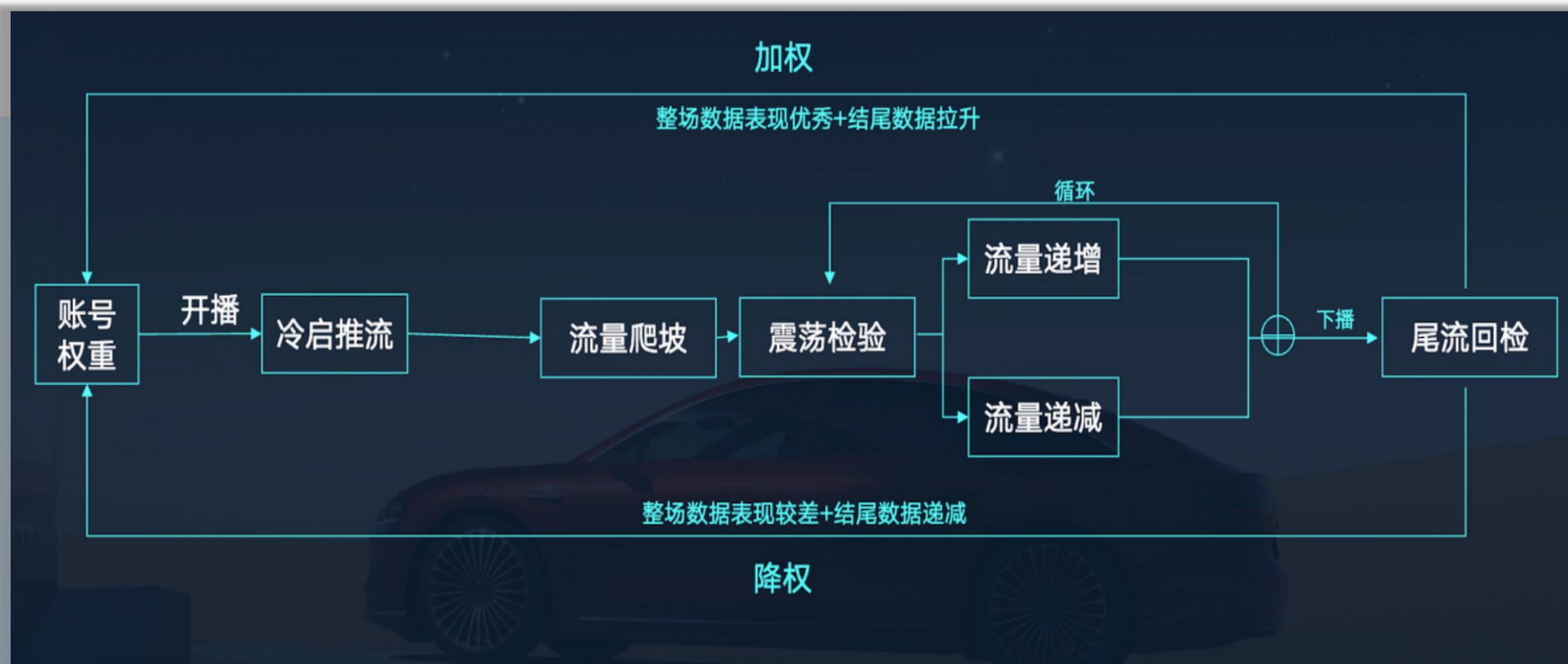
直播间推荐机制

1
PART

一、直播间推荐机制

01 直播间推荐机制：赛马机制

推流（赛马机制）：直播间流量没有设定上限，要做的就是不断超过同赛道的上一名。



一、直播间推荐机制

02 直播间推荐机制：流量漏斗



停留时长

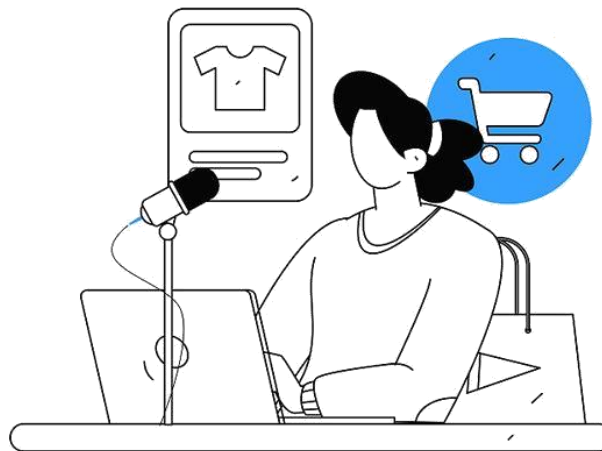
很大程度上决定

直播间是否继续推流

底层逻辑是帮助平台留住用户

03 直播间推荐机制：新人扶持机制

- 官方有新人扶持机制，新的直播间开场15分钟，需要充分调动直播间的积极性，
- 例如：关注、评论、点赞等直播间基础数据。
- 如果没有完成一定互动，死气沉沉的直播间会被系统判定为权重不高，将停止直播推流。



一、直播间推荐机制

04 直播间推荐机制：推荐



推荐不是一次性行为

从单场直播来看，会经历流量冷启-流量爬坡-震荡检验-继续爬坡or震荡衰减环节，可以理解推荐会从直播开始直到直播结束持续产生作用。



流量冷启是否通过会对后续推荐（推给谁/推多少）产生重要影响

从投资角度看，冷启更像“天使轮”投资，需要让投资者看到该直播间的“利润点”，后续才会有A轮、B轮、C轮等，对任何系统分发的“投资”产生更多“收益”，是决定后续获得更多“投资”的原因。



视频号以内容为核心，如某个直播间持续产出优质内容吸引大量用户喜欢，本身对平台、用户存在长期价值，平台只会鼓励此类创作者，非违规情况下不会主动限流；

**用户永远喜欢更新鲜优质的内容
需要持续优化内容留住用户**

一、直播间推荐机制

05 利用推荐机制吸引流量

01短视频预热引流

- ▶在直播前1天，或者开播前的3个小时内发布足够量的预热视频
- ▶可以将直播相关内容作为预热视频内容，为直播间导流，大概率增加直播间上热门。
- ▶用户看预热视频，若正在直播，视频号平台有正在直播的强提醒功能，助力用户点击进入你的直播间。

02优质的直播标题

- ▶直播间的标题突出直播间优势直播活动，引人共鸣，带动用户进入直播间的动作。
- ▶优质的直播标题:吸引眼球。

一、直播间推荐机制



利用推荐机制吸引流量

03打开同城定位

- ▶ 打开同城定位，方便同城的人观看直播带动直播间人气。尤其是很多线下实体店商家，记得打开同城定位聚集线下粉丝观看直播。

04固定直播频率和直播时长

- ▶ 固定直播频率和直播时长，可以提高直播账号的权重。一般一天1~2场，一周直播5-7场，每场直播1-1.5小时左右

05引导直播间用户互动

- ▶ 直播间互动率不断提高，平台大概率判断直播间很有趣是用户喜爱的，才会推荐直播间到更大的流量池

直播的人货场

2
PART

一、直播的人货场

◆ 直播间搭建

- ✓ 直播间数据漏斗
- ✓ 平台**只有算法，没有情感**，

核心数据持续跃升是走向热门的必经之路



- ✓ 直播的基础数据决定了直播间是否有持续曝光，但是用户是否进入直播间以及产生互动取决以下三个核心要素。也就是直播的人、货、场



二、直播的人货场

01 人-核心角色（主播）

- ▶ **直播间的关键执行人**：面向观众的第一人，代表的是店铺门面；也是品牌调性的体现。
- ▶ **主播的表现力**直接决定了直播间的好坏。

01. 招聘兼职或者全职主播

他们可以是汽车类直播出身，也可以带货出身，优点是对平台的熟悉对流量节奏的感知以及成熟的直播心态。需要重点培训他们的是汽车产品的介绍、直播间的玩法、与客服销售团队的配合。招聘兼职主播的优势，可以通过不断筛选，挑选适配性最高的主播来长期兼职。全职主播优点配合度更高以及稳定性强。

02. 将4s店的销售培养为主播

他们的优势是对产品的了解。那么更多是需要培训对于镜头、对于视频号平台的直播规范。



二、直播的人货场

01 人-核心角色（主播）

主 播 管 理

01. 针对专职主播

- 1、普通话优秀，具备镜头表现力和互动能力，直播分享欲强。
- 2、熟悉直播平台规则，能够操作基础直播设备。
- 3、加分项，能试驾讲解车辆动态性能。
- 4、加分项，了解汽车参数、配置、竞品对比等专业知识。

02. 针对销售主播

- 1、下播后第一时间能够跟进留资用户。
- 2、丰富的产品知识，能够生动的讲解用户痛点，不惧场。具备镜头表现能力。
- 3、熟悉直播平台规则，能够操作基础直播设备。

二、直播的人货场



人-核心角色 (主播)

主播折算时薪，按照对应阶梯给到不同时薪。单月数据越好，配合度越高的主播，多排班。反之压缩排班，控制底薪。

主播薪资=底薪+ (小时时薪*小时数)

其中时薪部分可以参考绩效部分打分

主播薪资绩效		规范详情	分值
直播前	服饰仪容	匹配车型色调/品牌调性的服饰按照运营要求完成穿搭。并保证露出镜头的部分如，妆容/手部干净整洁。	10%
	设备调控	设备开启，保存调试系数(灯光系数/手机美颜参数等)	
直播中	话术承接	基础：完成运营标准话术承接;保证100%执行 优秀：根据直播期间(5-10次)直播积累的问题方向，调整自己话术结构，并与运营同步优化的话术。	50%-70%
	评论互动	点对点回答评论互动问题;如有频繁出现的新问题及时同步运营形成应答的标准话术。	
直播后	复盘参与	基础:一周参与复盘一次 优秀:每日参与复盘;积极配合运营	20%-40%
负向指标	直播事故	主播迟到等原因导致延迟开播(>=10min，扣考勤分) 直播中无法情绪管理造成的直播暂停扣除当日直播时长。 主播无法形成与客服销售、运营之间的配合，月度指标扣除部分绩效。	100%

02 货-直播话术

直播间想要留住用户线索，那么要站在用户视角搞清楚三个为什么。

01

为什么我要留在直播间？

- 核心问题：留在直播间能给我带来什么好处。
- 延伸：（1）了解到产品卖点，邀约试驾（2）领取到直播福利（3）了解最新车辆价格信息

02

为什么我要留资？

- 核心问题：留下电话对我有什么帮助？
- 延伸：（1）获得直播福利（2）拿到报价单（3）专人对接

03

为什么我要现在留资？

- 核心问题：直播间和线下区别是什么？
- 延伸：（1）福利仅直播期间活动（2）立即获得价格报表（3）上门试驾资格

二、直播的人货场

02 货-直播话术

- ▶ **演示：**三段论循环话术，通过抓关注、聊重点、挖线索去有节奏的展示车型并引导留资。针对车型的不同分别融合对应车型的优势特点与核心人群，打动你的目标TA。

话术三段式结构	抓关注 (吸引人) 福利-1min	福利吸引	新粉试驾礼 (福利)：首次进入直播间的新粉，每人赠送一个包邮到家的试驾礼。想要免费福利的观众在直播间打 666 ，前 5 人可获得，包括帽子、华为手机、行李箱等。点击左下角小卡片预约成功，在直播间扣"预约了"，福利将包邮发出。
		信任背书	安全/续航:体现安全出行;购买长安集团汽车可图其安全、舒适和智能的特点;我们是北京朝阳区 15 年老店，全国六星经销商，值得消费者信赖。
	聊重点 (留住人) 讲车+报价-3min	车型介绍 (添加对应车型特点)	基本参数: 1) 尺寸与驾驶要求:宝骏越野车身长 3米3 ，宽 1米7 ，高 1米7 ，持 C1、C2 以上驾照可正规上路，能适应高速、高架、山路、水路等路况。 2) 续航与外号:有 300续航、400续航、500续航 等多种选择，被称为 五菱吉姆尼、五菱小钢炮
		车型开价	配置亮点:车型配置功能丰富，续航能力强，新能源车还赠送充电桩 体现当下即时福利:本周双节假期的不仅车价低，它的政策还好，车价比上个月低，但是政策比上个月更好，您这个月买车首年保险、终身保养、置换补贴全都赠送//金融政策(2 年免息、低首付) 报价单清晰且体现售后保障: 12 月份的成交底价，给大家算完了，全款价、分期价、落地价都在这，全国买，贵给您包退。
	挖线索 (打动人) 点对点-1min	点对点	互动方式:引导观众互动，想听车型介绍扣 1 ，想听报价扣 2 ，都想听扣 12 ，根据观众反馈决定先点对点-讲内容;" xx "大哥您刚才问的优惠有的现在还有 3 个名额，仅限今天哦

二、直播的人货场

02 货-直播话术

话术演绎



面对同样一套话术内容，转化能力优秀的主播更加具有自己的留人方式和直播节奏，留人方式即脚本，直播节奏即播感。

其实实际运营过程中，会面临不同的经销商不同的品牌不同的主播最直接也最有效的方式，就是找到品牌的头部优秀主播，复盘解刨其话术要点，直播节奏等。

一般来说每个品牌长期孕育的主播对于该品牌直播方式更加具有针对性，借鉴和模范他们是最高效的方式。

二、直播的人货场

02 直播“状态”



出镜-状态自信



不出镜-手势引导



不出镜-节奏感强



反例-说话碎、背稿感明显。

二、直播的人货场

03 场-设备、画面、流量

◆直播设备

(1) 手机 (推荐使用最新款iphone)



(2) 音频设备

- 无线麦 (推荐领带夹式麦克风)
- 没有连接线的限制, 可以进行大范围移动, 满电续航3h+, 并且带有环境音降噪效果。



(3) 辅助设备

手机稳定器	手机固定三脚架	双手机稳定器	双机位固定三脚架
			

设备	推荐设备	使用场景	优点	缺点
手机	推荐使用最新款iphone	1、门店直播常用 2、人员配备简单 3、大范围移动走播	4、器材使用方便 5、可克服环境问题得到不错的画面	1、无法调整焦距。 2、无法连接OBS等软件进行画面调优以及加载线上物料。

设备	适用场景	优点	缺点
无线麦	门店直播&短视频拍摄 走播 单人直播	1、方便移动, 易于移动 2、收音效果好	1、续航有限 2、信号不稳定
原生麦		应急使用	

二、直播的人货场

03 画面

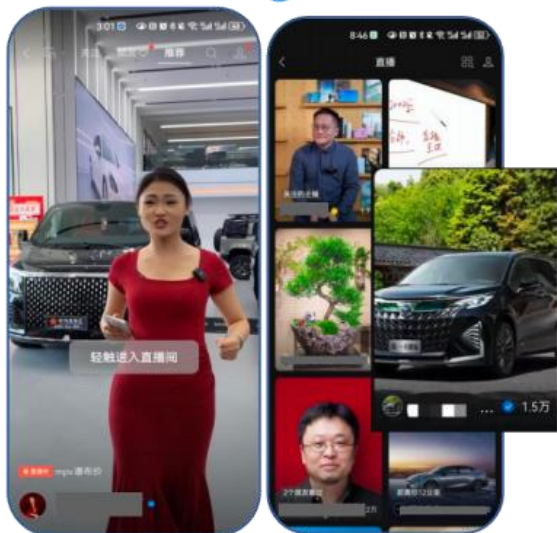
用户可以在哪里看到直播间？

直播广场/推荐

朋友圈

群聊/私聊

通知 [关注、预约]



用户看到

主题、封面、贴片、场景

二、直播的人货场

03 画面

用户通过什么获得直播信息？

▶ **画面和文字信息**，为什么直播间的标题重要？外层的用户，要么是被直播画面吸引要么就是被文案吸引，但是直播画面不同于短视频，是无序的，想要快速的抓住用户，文案是重中之重。

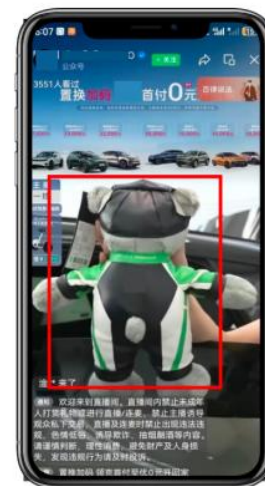
▶ 直播间的物料



案例一



案例二



案例三

直播广场/微信群聊/微信私聊



主视觉
注意：
不要出现二维码

标题
注意：
不要出现最、第一

关注/订阅/预约



直播推荐



搭建标准

- 1、打印用户最敏感的信息放在直播间最显眼的地方
- 2、主播KT版制作核心卖点功能 比如：发动机

搭建目的

- 福利可视化
- 产品信息可视化



二、直播的人货场

04 门店景重点及选取要因



透亮

环境光线



空间

层高、纵深



简约

颜色、物料保持同色系

二、直播的人货场

05 门店中的流量因子

01

品牌logo



03

大灯

02

玻璃



04

红色装饰



05

大门立柱

二、直播的人货场

06

门店直播画面正反例



- 1、画面空间有层次感
- 2、光线透亮
- 3、有贴片指引
- 4、直播标题带钩子
- 5、品牌logo出境



- 1、画面灰暗、光线不足
- 2、福利物料露出不清晰
- 3、直播间标题缺少网感

一些直播获客的小技巧

3
PART

三、一些直播获客的小技巧

01 经销商做视频号直播

- 01 安排每日直播工作表,固定时间段时间节点直播,初期可选择晚上黄金流量,逐步进行多时段测试, 摸索门店流量最佳直播时段;
- 02 每次直播前1天创建直播预约,再发布短视频+热门话题+地址,内容自动带上直播预约;
- 03 设计每周直播海报,放上福利信息/主播美图/直播二维码等,分享至群聊、朋友圈、意向客户群内, 进行线下邀约;
- 04 开播前做好开播功能设置:设置高清有吸引力的直播封面有利分享、选择"知识教学-汽车"分类有利起量、设置门店地理位置有利本地获量、设置贴片优化直播间画面增加留资路径指引。

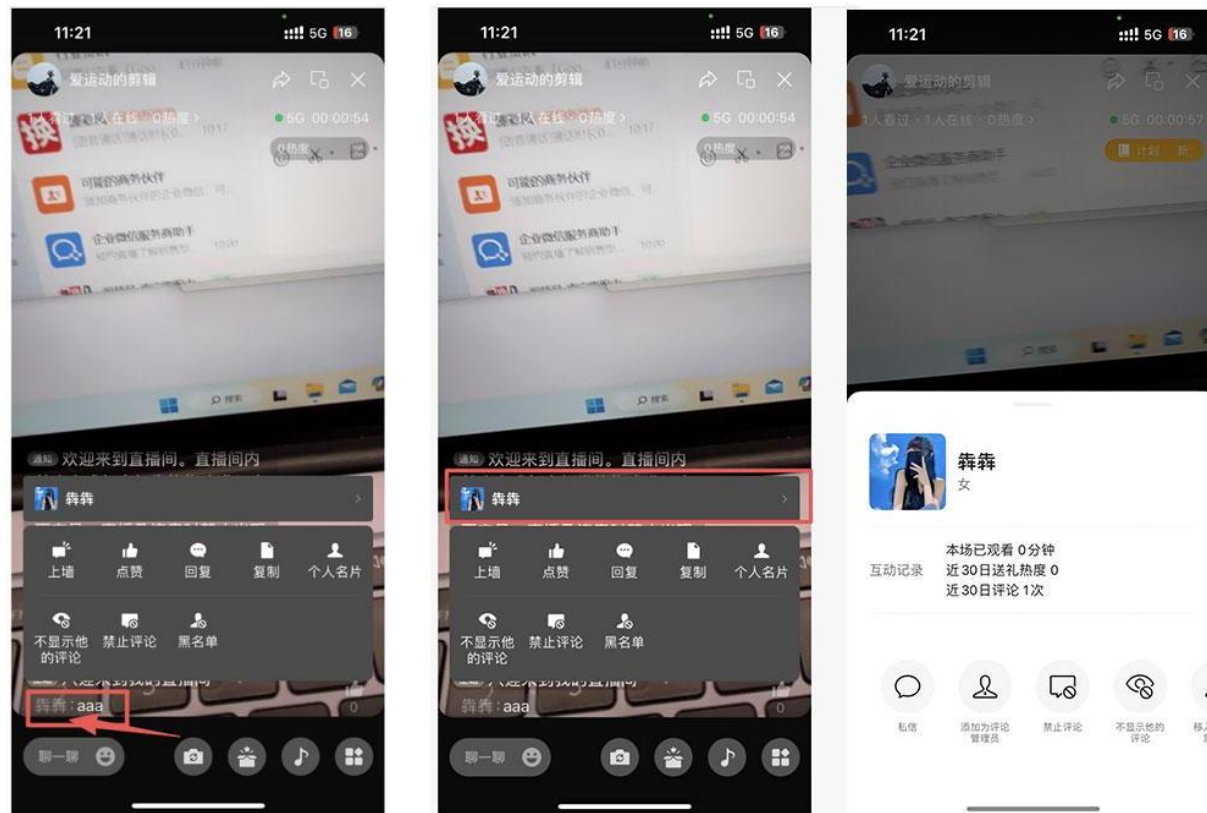


三、一些直播获客的小技巧

02 直播间用户私信挖掘



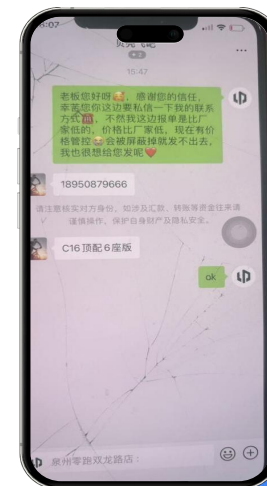
直播时主动私信互动用户仅限手机操作



1、主播单击互动用户昵称

2、点击用户头像

3、点击私信



大盘的标准数据参考

4
PART

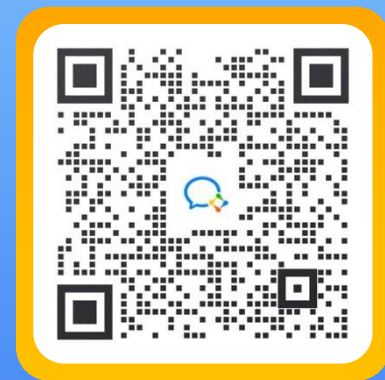
四、大盘的标准数据参考。

视频号直播数据维度及影响因子

数据维度	数据指标	具体含义	影响因子	汽车直播间参考标准
流量数据	观看人数 (场观)	单场直播观看总人数	受账号粉丝量、预约量、投放力度影响。汽车行业因受众垂直，场观普遍低于大众消费品。	新账号：500 - 5,000 成长账号：5,000 - 50,000 成熟账号：5万 - 100万+
	预约人数 (本场)	直播预热时的私域启动量+公众号/短视频/直播间带来的预约量	私域触达动作；主播话术 预约用户中实际进入直播间的比例，反映预热效果和用户意向。	
	曝光进入率	场观/曝光	直播间画面、文案、主播着装等视觉锤以及文案钩子。	10 ~ 15%
	最高在线	最高同时在线	数据高，说明直播内容优质，可结合回放，根据流失时段做重点改进	
	平均观看时长	观众平均停留时长	反映直播间留存能力，数据高说明直播内容吸引人，考验主播留人技巧	自然流以及微付费直播：1min-3min 商业流直播间：30s-45s
互动数据	新增关注数	公众号/视频号新增关注数量 (根据主播主体)	视频号综合能力、价值感，直播间质量，短视频内容质量	0.5 ~ 3%
	私域新增数	企业微信/个人微信新增好友数量	价值感提供；主播话术	场观的0.1 ~ 1%
	粉丝团新增数	净增粉丝	直播间质量；主播话术	
	用户评论率	评论/场观	主播控场能力	1 ~ 5%
	用户转发率	转发/场观	直播质量；活动力度	0.1 ~ 1%
留资数据	用户送礼率	送礼人数/场观	用户喜欢度	0.05 ~ 0.5%
	组件曝光人数	进入直播间的用户数	组件视觉设计	
	组件点击率	点击组件人数/场观	主播引导话术；组件视觉设计、文案吸引力	15 ~ 30%
	组件点击转化率	点击组件人数/留资人数	直播活动；话术引导	中位数20%

Thanks!

欢迎扫码添加



“营销学堂小助手”
获取更多学习资源