小熊运营



抖音来客本地汽车服务门店团购短视频直播全流程运营方案

策划：小熊运营

2026



目录

01 抖音冷启运营规划

02 抖音达人合作攻略

03 视频内容创作技巧

04 门店直播运营策划

05 巨量本地推投流技巧

06 核销复盘提升转化

/01

抖音冷启运营规划

抖音本地门店经营指南

01 平台入驻

入驻操作

登录官网注册

↓

完成认领门店并提交资质

↓

绑定收款账户、抖音号

02 经营准备

发布团购商品

完善门店信息

门店信息管理

↓

门店装修

↓

抖音号装修

03 商家经营

通过短视频推广团购商品

通过平台活动推广团购商品

通过直播推广团购商品

提前选品组货

↓

玩法设置

↓

抖音来客直播 / 直播助手开播

投广工具 - 巨量本地推

达人合作产品

营销工具

商家优惠券

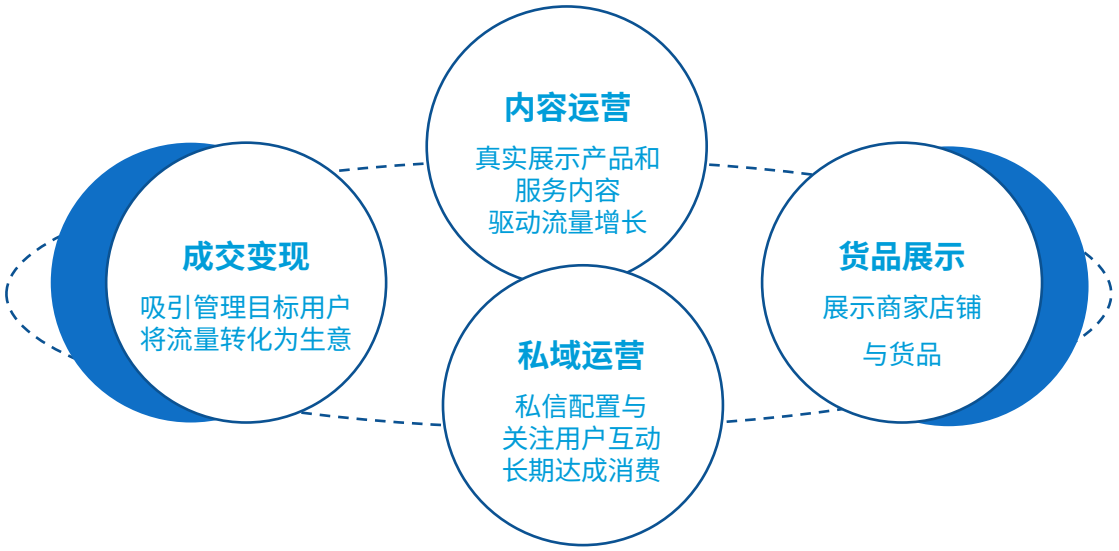
直播间秒杀

福袋

生意 - 从拥有一个“店铺”开始

认证抖音生活服务商家身份

为商家提供货品展示、内容发布、用户互动等各类功能，帮助商家与用户建立联系，售卖商品



抖音生活服务商家

通过抖音生活服务商家认证，可实现商家主页运营功能

企业信息组件

跳转至对应功能版块

店铺团购 / 线下门店（POI）/

商家宣传页

官网主页 / 店铺活动、视频内容

POI 门店、特色服务、官方相册



如何认领门店

认领单店

门店经营者认领一个线下门店，基于该门店发布团购商品，并在抖音上进行推广、经营。单店入驻后，不支持再次认领其他门店。如需认领更多门店，需要先升级为连锁商家

认领连锁店

有连锁性质的商家在抖音来客注册、入驻，入驻后可以认领多个连锁门店，商家可以基于这些已经认领成功的门店发布团购，并在抖音上进行推广、经营

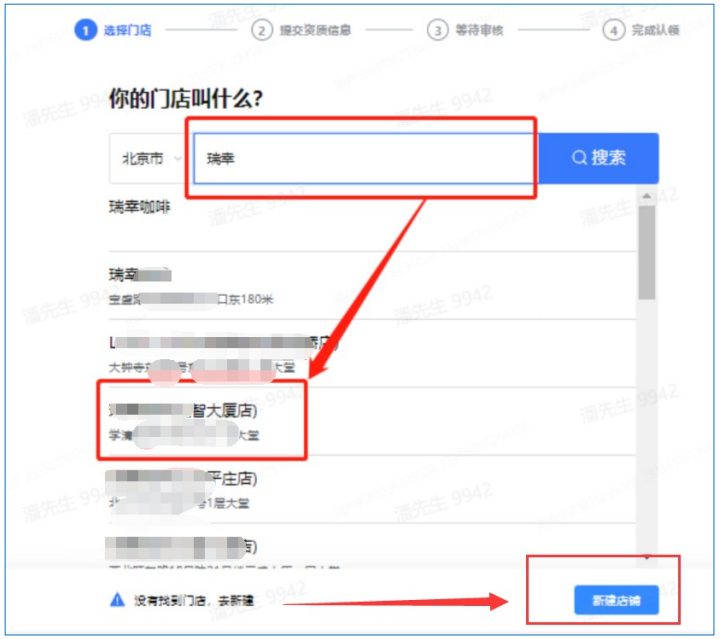


门店认领路径：商家在「抖音来客」 APP 或「抖音来客」电脑版均可进行入驻。

单店认领步骤



1．打开 " 抖音来客 " 网页，并注册账号、登录首页，点击 " 认领单店”



2．搜索需要认领的门店，并确认门店信息，如果找不到需要认领的门店，可以选择创建门店



3．如果门店信息有误，可以编辑修改信息；如果自己要认领的门店已被他人认领，可发起申诉

连锁门店认领





1．打开“抖音来客”网页，并注册账号、登录首页，点击“认领连锁店”

2．按页面提示填写营业执照、品牌信息（支持提交品牌注册书或门头图）、法人实名信息进行提交。

年框签约（平台团购服务费）

年框协议签订

- 商家需与平台签订年框协议（即团购软件服务费），也就是俗称的平台扣点



站内信通知签署





PC 端门店及抖音号装修

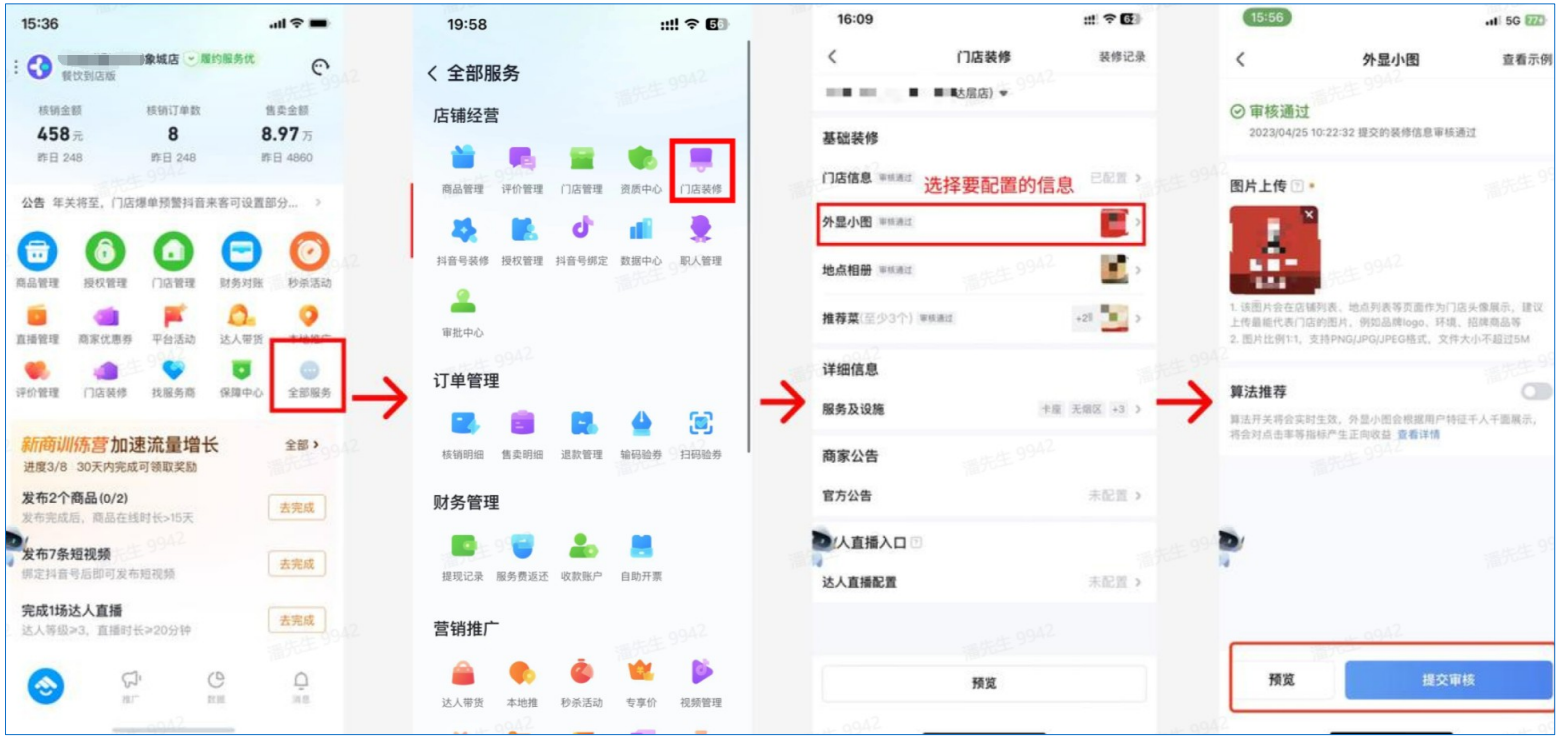
- **PC 端操作路径：**登录抖音来客 PC 端 < 店铺管理 < 店铺装修 < 选择门店 / 抖音号，并按照操作提示进行装修



APP 端门店装修

操作步骤

1. 在抖音来客 APP 首页“门店经营”中点击“门店装修”进入装修页（如果当前展示的不是需要装修的门店，可在左上角切换门店）
2. 点击需要配置或修改的信息，进入编辑页，按提示完善信息后点击“保存”
3. 需要配置或修改的信息都保存后，在门店装修页点击“提交审核”
4. 可在“门店装修”页面底部点击查看操作记录



新店铺冷启动运营策略

达人矩阵合作

初期后台设置给高 CPS 吸引大量达人带货，头部达人会因为货盘好直接在商户后台接单

达人直播合作

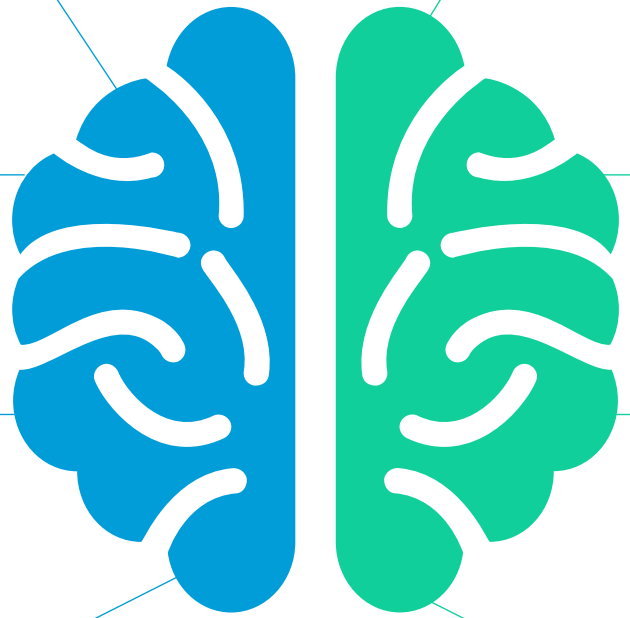
前期与少量达人试播，通过不断复盘调整策略，待业务跑通再扩大达人合作范围

商家账号自播

培养自己的主播及直播运营团队，通过不断优化直播策略，形成商家固定直播模式

直播渠道宣发

员工私域（朋友圈、抖音号等）及商家品牌公众号进行直播间引流



线上线下联动

将线下超市每周固定活动以段子或口播的内容形式呈现在抖音账号上，既保证了趣味性利于在平台的传播，同时又不违背企业调性，主打一个亲民

建立客服私群

为方便顾客，建立客服群，建立触达用户解决核销问题的渠道

搭建核销流程

打通收银系统，用户可以快速在小程序及抖音来客店铺内完成核销

线下人员培训

给收银及超市导购人员培训，告知用户线上的优惠券且当用户不会核销时积极帮助用户操作

如何提升店铺经营分

经营分提升方式

- **跟随提升攻略做任务涨分数，精准定位门店经营问题，跟着官方建议「去完成」省时省心又有效**
- **方式一：**在经营分详情页中查看「提升攻略」中的待完成项，点击「去完成」按钮完成指定任务
- **方式二：**在经营分详情页右上角查看 " 分数详情 " 中的具体得分规则及待提升任务





如何与官方 BD （商务）对接

BD 建联



为什么要对接 BD？

- **专属活动资源：**部分活动和资源位要求商家有对接运营才能参加报名
- **精品运营课程：**不定期举办品类专属活动规则讲解、商家成长指导、优秀案例分享等专属直播课程或线下沙龙
- **功能优先体验：**有机会第一时间参与体验平台新功能，抢先一步把握商机

怎么对接 BD？

- 官方 BD 可能会通过电话 / 短信等方式主动联系商家，请保持自己后台留下的联系方式畅通

如何选择服务商代运营

要点	说明
如何选择服务商	• **认准平台签约服务商：服务商身份查询** • **了解服务商能否提供商家需要的服务** ◦ 需要服务商负责抖音运营的全部工作——看服务商是否具备全案代运营服务能力 ◦ 需要服务商做直播服务——看服务商是否具备直播策划、直播设备、主播人员等配置 ◦ 需要服务商找达人合作——看服务商是否具备达人资源，能否提供高效撮合服务 ◦ 需要服务商配置团品装修店铺——看服务商是否具备店铺装修、组货品能力 ◦ 希望服务商带动更多顾客进店消费——看服务商是否有活动策划或广告投流能力 • **评估服务商是否有匹配的行业经验 / 行业案例** • **选择收费模式与自身付费意愿一致的服务商，目前主流的收费模式有以下几种：** ◦ — 口价：基于服务项目支付固定费用，服务商不参与分成 ◦ 纯佣：服务商不收取基础服务费，参与团品售卖的费用分成（分成比例由双方协定）

如何找到代运营服务商



服务商合作重点

- 一定要认准「平台签约服务商』、寻求有行业经验的专业服务商，同时需要考虑服务商的地域服务性 (区域 \ 全国)



如何找到服务商

- 抖音来客 - 全部服务 - 第三方服务 - 服务市场 - 获取服务商信息 - 免费咨询 - 服务商提供方案 - 双方确认合作

/02

抖音达人合作攻略

达人招募计划详解

计划类型	计划介绍	支付结算模式
通用计划	商家发布通用计划后，计划中的推广商品可以被所有团购达人挂在短视频或直播间进行售卖，产生订单并核销后，带货达人可按照计划中设置的佣金比例获得分成。	按核销量结算
招募计划	商家发布招募计划时，可以限定参与计划达人的等级、粉丝量，达人报名后商家可以对达人进行反选，目前仅支持达人在短视频挂计划中推广商品。	按核销量结算、一口价
定向计划	商家发布定向计划时，可以针对某个商品，对特定达人设置佣金，定向佣金比例仅对定向达人可见，达人可在发布短视频、开直播时挂载对应商品进行售卖。	按核销量结算、一口价
撮合经纪人	机构服务商作为中介，参与商达撮合，从中赚取服务费、佣金提成。帮助商家统筹达人，帮助达人获取更多商单。团长计划作为能力模块分别应用在机构运营平台和服务商运营平台。	按核销量结算、一口价

如何开启达人招募



抖音来客首页 - 达人带货　　开启达人带货计划　　发布计划　　选择招募计划

达人招募第一步 - 基础信息编辑

- 进入达人招募计划之后就是对招募计划进行设置，配置完成后即可发布招募计划。招募计划共分为三步：



创建计划　　基本信息填写　　短期招募设置　　长期招募设置　　下一步操作

达人招募第二步 - 团购佣金设置



点击团购商品和佣金　　选择团品　　设置佣金比例　　确定佣金比例设置　　设置时间，下一步操作

达人招募第三步 - 达人要求配置



选择达人等级　　设置达人接待及投放规则　　提交发布

达人招募技巧

不同达人等级招募配比（2： 3： 5）

- 例如：我们新建一个团品进行达人招募，预计招募达人 100 个。其中选择 20% 头部达人有较大影响力对活动快速传播， 30% 选择中腰部达人，进行团单的收割转化，最后选择 50% 普通团购达人进行达人带货铺量打爆产品；**佣金比例设置建议≥ 4%** 。

优质达人推荐渠道

- 如果不知道选择什么样的达人，可以联系官方 BD 推荐抖音生活服务平台优质达人。

官方优质达人提需参考模版

【商家名称】 xxxx
【商家 ID 】 71542xXXXXX
【商家所在：省份 + 城市】湖南 + 长沙
【商单类型】短视频 / 直播
【是否反选】是 / 否
【核心优势】 50 字以内（例如抖音排名、全网最低价、商家介绍等 ）
【商品链接】（ 要求直播不少于 5+sku ，短视频不少于 2 个 sku
①XXX
②XXX
【探店时间】 2022 年 xx 月 xx 日—— 2022 年 xx 月 xx 日【探店地址】可供探店视频或者直播的门店地址
【发布 / 直播时间】： 1xx 月 xx 日前
【达人要求】达人等级 / 粉丝 / 数量要求
【达人权益】佣金 xx%+ 车马费 /dou+xx/ 置换 xx
【报名入口】扫码进商家社群

如何筛选直播达人

关注达人用户画像

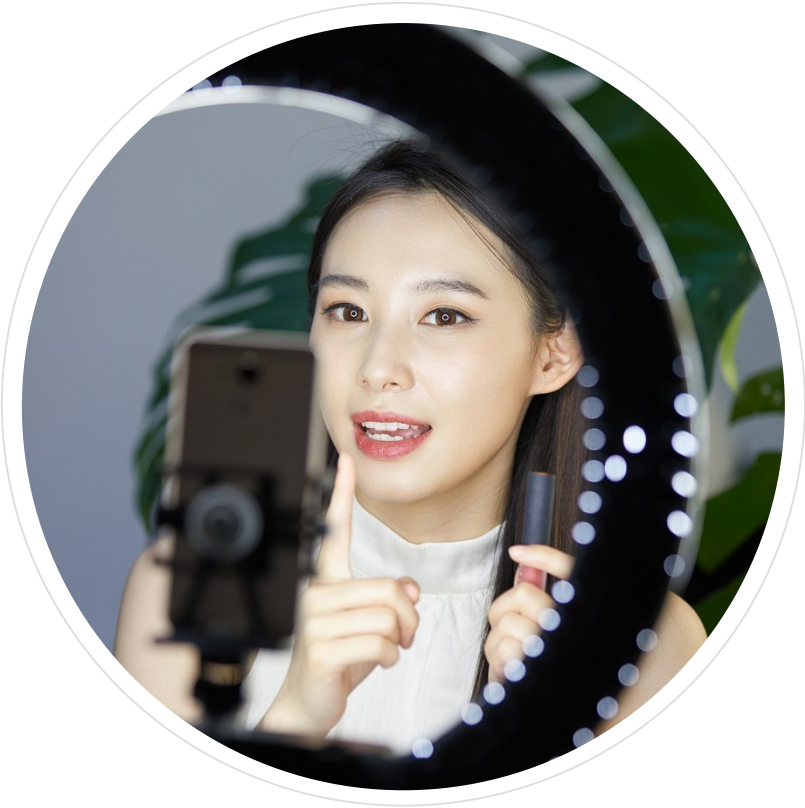
具体筛选时，首先应关注达人的粉丝在目标城市的比例和粉丝性别，是否与目标用户的画像相符

关注达人带货和内容能力

需要重点关注带货指标，如场均销售额，同时关注能体现内容能力的指标，如看播时长、点赞率、评论率。

关注达人历史带货成绩

关注达人历史是否有相关行业的直播带货成绩，也是一个体现达人适配性的重要指标。



如何选择与达人合作直播

商家可以联系 BD 或服务商与达人建联，也可以在抖音来客的**【达人带货 - 达人广场】**中筛选想要合作的达人

进入达人广场



选择直播达人



筛选地域及行业



达人粉丝画像



达人带货能力



达人内容能力



达人以往案例



/03

短视频内容创作技巧

想清楚拍摄的内容给谁看

定位		标签		问题
	“对谁而言”	定位 受众群体	能识别	用户 看得懂	谁看完我的内容后会购买？
	“我是什么”	定位 自身角色	可记忆	用户 记得住	我的优势和特别之处是？
	“给你什么”	定位 内容价值	有连接	用户 用得到	我要给用户展示什么有用信息？

如何创作出高质量短视频

01 定选题

当你想清楚内容给谁看又摸清楚什么内容火后，你就可以建立自己的「选题库」开始创作内容了！

02 写脚本

根据选题，先用简洁的几句话勾勒出大纲或思路，并进一步扩写成完整的脚本。充分准备好内容脚本有助于提高后续拍摄的效率，避免遗漏关键信息

03 精制作

定完选题，写完脚本可以开始做视频制作了，整体把握画面清晰流畅、内容完整、声音清晰、内容传达正向等核心要素即可完成一个完整的视频制作



如何定选题

- **定选题：**当你知己（想清楚内容给谁看）又知彼（摸清楚什么内容火）后，你就可以建立自己的「选题库」。这个选题库可以以电子表格、手机备忘录或手边的笔记本等形式存在，只要能够记录下来，就可以为你提供持续不断的创作灵感。

01

爆款选题

检索收集过往爆款内容，结合自身定位和需求迭代后复用，创作新爆款

02

热点选题

关联当下热点话题，获取更多曝光和关注

03

日常选题

日常的菜品推荐、活动宣传等，达成推广目的

04

系列选题

像电视剧一样能延续产出的结构化选题，降低创意成本，提升内容产出效率

05

官方选题

参与平台官方活动，获取扶持或激励

如何写脚本

- **写脚本：**根据选题，先用简洁的几句话勾勒出大纲或思路，并进一步扩写成完整的脚本。充分准备好内容脚本有助于提高后续拍摄的效率，避免遗漏关键信息。

脚本模版

注重故事的叙述描写，侧重于文字的表达和情节的发展

拍摄场景：_____ 门店就餐区、门店门口 ____

出镜角色：_____ 店长 _____

剧情 & 对白

镜头一：店长端着主菜上桌，说 "XXXXXX”

镜头二：

镜头三：

……

分镜脚本



剪辑工具介绍

「抖音来客」自带工具

— 款低门槛、可基于商家信息定制化生成批量视频的创作工具

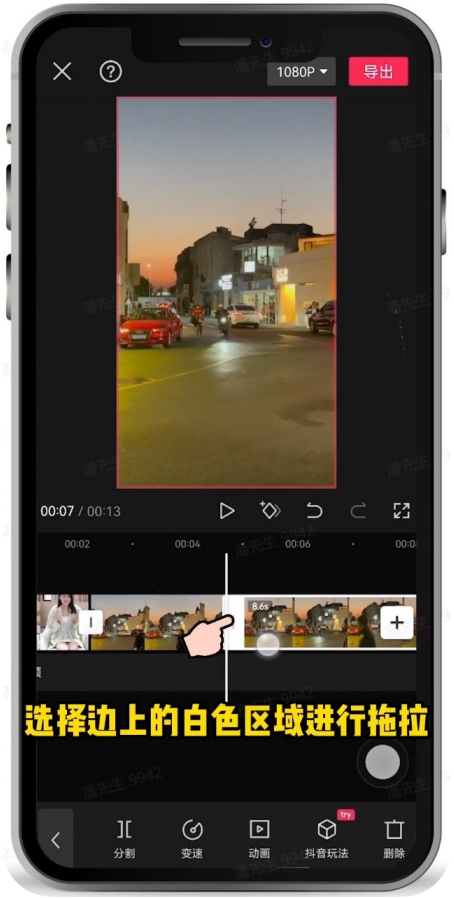
仅需选择要宣传的商品并上传对应视频素材，即可获得多个包含智能脚本、人声、音乐、字幕的视频，并能自动推荐视频标题和话题



剪映

由抖音官方推出的一款视频编辑工具，支持手机 APP 端和电脑 PC 端

带有全面的剪辑功能，支持变速，有多样滤镜和美颜的效果，有丰富的曲库资源



如何给视频加配音旁白

第一步 文字转配音



第二步 文字转配音



第一步录音转配音



第二步 录音转配音



汽车服务类短视频核心内容

爆款公式：产品应用场景 + 服务过程（讲解重要性)+ 服务后的效果呈现场景

汽车使用指南

- 可以从不同品牌、不同车型的各种使用功能上进行内容创作



汽车微剧情

- 打造短视频微剧情，塑造 IP ，强化人设，形成自己的短视频风格

汽车保养知识

- 通过现场实录展示真实汽车保养场景，展示常见保养知识并讲解相关技巧

消费场景展示

- 揭秘不易被消费者看到短服务场景，展示服务过程

/04

门店直播运营策划

明确直播目标

初期目标

1. 跑通整体流程（测试出合适的内容方向）
2. 提升账号热度（增粉、提升直播间场观等）
3. 积累下单人群（人群画像）

中期目标

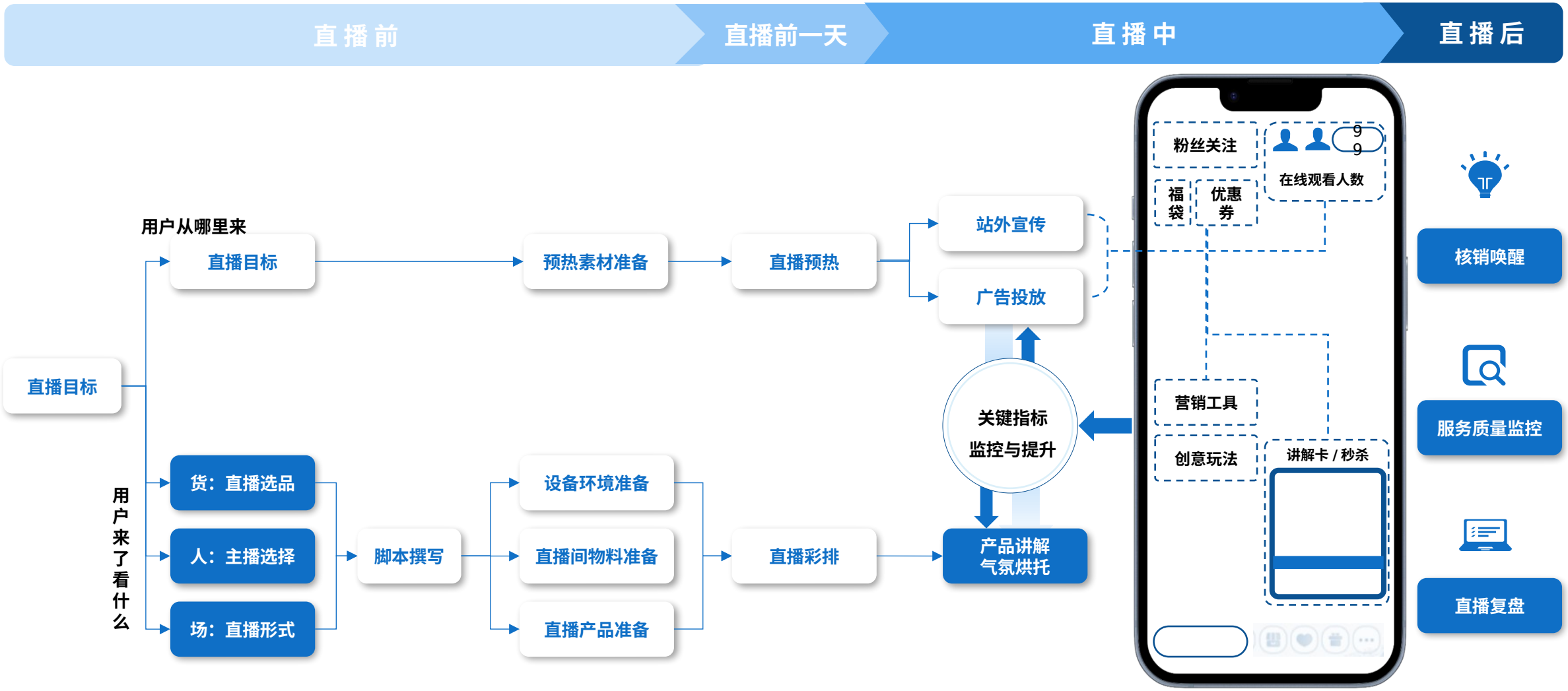
1. 优化商域流量效果（扩大深转目标投放）
2. 提升停留时长和对自然流量的撬动能力（优化货品组合和直播内容）
3. 提升私域流量（持续累积粉丝）

成熟期目标

1. 扩展客群（提升新粉占比等）
2. 持续优化人货场（提升转化率）
3. 精细化运营，提升粉丝价值 - 针对不同类型粉丝进行精细化运营



明确直播流程


直播前
直播前一天
直播中
直播后
用户从哪里来
直播目标
预热素材准备
直播预热
站外宣传
广告投放
直播目标
用户来了看什么
货：直播选品
人：主播选择
场：直播形式
脚本撰写
设备环境准备
直播间物料准备
直播产品准备
直播彩排
关键指标
监控与提升
产品讲解
气氛烘托
粉丝关注
在线观看人数
福袋
优惠券
营销工具
创意玩法
讲解卡 / 秒杀
核销唤醒
服务质量监控
直播复盘

直播团队配置

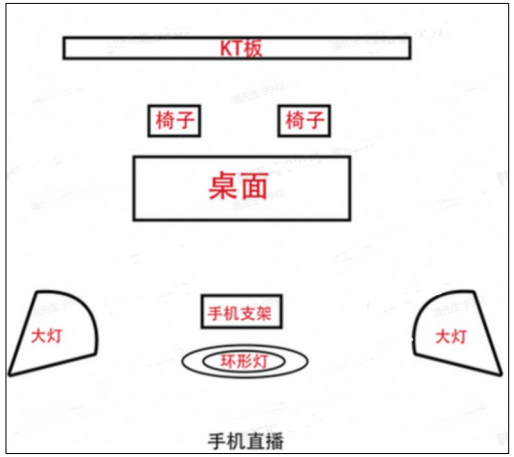
人员配置	直播示例	1 人播			2 人播
典型模式		**怼实景播** 主播：老板 / 店长 / 店员皆可 * 主播不用出镜，配合实景镜头讲解即可	**老板播** 主播：老板	**丨店长播** 主播：店长	**丨老板 + 助理** 主播：老板 助播：老板娘 / 店长 / 店员
商家模式		**城市连锁** **加盟品牌单店**	**社区周边单店** **加盟品牌单店**	**城市连锁** **加盟品牌单店**	**社区周边单店** **城市 / 全国连锁**

汽车服务类商品组品攻略

细分品类	团购项目	汽车养护	洗车美容	年检站	汽车租赁
团购	热卖价格带	保养 :200-700 元 维修 :300-1500 元	清洗 :30-100 元 美容 :1000-3000 元	小型燃油 / 新能源 :100-200 货车 / 面包车： 200-300	经济型租赁 : 单日 100-200 豪华型租赁 : 单日 500-2000
	折扣建议	6.5-9 折	7 折以下	6-7 折	3-5 折
	抖音热卖品	• xx 品牌全合成机油 4L+ 换机油滤清器 • 汽车浅划痕修复一个面 (抛光) 含工时费 • xx 品牌轮胎到店维修更换 • xx 品牌全车音响改装 / 升级套餐 • 全车内饰翻新升级	• x 品牌四门车窗太阳膜 • x 品牌金属膜全车贴膜 • 全车内外精洗护理 • 标准洗车 - 五座轿车 • 自助洗车 5 次卡	• xx 城市小型燃油汽车年检套餐 • xx 城市小型新能源汽车年检套餐 • xx 城市轻型货车年检套餐 • xx 城市面包车年检套餐	• 法拉利 458 一日租套餐 • 甲壳虫敞篷一日租套餐 • 神州经济型 5 日卡 (非京沪 / 京沪) • 奥迪 a5 一日租套餐
	达人佣金建议	3%-5%+	5%+	5%	5%-10%
代金券	热卖价格带	100-500 元	500-2000 元	/	/
	折扣建议	7-9 折	5 折以下		
	抖音热卖品	• 划痕修复 xx 代 xxx 代金券 • xx 品牌轮胎更换代金券	• 隐形车衣 xxx 代 xxx 代金券 • 改色膜 xxx 代 xxx 代金券		
	达人佣金建议	3%-5%+	5%+		

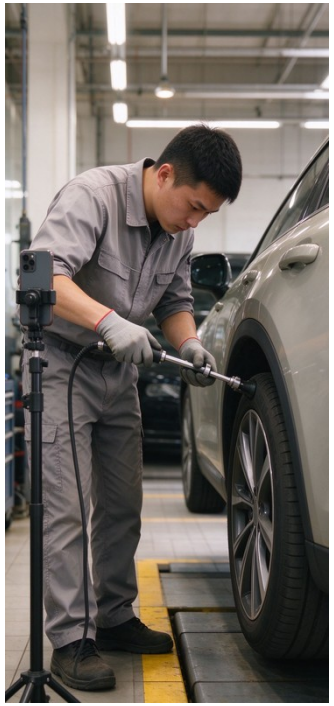
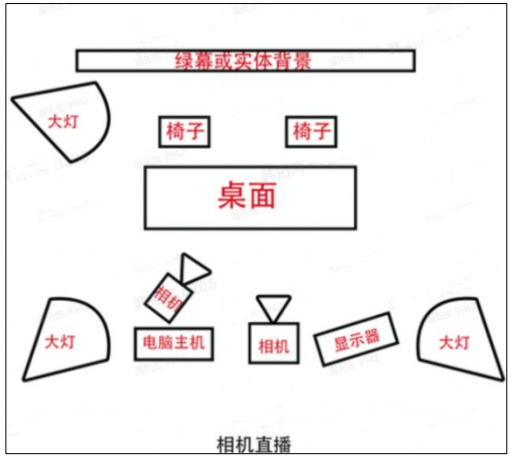
选择直播形式——手机直播

1、手机直播 ☒ ☒ ☒低成本推荐☒ ☒ ☒

直播示例	人力需求	设备	优点	缺点	直播场景搭建示意
 	**1-2 人：**主播 + 小助理	手机 手机支架 稳定器 无线麦 美颜灯 手卡	• 灵活多变，可走播、坐播、拍人、拍团品等任意选择 • 真实感强，实景更容易让用户身临其境的感受 • 人员配置较少、设备要求较低。	• 手机电量、网络、发热等影响因素 • 手持直播容易出现构图问题，直播间出现抖动情况。	

选择直播形式——绿幕直播

2、绿幕直播 ☒ ☒ ☒高运营推荐☒ ☒ ☒

直播示例	人力需求	设备	优点	缺点	直播场景搭建示意
 	**4-6 人：** 主播 小助理 总控 中控 投流手 管理员	电脑 摄像头 麦克风 灯光 绿幕 电视（监看） 手卡	• 稳定可靠，主播把所有精力放在卖货和节奏，有利于 GMV 产出 • 直播间整体效果更为专业和官方 • 直播套餐、福利等重要信息可以直接放在屏幕上，方便观众直观获取信息。	• 临场感弱，较为强硬的营销内容不利于观众的进入和停留；设备场地需求较高、人员需求较多，需熟悉直播伴侣的使用 • 设备场地需求较高、人员需求较多，需熟悉直播伴侣的使用；	

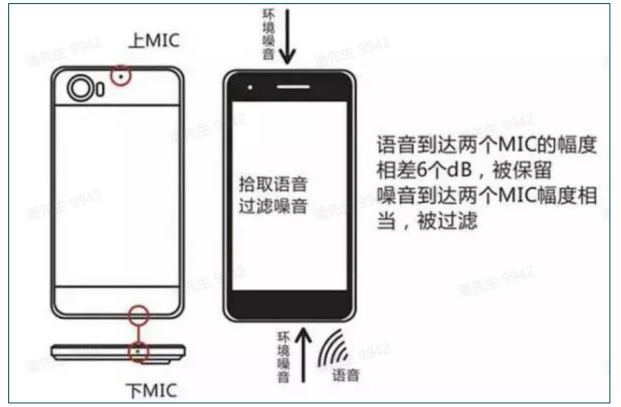
手机开播设备

设备	是否必须	用途说明
手机	必须	• 用于摄像 + 直播间监控 • 建议两部手机，一台用于直播，一台监控直播间（点赞、刷屏，回复评论，禁言等 ）
充电宝	必须	• 保证手机电量充足
手机支架	可选	• 如果主播需要出镜，手机支架用于支撑手机
稳定器	可选	• 如果主播不出镜，在移动中拍摄产品，稳定器能保持手机画面稳定，不晃动
美颜灯	可选	• 置于手机周围，给主播提供美颜柔和效果。如无此预算，可以购买手机 + 美颜灯一体支架

电脑开播设备

设备	是否必须	用途说明
电脑	必须	• 直播间开播 + 监控 + 商品、营销工具操作
相机	必须	• 视频拍摄、采集
HDMI 转换线	必须	• 相机拍摄内容直接连接传输到电脑
电源	必须	• 保证直播过程中相机电量充足
相机镜头	可选	• 选择单反相机时，配套镜头，如多机位应选择中景镜头 + 特写镜头
视频集采卡	可选	• 高帧率视频采集卡，传输速度更快，减少直播延迟
三脚架	可选	• 固定唯一机位坐播时，保证摄像稳定
稳定器	可选	• 手持移动拍摄时，保持画面稳定不晃动
灯光设备	可选	• 增加视觉效果，保证画面清晰明亮

收声设备

收声设备	所需器材	方案优势	方案劣势	示例图
手机收声	• 手机自带麦克风	• 所需设备少，操作门槛低	• 使用机身直接收音的效果，在采集范围、清晰度、指向性等方面均不理想，建议还是使用麦克风进行采集	
相机收声	• 麦克风 • 转接线 • 声卡	• 满足 3 米或以上强指向性收声清晰，特别适合需要拉开距离展示产品的直播。	• 设备多，操作要求高 • 设备接触容易出错，难度比手机大	

直播前推广及内容准备

事项	分类	具体内容
Checklist	**账号清单核实**	• 明确账号是否可以进行巨量本地推的推广，需要进行清单项目核实，所有项目必须为 " 是”，否则不适合推广
规则	**熟知审核规则**	• 推广前，需了解推广规则，避免素材违规，影响投放规划
确定直播内容	**直播主题**	• 确定直播主题
	直播选品	• 确定直播选品，货品定价，提炼产品核心卖点 1-3 条，并且进行团品上架 ◦ 原则上价格要低于友商，或者有独特的利益点
	直播玩法	• 确定直播玩法 (红包、福袋、秒杀 ...) ◦ 可根据实时效果调整直播间玩法和话术引导
	直播脚本	• 确定流程时间表、产品上品顺序、组合、红包玩法、福袋玩法、上下品链接配合
	脚本审核	• 脚本内容完成之后，对照审核规则，进行关键词、风险词、屏蔽词审核
物料准备	**预热视频**	• 拍摄 4-6 条预热视频 (引流款 / 爆款相关)
	直播间素材	• 完成团购产品图、直播间物料、背景图设计
	宣传海报	• 制作宣传海报
直播前测试	**设备测试**	• 灯光麦克风等测试
	直播场景测试	• 直播间内容及所有流程测试

直播脚本工具

- 直播脚本可以帮助主播是提前梳理思路，组织直播节奏。目前直播专业版已推出直播话术准备工具，提供脚本模板和话术库，帮助主播快速创建直播脚本，并支持导出脚本供直播中辅助讲解，同时提供违禁词检测能力，降低直播违禁风险

如何创建和导出脚本

入口：本地直播专业版 - 直播 - 直播脚本

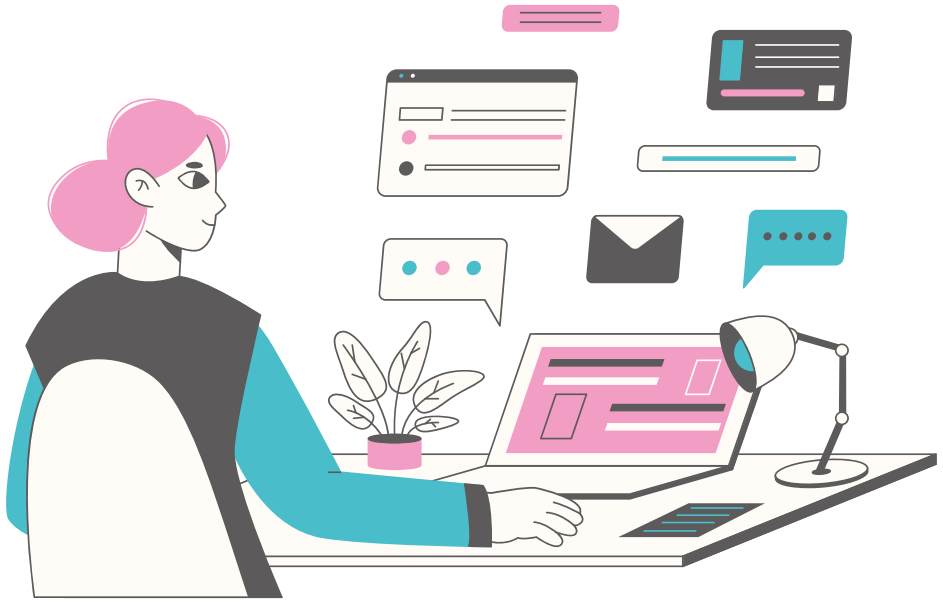
1. 直播专业版 - 直播脚本，点击对应行业模板【使用模板】，可对该模板编辑，保存后将生成新脚本；也可点击【导出】图标直接下载对应模板
2. 抖音来客 app- 推广 - 官号经营，点击【准备话术】，点击对应行业模板，即可查看该行业模板，并支持导出分享



直播策划

直播策略

在直播前，需要对直播进行前置的规划，如通过「**选品组品**」确定直播内容；确认「**开播配置**」寻找合适的开播时段、频次及时长；学习「**直播规范**」避免因违规影响流量分发。



1

选品组品

直播选品是为了在有限的直播时间内，**吸引更多的观看和转化**，确保单次直播的销售额（GMV）、利润率和曝光量等指标符合商户的需求，**实现直播间流量的高效利用**。

2

开播配置

选择开播时段非常重要，比如首次直播、日常直播、节假日直播需要结合自身时间和流量高峰来选择直播时间。

3

直播规范

合规是开启一场直播的前提，主播及商家需要遵守平台直播规则，否则平台将对直播间实施对应的处罚。

确定开播时间

1

首次开播

达人和商家首次开播，建议商家根据行业属性进行时段选择，比如节假日前，流量相对处于较高水平，并且考虑购买后可以及时进行核销。

2

节假日开播

节假日用户需求增加，流量竞争激烈，建议可在节前 3 天左右进行预热，节日前一天开播。不同行业用户决策周期有所不同，可根据实际情况，将预热和开播时间进行提前。

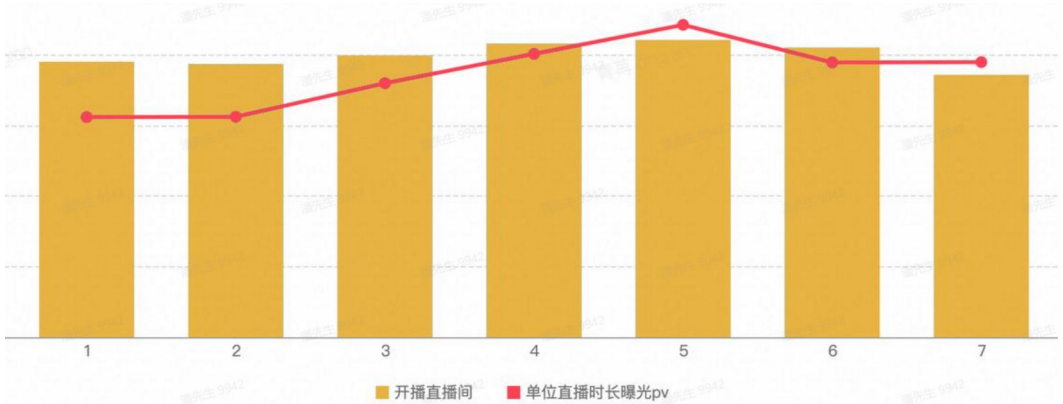
3

日常开播

日常开播时段的选择，商家自播可结合自身时间和用户流量高峰进行选择。建议将开播时间放在周五用户需求较为旺盛的时间段，周末可进行集中履约，达人自播根据自身账号情况进行灵活选择即可

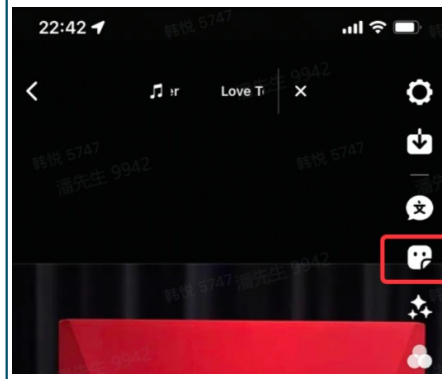


单位直播时长曝光 pv- 分时段



单位直播时长曝光 pv- 分天

直播前预热方式

主要方式	具体内容	示例
账号预热	**个人简介文案预热** 账号昵称：在直播前，将账号昵称更新，可在昵称中提示：今晚 8 点直播 个人简介：以文案的形式展示直播时间：直播时间 10：00-23：00，精彩不容错过！	 
短视频预热	**在开播前 1-3 天、开播当天、开播前 2-4 小时进行短视频预热，并选取优质短视频进行加热** **注：高客单价商品务必提前预热** **小技巧：** **发布短视频时添加「直播倒计时」贴纸** • 发布视频时，在屏幕右侧的 " 贴纸 " 工具中选择 " 直播预告 " 贴纸，设置好开播时间，即可发布一条直播预告视频	  
粉丝群预热	**提前在粉丝群预热** • 直播信息也可设置粉丝专享优惠	——
私域宣发	**海报宣发** • 站外粉丝群、朋友圈、微博等平台进行私域宣发，为直播	——

直播预热加热节奏

发布一条预热短视频，搭配私域海报宣发

开播前 1 天

01

02

开播当天

多渠道宣发，账号文案、简介预热

每半小时 /1 小时发布 1 条预热短视频，进行小额巨量本地推投放

直播前 2-4 小时

03

04

直播前 30min

选取播放较好的短视频，加大巨量本地推投放

每半小时发布 1 条直播切片

直播过程中

05

直播伴侣开播

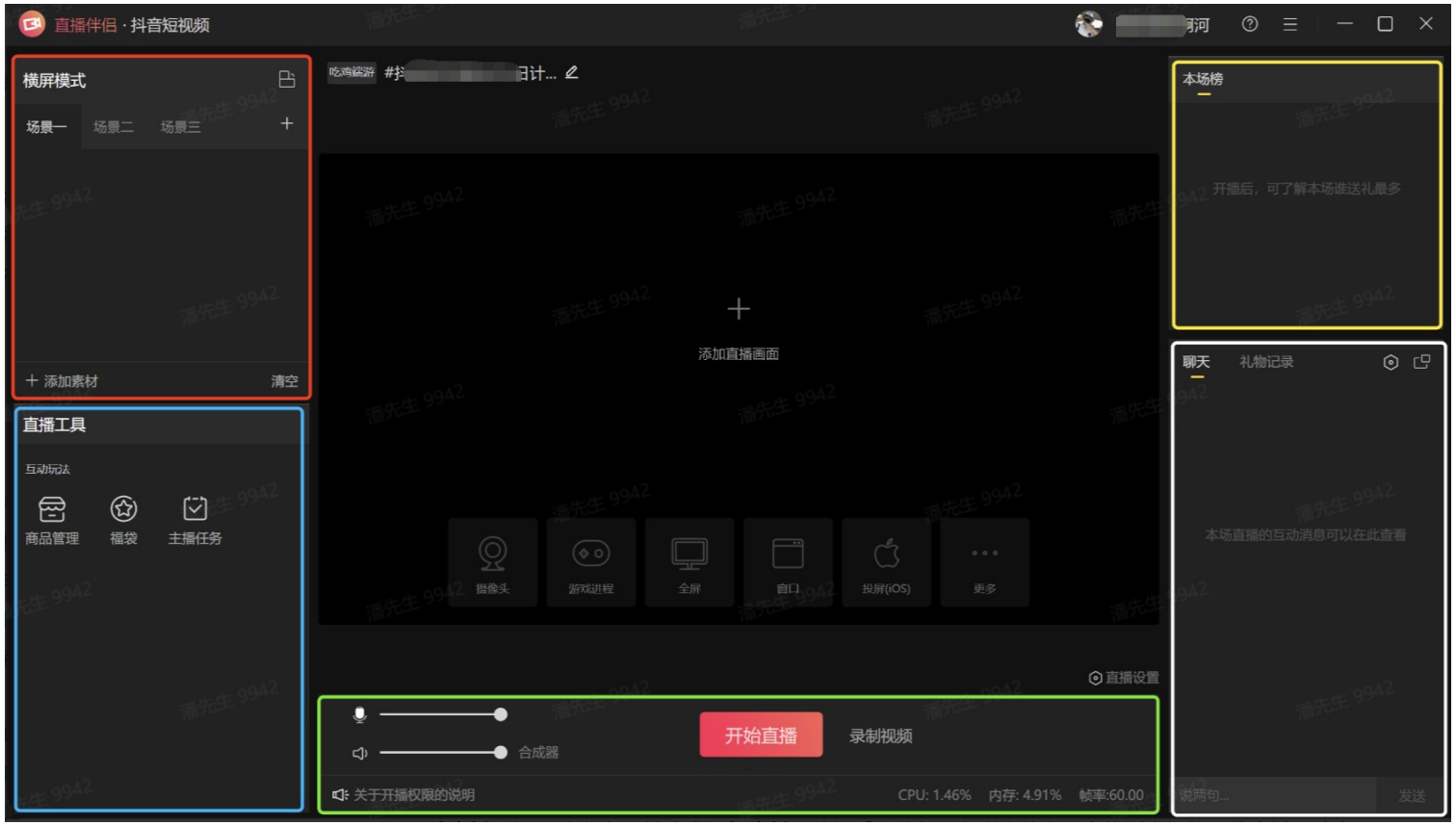
操作步骤：

下载并登入**直播伴侣**软件界面如下图

布置要展示的直播画面点击**左上红色区域**

点击**添加素材**按钮添加各种类型素材

点击按钮**开始直播**直播正式开始



- **红色框区域：**管理场景、添加素材、切换横竖屏
- **蓝色框区域：**常用直播功能
- **绿色框区域：**开关播控制、性能占用情况、官方公告
- **黄色框区域：**直播榜单
- **白色框区域：**弹幕窗口
- **中央区域：**直播画面采集预览

抖音 APP 开播


步骤一：
进入抖音点击下方【+】
步骤二：
向右滑动至【开直播】
步骤三：
点击【团购】按钮配置团品
步骤四：
点击【添加】选择上架的团品
步骤五：
回到【团购】小红点会显示上架团品数量
最后：
点击【开始视频直播】
添加团购
全部商品
开始视频直播

开播 20 分钟

这个阶段主要是拉起场观，留住观众，快速提升直播间人气



玩法建议

建议通过发放福袋、预告福利品 / 爆品信息、秒杀玩法等具有吸引力的直播间玩法拉升直播间人气和停留

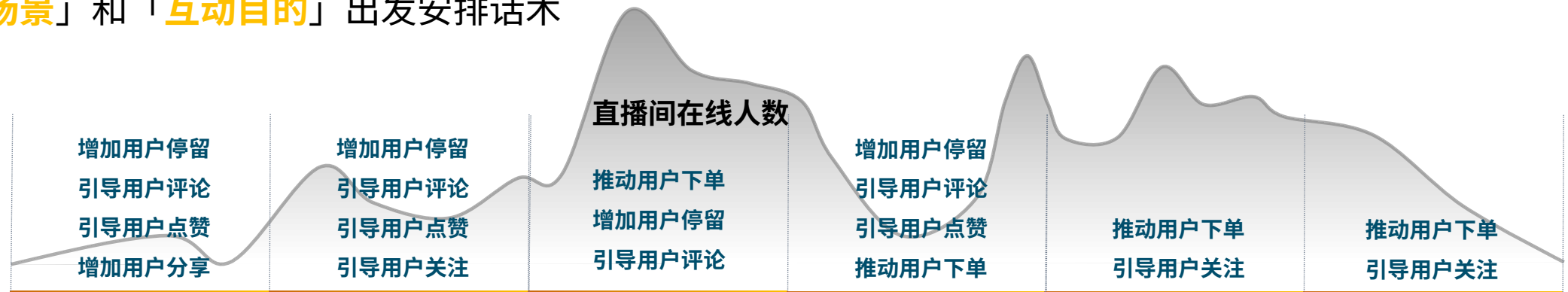


直播话术

开场话术配合直播间玩法，多次、反复强调直播间优惠内容，吸引观众注意力

整场直播话术分布及目的

从「直播场景」和「互动目的」出发安排话术



	直播开场	直播升温	人气飙升	人气衰减	人气稳定	直播介绍
互动目的	增加用户停留 引导用户评论 引导用户点赞 增加用户分享	增加用户停留 引导用户评论 引导用户点赞 引导用户关注	推动用户下单 增加用户停留 引导用户评论	增加用户停留 引导用户评论 引导用户点赞 推动用户下单	推动用户下单 引导用户关注	推动用户下单 引导用户关注
主播话术	直播开场 秒杀品介绍	优惠介绍 商品介绍 秒杀品介绍	商品介绍 优惠介绍	秒杀品介绍 优惠介绍 商品介绍	商品介绍 优惠介绍	退场告别 优惠介绍
助播话术	欢迎气氛 品牌介绍 店铺介绍	倒计时 商品上线 库存管里	倒计时 商品上线 库存管里	倒计时 数库存	现场演示 现场互动	告别
评论区话术	打招呼 福利说明 号召互动	福利预告 响应互动	响应互动 使用方法 解答疑问	响应互动 福利说明	解答疑问 门店位置 使用方法	响应互动 号召关注 预告下期

灵活调整直播话术策略

- 可以根据直播间在线人数的变化趋势，调整直播间的讲解商品，结合【**不同互动目的话术**】，带动直播间人气



/05

巨量本地推投流技巧

巨量本地推直播间投放计划搭建

<table>
<tr><td rowspan="2">场景诉求</td><td colspan="3">提升直播间热度</td><td colspan="2">提升直播间交易</td></tr>
<tr><td colspan="3">• 如开播前期需要快速起直播间热度，或开播中维持一定场观诉求
• 如果内容质量较低可能留不住人导致 roi 偏低</td><td colspan="2">• 有明确直播间整体 GMV 目标及投广费用占比，关注整体直播投广 ROI</td></tr>
<tr><td>转化目标</td><td>直播间观看</td><td>直播间停留</td><td>账号关注</td><td>直播间团购点击</td><td>直播间团购支付</td></tr>
<tr><td>出价方式</td><td colspan="3">手动出价
推荐指数：☒☒☒
适用：对加热买量成本有严格要求，且对直播间快速起立量诉求没那么强的客户
自动出价
推荐指数：☒☒☒☒☒
适用：要求直播间快速起量，且允许成本有一定波动性的客户</td><td colspan="2">手动出价
推荐指数：☒☒☒☒☒
适用：对成本 /ROI 有明确要求，预算较高，且有较好的优化能力的客户
自动出价
推荐指数：☒☒☒☒☒
适用：测试成本收益比的客户，或对直播交易跑量有较强诉求，且优化能力一般的客户</td></tr>
<tr><td>预算分配</td><td colspan="3">5-10%</td><td colspan="2">90-95%</td></tr>
<tr><td>建议计划数</td><td colspan="5">• 按照直播间预算确定计划数量，以下给出参考数值
<table><tr><td>直播间预算</td><td>＜1000</td><td>1000+</td><td>3000+</td><td>5000+</td><td>1w+</td><td>2w+</td><td>3w+</td><td>5w+</td><td>10w+</td><td>20w+</td></tr><tr><td>建议计划数</td><td>5-10</td><td>10+</td><td>15+</td><td>20+</td><td>25+</td><td>40</td><td>50+</td><td>60+</td><td>75+</td><td>100+</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>人群定向</td><td colspan="5">人群定向建议：
需要结合自身投放目标和特点，以及城市等级等划定投放范围与人群
了解产品用户画像
在投放前，整理已转化用户的人群画像，用于定向参考，主要可来自两个方面
1．门店经营转化人群：基于门店日常经营场景中转化人群的特性进行总结，明确主要客群特征
2．线上经营转化人群：基于线上经营转化数据，拉取已转化人群画像
注：补充来客后台转化人群画像查看路径</td></tr>
</table>

直播投放节奏

01

直播开始时

计划全打开快速起量，提升直播间在线观看人数

02

直播 10 分钟

10min 内如果没有人，可将浅层目标出价提高（直播间观看、直播间停留 ），待人数上涨，再逐步降价

03

直播 30 分钟

30min 后还是没有转化 / 只花了几块钱计划，及时暂停，留 30% 有转化 / 有潜力计划。同时开启 10 条以上 (注：根据预算量级调整计划数量）新计划作补充，提高出价



巨量本地推 - 直播大屏查看直播实时数据

- **路径：**【巨量本地推 PC 端】-【数据】-【直播数据】-【大屏】
- 直播【大屏】入口，可支持推广的抖音号授权类型为「官方、自运营」抖音号；若推广的抖音号授权类型为「合作达人」抖音号，则不会显示直播【大屏】入口

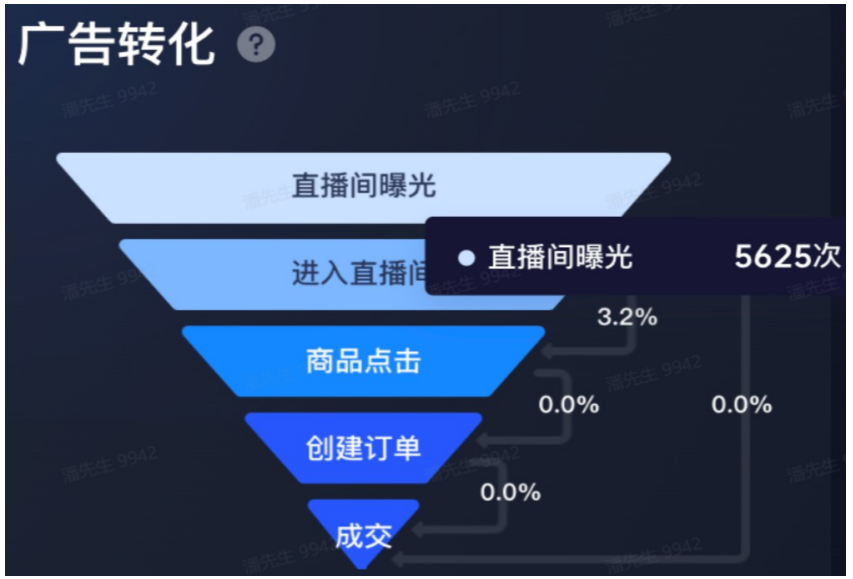




直播间没人气优化策略

不同场景	数据表现	数据分析	应对措施
直播间没人气	场观 UV 「低」 实时在线人数「低」 曝光点击率「低」	**数据来源：** 图 1 整体数据 - 本地直播专业版 - 直播大屏 图 2 推广数据 - 巨量本地推 - 数据 - 大屏 1. 对比**整体曝光人数和进入人数**，发现直播间曝光点击率低，说明直播间无法吸引用户进入 2. 细分**广告曝光人数和进入人数**，如果曝光点击率低于整体，需重点优化广告投放	• **换品** - 换成引流品 • **发福袋 / 红包** - 抖币福袋或者小额红包多次发放，提升直播间热度 • **换主播** - 可能主播状态不好，建议更换主播试试 • **换 bgm-** 直播间第一印象是吸引用户的关键，其中 bgm 是否抓耳非常重要

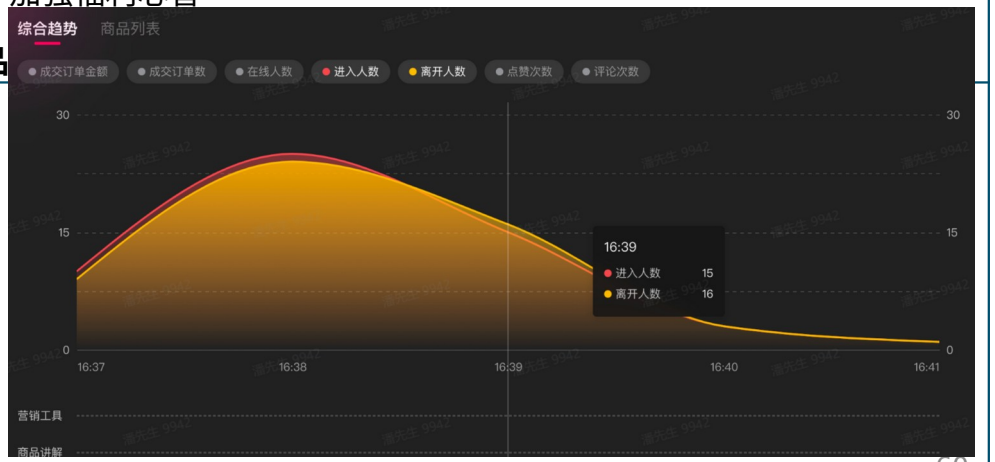




观众流失过快优化策略

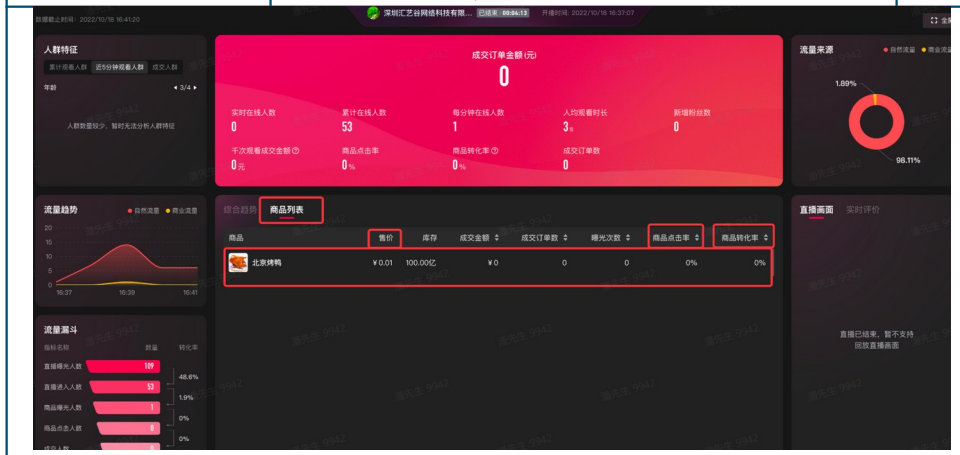
不同场景	数据表现	数据分析	应对措施
观众流失过快	平均停留时间「低」 进入人数 < 离开人数	数据来源： 本地直播专业版 - 直播大屏 *注：广告数据暂无人均停留时长这一指标，无法对比广告流量与整体流量数据情况* 1. 观察人均停留时长，如小于往期数据，可进一步对比进入人数和离开人数趋势	• **调整商品讲解策略 -** 将引流品 / 福利款做 xx min 后的福利 • **设置拉停留的玩法** - 红包或者福袋设置拉长开奖时间 ◦ **红包** - 通过设置直播间停留红包**领取时间**，吸引用户停留直播间 ◦ 谁可以发：观众、直播间管理员、主播本人 ◦ 怎么发：通过手机发送 - 选择礼物——找到红包——选择要发送的红包类型，设置 5min 后可领取 ◦ **福袋** - 设置福袋「开奖时间」 5min 以上 • **话术拉停留** - 配合商品策略和玩法，主播高频率强调 xx min 后会有 xx 福利，加强福利心智





直播间转化差优化策略

不同场景	数据表现	数据分析	应对措施
直播间转化差	ROI 「低」 GMV 「低」	**数据来源：** 图 1 整体数据 - 本地直播专业版 - 直播大屏 图 2 推广数据 - 巨量本地推 - 数据 - 大屏 1. 不能仅仅看结果指标 ROI&GMV，需要结合过程指标判断具体是哪一个环节出了问题，再做针对性提升	• **第一步：**对比同期其他场次直播数据，判断本场直播数据 HL&LL，并根据「问题定位」，对数据差异原因有初步了解 • **第二步：**拆分本场直播自然流量 & 竞价广告各项数据，判断本场直播投放策略是否合理 • **第三步：**拆分本场直播人群构成 & 互动情况，判断本场直播人群画像 & 内容设计是否匹配





/06

核销复盘提升二次转化

提升服务质量 + 做好舆情监控



01.

服务员流程培训

商家需要确保所有接待门店的服务员，都明确在抖音有团购，团购券的内容和使用限制，以及如何核销团购券。避免在用户到店后因为店员不知情而产生客诉



02.

库存原料备货

商家应按照直播间售卖商品提前准备原料，保证用户到店可以消费产品，避免货不对版引起客诉



03.

品牌舆情维护

评论管理与 poi 页面维护，及时关注 poi 页面与产品的评价，及时回应差评。

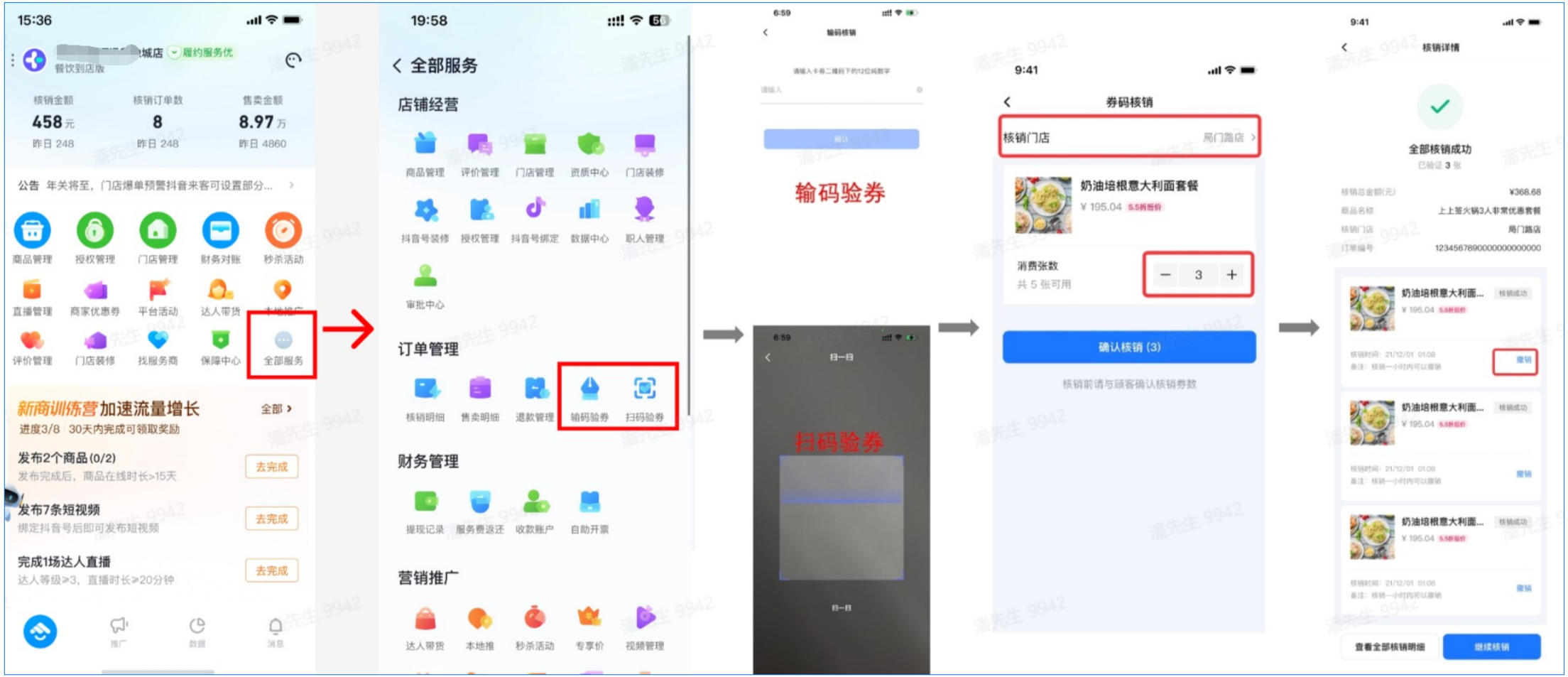


04.

提升用户体验

用户体验回访 / 采访，策划下一场直播，可以在门店中询问从抖音来的用户对产品是否满意，希望能购买什么样的套餐，不断丰富自己的直播间选品

抖音来客 APP 端顾客下单核销流程



店铺首页点击全部服务

订单管理 - 扫码验券

输入券码 / 扫码验券

选择核销门店及数量

核销完成

抖音来客 PC 端顾客下单核销流程

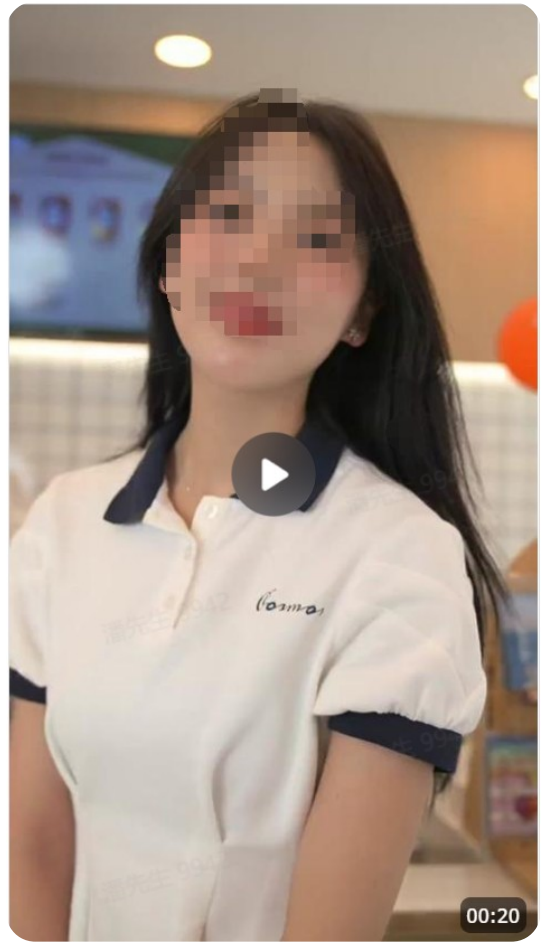
1. 操作验券：进入首页 - 上方，即可进行输码验券
2. 输码验券：输入 12-16 位纯数字券码
3. 选择核销信息：选择适用门店和核销张数
4. 撤销核销：**核销后一小时**内可撤销



用户核销唤醒

操作方式

直播完成之后，可以根据核销率的情况，及时通过短视频做核销转化的唤醒，有助于提升直播的最终收益。例如：核销方法说明 (coco 这支视频带来了 24.5 万的播放和 2800+ 的点赞)



团队执行情况分析

01

主播

重点关注主播状态，从话术、互动、产品、玩法了解程度上进行复盘

02

团队协作

主播、助理、场控、中控等人员的配合度和熟练度

03

流程节奏

实际流程是否按照脚本、规划执行，以及是否有可优化的流程



数据整体概况 & 数据分析步骤

➢ **整场直播数据汇总表（示例）：**

直播日期	直播时长	观看 UV	人均看播时长	GMV	整体转化率	推广消耗	ROI
示例场次	3.5 小时	8,600	3 分 20 秒	12.6 万	3.2%	1.8 万	7.0

01

第一步

对比同期其他场次直播数据，判断本场直播数据 HL&LL，并根据「问题定位」，对数据差异原因有初步了解

02

第二步

拆分本场直播自然流量 & 竞价广告各项数据，判断本场直播投放策略是否合理

03

第三步

拆分本场直播人群构成 & 互动情况，判断本场直播人群画像 & 内容设计是否匹配

流量价值统计分析

➢ 同期数据对比

直播间 ID	开播时间	直播间曝光 UV	直播间点击 UV	直播间观看 UV	商品展现 UV	商品点击 UV	商品支付 UV	观看点击率	商品曝光率	商品点击率	点击支付率	综合转化率
示例	19:30	120000	42000	36000	34000	10500	1200	35.0%	94.4%	30.9%	11.4%	3.3%

➢ 本场数据拆分 - 自然流量 & 竞价广告

流量类型	直播间曝光 UV	直播间点击 UV	直播间观看 UV	商品展现 UV	商品点击 UV	商品支付 UV	观看点击率	商品曝光率	商品点击率	点击支付率	综合转化率
广告流量 · 示例	60000	24000	20000	19000	6800	780	40.0%	95.0%	35.8%	11.5%	3.9%
自然流量 · 示例	60000	18000	16000	15000	3700	420	30.0%	93.8%	24.7%	11.4%	2.6%
整体 · 示例	120000	42000	36000	34000	10500	1200	35.0%	94.4%	30.9%	11.4%	3.3%

内容价值统计分析

➢ 同期数据对比

直播间 ID	开播时间	直播间观看 UV	ACU （平均在线人数）	PCU （最高在线人数）	人均看播时长	评论率	分享率	关注率
示例	19:30	36000	180	420	3 分 20 秒	4.2%	1.8%	3.5%

➢ 本场数据拆分 - 自然流量 & 竞价广告

流量类型	直播间观看 UV	ACU （平均在线人数）	PCU （最高在线人数）	人均看播时长	评论率	分享率	关注率
广告流量 · 示例	20000	120	260	2 分 50 秒	3.4%	1.2%	2.6%
自然流量 · 示例	16000	60	180	3 分 50 秒	5.2%	2.5%	4.6%
整体 · 示例	36000	180	420	3 分 20 秒	4.2%	1.8%	3.5%

小熊运营



Thanks

策划：小熊运营

2026