

# 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