

2023年直播运营工作计划方案(通用5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

直播运营工作计划方案篇一

2、内容电商型平台。以微博、小红书为代表的平台，有着非常多的kol和种草内容，其直播带货的潜力也非常大。

3、娱乐型平台。以陌陌、虎牙、YY等为代表的娱乐型平台，在垂直领域如游戏直播、有极大的影响力，也有一定的用户规模，这一类平台做直播带货的趋势刚刚开始，例如陌陌、虎牙都已经先后接入有赞。

4、电商型平台。以淘宝、京东、拼多多为代表的电商平台，纷纷进军直播领域，相对于在原有的图文、视频展示之外，新增一种商品展现形式。这类平台的直播更加专注于购物直播，强调购买转化。

5、社交型直播。以微信、爱逛为代表的直播平台，帮助商家在微信生态内展开直播，无需跳转到第三方app，更便于做社交传播和裂变。

在这些直播电商平台中，有赞扮演着老客户留存、私域流量承接的角色。

商家可以从各大直播电商平台获取曝光，吸引新客户，然后通过微信个人号、公众号、微信群、有赞店铺，将新客户沉淀下来，再通过优惠券、群福利、拼团等工具和活动提高客户活跃度，并推动老用户带来新用户。

如何快速组建直播电商团队

对于直播业务处于起步阶段的电商来说，根据不同规模的团队，有不同的人员配置方案。

1人团队：这个人需要身兼数职，因此直播形式会比较轻松，以聊天为主，不能策划过多的营销活动，增加运营上的压力。

2~3人团队：1人担任主播，另外1~2人担任助理或运营。主播负责直播间内容和出镜，助理和运营则负责辅助，以及在社群里与粉丝互动。

3人以上团队：主播、场控、运营可以分工更加明确，每天也可以设置多场直播，带货的商品也可以更多10款以上、。

直播带货6大关键要素

1、垂直内容。专业+持续+统一=精准粉丝。“别问王爹”创始人王颖，曾是前小护士ceo索芙特集团总裁，有着极深的美妆行业背景。在快手，别问王爹持续产出优质内容，普及护肤常识、揭露美妆行业真相，收获了众多铁粉，6个月粉丝破44万。

2、强供应链。要有销量，强供应链是必备条件。什么样的产品能够带来更好的直播销量？三个关键词：好看、好玩、好用。既能满足粉丝的刚需，又能够促使粉丝分享。

3、超级选品。别问王爹在美妆行业有20年从业沉淀，同时还有非常严格的选品流程。提报资料、寄样品、两个团队选品、王爹终审、价格谈判……最后根据样品测试反馈后排期直播销售。这样严格的选货流程，保证了产品质量。

很多人想到快手带货就觉得一定是低价，还有人说快手上超过59块钱的商品卖不出去，但实际上别问王爹的客单价达到

过279、79元，当时直接冲上了快手美妆带货第一名。

4、有效运营。直播间的“前台”都千篇一律，大同小异，而真正的精髓，在于“后台”。要让粉丝活跃起来，并且快速产生购买转化，需要配合一些运营手段，例如限时折扣、限量秒杀等等，营造紧迫感，同时如果再配上订单不断的背景音——“您有一笔新的有赞订单”，则更加能营造粉丝抢购的氛围。

5、主播推销能力。主播优秀的表达能力和推销能力，能够明显提高直播间购买转化率。2019年8月，王爹一场直播3小时，销售10090单，转化率30%，成为当天快手直播带货美妆类目第2名。

6、社群运营。在达到一定影响力后，别问王爹会组建自己的家族社群，招募家族成员，设门槛，所有粉丝入群需要进行视频面试。

有了“家族”，直播的时候会有更多传播渠道和造势，让直播间人气快速上来。另外还可以在社群里做团购，提高复购率和利润。15元一片的面膜，一个群能成交3000片；3000多元的减脂套餐，一天能收到100多个订单。

适合直播间营销的5种活动

- 1、促销活动，如优惠券、满减、买赠、限时折扣等
- 2、活跃氛围活动，如开播抽奖、互动抽奖、整点抽奖、预告第二天互动等
- 3、服务活动，如30分钟同城送达、联合周边商铺活动等
- 4、直播间裂变活动，如瓜分红包、粉丝助力榜等

5、造节，如超级会员日

直播节奏怎么安排？

不同的产品，所需的直播时长是完全不一样的，例如客单价低、款式丰富的快消品，一款需要5分钟；需要试色的美妆产品，一般需要10分钟；而需要演示、试用的家电类产品如压力锅、榨汁机等，一般需要20分钟。

不管什么产品，在固定的时长内，应该怎样循序渐进地进行产品推介、俘获人心呢？直播电商有一个“221节奏”，并非适用于所有产品的通用规则，而是一个在内容结构上值得参考的节奏安排。

这个“221节奏”是指，假设一个产品的直播时间是5分钟，那么需要把5分钟拆成三段：2分钟、2分钟、1分钟。

2分钟用来讲卖点和资质。3个产品背书工厂规模，工厂资质，获得证书、；3个卖点；3个应用场景；3个对标竞品。

2分钟用来营造抢购氛围、引导操作流程。主播通过限时限量限购营造秒杀节奏，并强调各大平台比价，然后进行操作流程图指引，引导客户下单。

1分钟用来与粉丝聊天。引导粉丝点赞转发，并强调转发有礼活动。倒计时的时候还可以同步一下商品库存数量。

直播运营工作计划方案篇二

这是因为不是所有的爆款、热门商品都适合你去挂在直播间，你要选择适合你抖音账号定位的热销商品！

比如如果你是健身账号，那你就不能选择炸鸡、方便面、高热量的零食等产品去卖，最好是选择和自身账号定位

有关的!

可以选择比如减肥套餐、健身衣、健身器材等等产品!

这么选一方面是符合账号定位，另一方面也是可以符合粉丝的需求，毕竟开直播，账号粉丝是非常重要的，选择符合他们需求的产品，永远是重中之重!

二、注意避开直播带货违禁词:

你有没有在直播时，突然被禁播，如以下这种情况:

近期直播间被封的现象实在是太普遍了，有很大部分原因是主播们在直播间说了不该说的词汇!

这些常见又高危的直播违禁词，你一定要注意避开!

不然一旦直播间说到了这些词，就是直播间被封禁的结果!

所以主播在开播前，一定要小心在心里过一遍，看看自己要说的话里，有没有涉及到这些违禁词!

三、直播带货脚本:

直播带货脚本是整场直播带货运营方案中，重中之重的一环!

因为它策划了在一场直播中——

从开始到结束，每个时间环节、主播要说什么、做什么、准备什么道具、阐述什么重点、怎么卖产品等等!

做到有条不紊，心中有数、言之有物!直播过程才会少有疏漏，直播效果会更好更专业!

直播运营工作计划方案篇三

我们提前了解下加入mcn的优点和缺点，然后再判断万一发生这种情况了，到底签还是不签。

mcn可以帮你做商业运作，接广告，或者参加活动，让你省心省力。

mcn会对内容的产出频次和时长有要求，达人创作压力会很大；

达人的创作自由会受到限制；

得到的分成肯定比自己单干要少；

几年签约期内，如果觉得不合适想违约，要付出高昂的违约金。

直播运营工作计划方案篇四

3、负责短视频的发布、管理及互动、圈粉、粉丝运营，保证粉丝粘度；

5、主播微博，新闻的评论引导

1、熟悉抖音直播，有直播运营或经纪人经验优先；

2、有相关直播资源和经纪公司资源者优先，做过微商类优先考虑；

3、了解抖音直播业的运营方式，有相关资源和经纪公司资源者优先；

5、性格开朗，沟通能力强，执行力强，抗压能力强，接受加班；

直播运营工作计划方案篇五

1. 通过主播，直接引流消费者，推广店铺。

（主播可以在线查找，也可以是店主自己。）

2. 重点推荐店铺口碑较好的几款产品，渲染店铺品牌，产品的优势点。

3. 直播中，要求主播穿插讲述产品的特殊卖点、高性价比、高质量、优良的售后服务等。

二、直播方式

1. 直播形式：专场直播

2. 直播场次：视商家需求安排

3. 直播时间：商家安排

三、直播实施方案

1. 预热

（1）做好直播预热工作，直播标题和图片要处理好。

开场秀可以借助热点或才艺，快速吸引人观看。

如果是专业主播也可以由主播自行决定，如何引流。

（2）主播要对直播商品特别是对于材质、款式等信息要熟悉，能熟练口播。

(3) 设计好互动环节，游戏互动，点赞发红包（送产品）等，等人气上涨。

2. 直播

(1) 按产品链接介绍产品特性，全方位展示产品的外观、详细介绍产品的特点。

核心是让更多的uv进店咨询，商家客服必须跟得上。

(3) 介绍产品的保养、清洁的知识；

(4) 和粉丝的积极互动，解答疑问，同时提醒福利。

注意全程口播和福利，根据时长合理设置。

3. 收尾

(1) 时间允许的情况下，将最热播的产品再推一次。

此时观看人数已经很高了，这个时候需要主播做最后的产品推广和导流。

(2) 持续互动，压轴大奖。

(3) 持续吸粉，点赞，达到一定数量，进行才艺表演。

四、人员分工

1. 成熟主播：自带团队，只需在直播前进行充分有效沟通即可。

2. 店主自播：

团队成员1：准备道具，布置场地及现场客服

团队成员2：梳理产品特点，准备口播要点及现场客服