|  |  |
| --- | --- |
| 直播脚本（120分钟）（按实际情况安排） | |
| 内容提纲 | |
| 0-6 分钟  聚人 | ①营销方法：提前创建好直播间，开始在朋友圈铺垫，一对一群发也跟上，自己的群也都发，让大家点进去订阅下帮你增加下人气。 一般提前 2天时间进行预热，直播的时候最好是把手机开飞行模式，直播的前一个小时，在群里、朋友圈再刷一遍，群里可以发红包再让大家关注和帮忙转发一下。 一上来不要直接进行带货，先聚人，多互动，设置悬念，烘托气氛放背景音乐，讲故事表演才艺皆可，注意不要冷场，哪怕刚开播直播间只有几个人，也不要不讲话，锻炼自己的口才能力，懂得自言自语，千万不要冷场不讲话，不断包装、渲染产品与品牌的产地、工艺、背景等，但不说具体产品，引发观众好奇，吸引观看。与街头表演聚人，吸引路人围观，后续卖货同理。 ②观众心理感受：卖的到底是啥？瞧瞧？“欢迎xxx进入到直播间，刚进来的宝宝们点点关注，加入粉丝团不迷路“告诉粉丝观众自己只卖低价单，加个太高，质量不高，不实用的商品自己是不会用的！ ①拉家常，拉近用户距离； ②包装渲染产品的产地、历史、口碑、销量等数据，吸引眼球，卖关子不讲具体产品，目的在于勾起用户好奇心，聚人。 “大家好，我是一名新主播，还有很多不懂的地方，如果有什么地方做的不够的希望你们多多见谅，如果有喜欢听的歌可以打在公屏上，会唱的话我就给你唱，不会我就就去学，感谢大家的支持” |
| 6-12分钟 留客 | ①营销方法：“今晚还有神秘大奖送给在座的各位宝宝们”“今晚这边我们将进行两轮的抽奖，选出x位幸运观众免费赠送xxxx，究竟是哪位幸运的宝宝呢，8点准时开始”通过神秘大礼、现场抽奖等留住观众不转台， 造势，让家人朋友来捧场，最后的神秘大奖和抽奖的奖品，可以内定给自己的家人或者朋友账号，实则并无商品赠送。 ②观众心理感受：看看能不能中个奖？  宣布促销利好政策，并号召用户互动刷屏，拖住用户。 7-12 min 锁客做两件事： ①说：提前规化好产品使用场景，直播过程中以提问的方式与用户互动，让用户自己说出产品使用痛点（可适当找水军），主播口头阐述产品的功效、使用感受、精华成分，与其他渠道对比的价格优势等，让用户感觉“用的上，可以买”； ②做：现场试用产品，分享使用体验与效果，验证产品功能…双管齐下，激发用户的使用需求与购买欲望。“欢迎来到 XXXX 直播间，点个关注不迷路，把持不住开守护，事不宜迟赶紧行动！，别忘了点关注。 ” |
| 12-18分钟 锁客 | ①营销方法：通过大量模拟产品使用场景，激发用户需求。 例如：“大家每天早晨起来是不是感觉脸干干的，经常长痘留痘印，长期使用化妆品护肤品都没办法解决？”“日常我们自己使用的xxx产品是不是不方便，那用了这款产品之后就可以完美解决”随后演示试用效果。 ②观众心理感受：是啊，这些场景我都经历过，不用挺麻烦，用了好像确实挺方便？ |
| 18-24分钟 留客 | ①营销方法：“需要你就买，不需要你就不买”“主播虽然是个卖货主播，但是主播不是无量带货主播，大家聚在一起就是缘分，今晚”，劝粉丝“不要盲目购买他的产品”， 比强势地推销 更容易被人接受“好的，接下来这款产品经研究表明具备xxxx的功效，对人体无任何的伤害，然后接下来我们体验一波” ②观众心理感受：这主播好像还不错？非常靠谱有良心，产品感觉也是挺好的 |
| 24-30分钟 说服 | ①营销方法：通过竞品分析，产品对比等打消观众疑虑，帮观众做选择。 “某宝某东的价格xxx，而今天在直播间仅需要xxx，总共库存仅有1000个，需要的宝宝们要快点下手抢单了，数量有限”拿类似产品进行对比，以凸显所售产品的优势。  ②观众心理感受：性价比挺高，可以试试？ 从产品功效、价位、成分、包装设计、促销力度、现场使用结果等与竞品对比，进一步帮用户排除选择。 |
| 30-36分钟 催单 | ①营销方法：通过礼品赠送、折扣礼金、增值服务等引诱观众下单。 “今晚凡事在直播间下单的宝宝们，均全部赠送xxx一个，同时享有额外的xxxx礼金和增值服务，注意啦，仅限今晚！仅限今晚！仅限今晚！” ②观众心理感受：有优惠，赶紧买！做两件事：①吊足用户胃口，此时正式宣布价格，让用户感觉“物超所值”；  ②再次强调促销政策，如限时折扣、前XX名下单送等价礼品、现金返还、随机免单、抽奖免单、七天退换货、包邮等促销活动…用户热情达到高潮，催促用户集中下单。 “各位宝宝，线上抢购的人数多，看中了的要抓紧时间下单了哦” |
| 36-42分钟 逼单 | ①营销方法：通过高频的原价与现价对比、活动期限、名额紧张等反复提醒用户下单。“我们再来对比一下某宝某东的价格，大家可以去搜索看一下，今晚我们拿到的价格对比过后相信大家会满意，我xx的直播间不卖高价货，同时保证质量，买回去大家觉得满意” ②观众心理感受：买了占便宜，不买没机会了。不断提醒用户即时销量，营造畅销局面，并重复功能、价格优势、促销力度等，反复用倒计时的方式迫使用户马上下单，机不可失时不再来！ “厂家补贴，厂家补贴立减xxx，我们这个真的没利润了，如果不是厂家，基本不会降价的” |
| 42-48分钟 2次留客 | ①营销方法：通过神秘大礼、现场抽奖等留住观众不转台。 “还有15分钟马上就又到了我们紧张刺激的抽奖环节了，大家猜猜今晚我们送什么.....好，就不给大家卖关子了，想要的粉丝用户我看看有多少，想要的宝宝们抠一下666，直播间刷起来” ②观众心理感受：前面已经有人中奖了，我真的想试试！ |
| 48-54分钟 2次锁客 | ①营销方法：不要因为卖产品就会疯狂夸赞产品好，时常吐槽一些产品的价格、赠品等。 比如，在卖面膜的时候，吐槽品牌方没有给到更优惠的价格。甚至说，好的面膜千千  万，也不一定非要买这个。尽管如此，评论区还是会有不少粉丝下单购买，通过大量模拟产品使用场景，激发用户需求。 “现在已经下多少单了？我们还有多少货？”“已经下单800多件了，还剩最后的100件，还在犹豫的宝宝们要抓紧时间了，机不可失时不再来，最后100件！最后100件！最后100件！” ②观众心理感受：好想买，好想买，好想买！ |
| 54-60 分钟 2次举证 | ①营销方法：“该产品经过主播我自己的使用效果体验，及其他几位粉丝反馈，祛痘效果还是非常不错的，仅仅半个月，就xxxxx大家可以看一下粉丝给予的反馈聊天记录，最近主播我也是一直在用的，效果确实非常不错，非常细腻” ②观众心理感受：专家说的错不了！好像是这个道理！ |
| 60-66 分钟 2次说服 | ①营销方法：通过竞品分析，产品对比等打消观众疑虑，帮观众做选择。 “大家可以看一下相同类型的产品和价格，产品效果都是一样的，但是价格却是天差地别，主播自己也有询问使用该款产品和同类型产品的朋友，效果都是完全一样，而且主播的这款产品换有着xxxx的效果” ②观众心理感受：要不是我儿子/女儿 不让我买，我现在就买了！ |
| 66-72 分钟 2次催单 | ①营销方法：不断重复强调直播间的价格优势。例如在卖某一款产品时，她一直强调，“不用想，直接拍，只有我们这里有这样的价格，往后只会越来越贵”“今晚直播间的商品直接对接的商品货源，主播这边的商品大家可以去其他某东某多对比，对比过后再来我们直播间进行下单购买”。 “主播自用款”，直播间最强的推荐词。“自用”的背后，  是敢于压上自己的信用给产品担保，更重要的是在表明“你也是这个产品的使用者”的身份之后，接下来的描述，观众更容易把主播看做同一立场，同为消费者，更容易相信主播的描述。  ②观众心理感受：真的好划算！ 看着效果也好不错 |
| 72-78 分钟 2次逼单 | ①营销方法：价格的“低”，是“比”出来的。善于给你的产品选一个参照物，可以放大你的价格优势。 比如卖咖啡，对比 7-11 便利店的价格；卖大牌化妆品，对比线下专柜的价格……  ②观众心理感受：真的忍不住了！ “大家可以对比一下，专柜价和某东的价格，价格方面的优势相信各位粉丝都是有目共睹的，该活动价格优惠仅限今晚，只给在直播间的各位宝宝们，错过今天，下次主播什么时候再搞活动就不一定的，各位宝宝们记得一定要把握住” |
| 78-84 分钟 3次留客 | ①营销方法：除了卖货，也要在直播中聊自己的生活和感受。 讲解化妆中的问题、技巧、小知识，有时候打动客户下单的并不完全是产品有多好，而是是否有自己需要的某个点，卖给自己的人怎么样 ②观众心理感受：好像自己确实能用得到的，这个产品价格不错，也挺使用，主播也好讨人喜欢！ |
| 84-90 分钟 3次锁客 | ①营销方法：将自己的粉丝称呼为“某宝主播的女人\男人”，用这样的方式和粉丝建立起一种亲密关系，无形中提升了粉丝的好感度和忠诚度。 通过大量模拟产品使用场景，激发用户需求。 “我现在给各位屏幕前的宝宝们演示一遍xxxxx是不是很实用xxxx看一下其他的主播使用方法” ②观众心理感受：用的上，真用的上！ |
| 90-96 分钟 3次举证 | ①营销方法：讲场景描述一个商品使用的场景，把客户的思维带入到这个场景中，让客户觉得在那种情况下，有这个商品就会很方便。比如下面两个例子：主播卖驱蚊贴：小朋友晚上出去玩，把这个贴在袜子上，可以避免蚊子去咬小腿…… 卖帽子： 如果你下楼买菜的时候懒得化妆，戴上这个帽子就好了…… 通过讲述的场景，调动了客户的想象力，促成最后的转化下单。在推荐产品时，讲一些家人、工作人员使用过的经历，以此打消观众对产品的顾虑。 ②观众心理感受：是的，就是这样。 “感谢大家的认可，这款确实很受观众喜欢，这次优惠太难得了，一定要抓住机会啊” |
| 96-102 分钟 3次说服 | ①营销方法：打消下单顾虑，销售最难得时刻，恐怕就是收单的时刻。解决买单顾虑，有个常见好用的方法，就是在消费者出现犹豫的时候，销售可以洞悉消费者的疑问，主动讲出消费者的顾虑问题，给一个让消费者放心的解答。“孕妈妈也可以放心使用……小朋友也可以放心使用……”这些话主要作用，并非是把买单用户锁定到孕妇、小朋友身上；而是借用对于安全有特殊严格需求的孕妇、小朋友群体也可使用，来说明正在售卖的产品——安全可靠无刺激，来推动更多普通消费者，放下对安全性刺激性的顾虑，立刻下单。 ②观众心理感受：是的，就是这样。 |
| 102-108 分钟 3次催单 | ①营销方法：不断重复强调直播间的价格优势。例如在卖某一款产品时，她一直强调，“不用想，直接拍，只有我们这里有这样的价格，往后只会越来越贵”“今晚直播间的商品直接对接的商品货源，主播这边的商品大家可以去其他某东某多对比，对比过后再来我们直播间进行下单购买”。 讲故事，可以是自己或周围人的经历，也可能是商品的背景故事； 利用从众心理，给予观众安全感，“这款产品，在之前我们直播间已经卖过了xxx套了…… 这个产品在开卖之前，已经有xxxx加购（提前添加购物车）了…… 这个产品之前已经卖过了xxxx套，零差评…… ” ②观众心理感受：真的好划算！ 看着效果也好不错 |
| 108-120 分钟 3次逼单 | ①营销方法：“直播间最后10分钟，10分钟后就下播了，还有没下单的宝宝们要抓紧时间了，好，我们最后来看一下这款产品xxxxxxx，直播最后5分钟，5分钟后我们进行最后一轮抽奖xxxxxxxxx各位宝宝们，主播要下播休息了，感谢各位宝宝们的支持，得奖的宝宝们等待工作人员联系，然后下单的宝宝们，商家这边会尽快发货，下次直播见，拜拜”后面最好每天直播，直播时长尽量保持在 2~4个小时不等“还有最后3分钟，还没有下单购买到的要赶紧下单啦””挣钱不容易，省一分十一分，分分都是钱啊“ ②观众心理感受：不知道买到没有 |