

普通高等教育“十四五”规划教材

电商直播教程

杨 晶 主 编

刘 斌 唐燕子 副主编

图书在版编目(CIP)数据

电商直播教程/杨晶主编. —上海:上海财经大学出版社, 2024. 6

(普通高等教育“十四五”规划教材)

ISBN 978-7-5642-4378-4/F · 4378

I. ①电… II. ①杨… III. ①网络营销-高等学校-教材 IV. ①F713.365.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2024)第 089133 号

□ 责任编辑 姚 玮

□ 封面设计 贺加贝

电商直播教程

杨 晶 主 编

刘 斌 唐燕子 副主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

苏州市越洋印刷有限公司印刷装订

2024 年 6 月第 1 版 2024 年 6 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 14.25 印张 365 千字

印数: 0 001—3 000 定价: 48.00 元

前言

直播行业无疑是近年来发展速度很快的行业之一。直播时代,带货为王,“直播带货”这种颠覆常规销售模式的浪潮席卷而来。直播改变了以往的商业模式,其效率更高,互动更即时,竞争也越加激烈。直播带货的下沉过程,不仅是商品自上而下的销售过程,也是商品自下而上的需求过程,而这个过程的关键环节就是直播间的主播。广大主播不仅是企业产品的导购,也是用户获得心仪产品的买手。主播通过与企业的相互连接以及与用户的相互连接,在直播间一方天地成功实现了商品销售与品牌传播,这就要求直播行业主播要具备更高的职业素养。本书对直播带货的各个环节和主播所需的各种职业素养都进行了深度诠释。

本书以项目和任务为引领,以时间为轴,让学生完成带货主播从新手到高手的三个阶段十二个项目任务。本书主要内容包括新手破局期主播(主播形象管理、直播话术撰写、主播表达表现、解放天性四个项目任务)、胜任成长期主播(主播流量承接、主播互动控场、主播避坑技巧、突破“瓶颈”四个项目任务)、精进发展期主播(打造主播专属 IP 品牌、打造主播爆款短视频、达人主播临场应变、走出舒适四个项目任务)。

本书通过项目导入,以项目任务书、项目指导书、项目任务考核标准及考核评价表、项目所需的知识准备为载体高度融合,化理论为实践、化抽象为具体。每个章节围绕一个项目任务,设置细分知识内容和若干个配套案例。通过运用课堂讨论、案例分析、实操操练等教学方法,注重知识的理解和灵活运用,进行“参与式”和“合作式”的课堂教学,旨在培养学生的实战能力,以便学生掌握带货主播的基本知识和操作技能。

本书可以作为应用型本科院校和高等职业院校电子商务、市场营销等专业相关课程的教材,也可作为直播、MCN 机构的培训教材,同时也适合直播主播人员及有志

于进入直播带货领域的创业者阅读、学习参考。

本书由武汉工商学院杨晶老师担任主编。刘斌、唐燕子老师担任副主编、巫晓玲老师也参与本书的编写。编写中结合了抖音电商学习中心、巨量学官网、交个朋友电商学苑的相关内容,同时使用了网上的部分公开图片作为教学参考,侵权必删。

编者
2024 年 5 月

目 录

第一阶段:新手破局期 0—3 月

项目一 主播形象管理/5

项目任务操练:打造零食类年货节主播上镜形象/5

项目任务书/5

项目指导书/6

项目任务评价标准及评分表/9

知识准备/9

项目二 直播话术撰写/24

项目任务操练:撰写并录制零食类带货直播间话术脚本/24

项目任务书/24

项目指导书/25

项目任务评价标准及评分表/29

知识准备/30

项目三 主播表达表现/56

项目任务操练:面对镜头开启零食类带货直播/56

项目任务书/56

项目指导书/57

项目任务评价标准及评分表/62

知识准备/63

项目四 解放天性/80

项目任务操练:情景塑造激发主播直播情绪/80

项目任务书/80

项目指导书/81

项目任务评价标准及评分表/83

知识准备/83

第二阶段:胜任成长期4—6月

项目五 主播流量承接/90

项目任务操练:设计女装类直播间流量承接话术/90

项目任务书/90

项目指导书/91

项目任务评价标准及评分表/95

知识准备/96

项目六 主播互动控场/113

项目任务操练:完成女装直播间多品类带货直播/113

项目任务书/113

项目指导书/114

项目任务评价标准及评分表/118

知识准备/118

项目七 主播避坑技巧/133

项目任务操练:直播内容违禁行为替换/133

项目任务书/133

项目指导书/134

项目任务评价标准及评分表/138

知识准备/139

项目八 突破“瓶颈”/149

项目任务操练:分析行业头部主播 制订自我提升计划/149

项目任务书/149

项目指导书/150

项目任务评价标准及评分表/154

知识准备/154

第三阶段:精进发展期 7—12 月

项目九 打造主播专属 IP 品牌/160

项目任务操练:创立人设标签 设计达人直播五件套/160

项目任务书/160

项目指导书/161

项目任务评价标准及评分表/164

知识准备/165

项目十 打造主播爆款短视频/178

项目任务操练:达人种草短视频拍摄/178

项目任务书/178

项目指导书/179

项目任务评价标准及评分表/181

知识准备/182

项目十一 达人主播的临场应变/196

项目任务操练:针对直播“翻车”事件制订应对策略/196

项目任务书/196

项目指导书/197

项目任务评价标准及评分表/199

知识准备/200

项目十二 走出舒适期/211

项目任务操练:拟订品牌主理人项目计划书/211

项目任务书/211

项目指导书/212

项目任务评价标准及评分表/215

知识准备/215

参考文献/220

第一阶段 新手破局期 0—3 月



学习目标

带货主播,0 到 3 个月是“新手破局期”,这个阶段新手主播刚刚踏入主播行业,面临一系列新的挑战和学习机会。

这一阶段的学习内容包括:主播形象管理、直播话术撰写、主播表达表现和解放天性。学习目标则是要求理论知识与实际操作相结合。通过本阶段的学习,学员应能够在妆容、服饰、仪态等方面为自己打造合适的上镜形象;为直播间撰写开场、转款、开价、价值塑造等全方位的话术;在声音控制、镜头捕捉、面部和肢体表现、个性传递等方面提高表达表现力;调整直播心态以解放天性。



项目导读

带货主播发展现状及前景

2016 年,蘑菇街引入直播电商、淘宝开设直播功能,直播电商开始崭露头角。经过短短几年,直播电商得到迅速发展,人们有了新的购物方式和习惯。2018 年,抖音、快手等短视频内容平台也加入直播电商的阵营,通过直播卖货的方式充分发挥短视频流量的变现能力,从而在真正意义上实现电商闭环,直播电商行业进入了加速期。此后,各大平台不断加大对直播电商的投入,淘宝直播更是诞生了李佳琦等头部现象级主播。

根据《2023 年(上)中国网络零售市场数据报告》^①,2023 年上半年直播电商交易

^① “一带一路”TOP10 影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布。http://www.100ec.cn/zt/2023_Swllss-cbg/。

规模约为 19 916 亿元,预计全年交易规模达到 45 657 亿元,同比增长 30.44%。2017—2022 年,国内直播电商市场交易规模分别为 196.4 亿元、1 354.1 亿元、4 437.5 亿元、12 850 亿元、23 615.1 亿元、35 000 亿元;可见电商直播发展之盛。

直播带货之所以如此火爆,是因为它提供了比传统电商更为丰富的产品展现形式,配合主播的形象和解说,使得产品的转化率大大提高。在直播环境中,主播(人)、商品(货)以及直播场景(场)三者相互协同,形成了互动、娱乐、购物一体的综合体验。其中,在这个引领消费的浪潮中,带货主播无疑是直播电商的引航者,他们以独特的魅力和专业的产品推广能力,将传统零售与互动娱乐相结合,创造了全新的购物体验。2020 年,人社部联合国家市场监管总局、国家统计局发布了 9 个新职业,其中,在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”,带货主播成为正式工种。在直播电商这一风口下,越来越多的人成为带货主播,无论是网红明星,还是普通素人,又或者是兼职的宝妈、学生。截至 2022 年底,我国网络表演(直播)行业已经累计开通了超过 1.5 亿个主播账号。

那么带货主播的就业趋势如何呢?目前的直播带货分为两种:一种是以品牌的形式出现的店播,多为垂类直播间,适合素人;另一种则是以个人的形式出现的达人播,多为明星、网红、达人与电商。对于新手来说,要成为一个备受欢迎的达人主播可能面临一些挑战,因为观众群体可能相对缺乏。因此,新手可以考虑在电商店铺中进行直播。这样做有几个优势:首先,店铺直播可借助抖音平台的流量支持和各种激励政策;其次,店铺直播有助于快速提升新手的主播技能;最后,店铺主播通常会自带一定的观众流量,其中还包括品牌的流量。

在直播带货过程中,主播(人)、商品(货)以及直播场景(场)三者相互协同。其中,人不仅包括主播,还有场控、主播、助播、中控、投手和运营,他们分工不同,但都扮演着十分重要的角色;商品则是直播电商的核心内容,主播通过直播形式向观众展示并介绍商品,使其更具吸引力,商品的品质、特色以及价格都是影响购买决策的关键因素;直播场景是指整个直播的环境和氛围,其中也包括人和货的匹配。了解了“人、货、场”的概念后,主播需要盘点现状,从而做好自我定位与规划。

如果新手主播当前没有货源和经验,可以考虑以下途径:一方面,可选择加入一家专业的直播带货公司,通过合作进行直播销售;另一方面,可着手打造个人品牌,积累专业知识,通过广告变现或知识付费的方式赚取收入。如果新手主播已经具备了货源,则可以考虑自主创业,建立自己的电商公司,甚至考虑代运营品牌。若拥有线下实体店,则可以通过线上引流或吸引同行加盟,扩大业务规模。

在直播带货这个商业模式中,有诸多发展的可能性。一些主播的粉丝数量达到

百万级别甚至千万级别后,独立创立品牌,成为品牌的主理人或创始人。此外,带货主播的转型赛道十分宽广,具备足够的直播带货经验和技能后,可以转型为直播运营师、培训师、主播经纪人等。一名专业的带货主播需要具备以下几种能力:

(1)懂产品、懂客户:懂产品、懂客户是成为优秀带货主播的基本素质。首先,通过深入了解目标客户群体,了解他们的需求、偏好和痛点,以更精准的方式推荐产品;其次,掌握产品的卖点同样至关重要,了解产品的独特之处,能够为用户提供独特价值,使其在市场中脱颖而出;最后,给产品赋予价值也是一项关键任务。主播需要向他们传达该产品的实际价值,并强调此刻购买的性价比。这种信息能够改变用户对产品的看法,促使用户产生购买欲望,从而提高销售转化率。

(2)表达表现力:主播的表达表现力是吸引和留住用户的一大关键,其中包括个人形象、镜头的表现力、画面展现力、语言表达力以及声音的掌控力,五者缺一不可。通俗来讲,主播的形象须悦目得体、镜头画面须美观自然、肢体表情须生动形象、语言互动须风趣幽默、声音须清晰洪亮。

(3)数据精优化:评估主播能力与带货质量的一大指标就是转化率。客户是否愿意在直播间停留、是否愿意互动、是否愿意点赞、是否愿意关注并加入粉丝团,以及是否愿意购买产品是影响流量的五个维度,即进入停留、引导评论、曝光点击、关注加团和点击成交。对这些数据的复盘以及深入理解它们的本质和逻辑是带货主播必备的能力。作为主播,你即使只能决定 30% 的流量,只要你能够充分利用这 30%,你也就能够战胜 70% 的同行。

(4)感流量、调节奏:主播应能够感知流量的到来和离去,并灵活调节直播的节奏。直播的流程并非一成不变,而是需要根据观众反馈和情况做出及时调整,使整个直播过程既有生气又有秩序。节奏的调整并不是一味地追求快或慢,而是要有序进行,这项技能的关键在于理解何时需要提升直播的紧凑感、何时需要减缓并创造更轻松的氛围。通过感知流量的变化,你可以更好地满足观众的期望,提高互动性,从而增强整体的观赏性和吸引力。

综上,专业的带货主播应培养这些能力,并付诸实践。这是一个渐进的过程,需要通过系统性的学习和实践来逐步提升。

本书将新手主播的学习阶段分为 0—3 月的新手破局期、4—6 月的胜任成长期,以及 7—12 月的精进发展期。在这三个明确定位的阶段中,主播将经历从初学者到经验逐渐丰富、能力逐步提升的过程。在新手破局期,主播需要初步掌握直播基本技能,完整地完一场直播。该阶段的关键是把产品讲好、讲清楚,让更多用户下单。随后,进入胜任成长期,此时主播不仅需要继续完善直播的基础技能,还要优化产品

话术和直播节奏,以提高直播间的关键数据和成交总额(GMV)。在这一阶段,主播不仅是产品的介绍者,更需要深入了解客户的心理和想法,做好品类的组合与数据的分析,具备运营思维,以更灵活地承接和引导流量。这个时期的关键在于在直播过程中更好地满足观众的需求,使其更愿意购买推荐的产品。在精进发展期,主播已经具备了丰富的经验,成为一名较为成熟而专业的主播。在这个时候,主播可能已经深耕多品类的垂直领域,同时成功打造个人“人设”,不仅能够运用丰富的经验与数据进行直播间的引流,还能在一定程度上主导直播策划。

接下来的各个章节将对每一阶段进行详细介绍,并提供细致且实用的学习计划与建议。

项目一 主播形象管理



项目任务操练:打造零食类年货节主播上镜形象

2024 年龙年伊始,良品铺子策划了一场“良辰美景,龙腾盛世”的线上促销活动。良品铺子作为销售高端零食的专业品牌连锁企业,在龙年来临之际,为了回馈 18 年来粉丝的衷心支持,决定在 2024 年龙年春季直播,全线产品计划降价 20%~40%,和全体“良家人”一起,共同迎接美好的龙腾盛世。



项目任务书

项目一任务书的内容见表 1—1。

表 1—1 项目一任务书

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
知识目标	(1)对主播上播妆容标准有初步认识 (2)清楚主播妆容对直播间的数据影响 (3)掌握主播妆容个性打造的基本流程		
技能目标	(1)掌握主播上播前的底妆、眼妆、口红、腮红等基础妆容的化妆技能 (2)结合直播间内容,搭配适合直播间内容、调性的妆容配饰		
素养目标	(1)培养上播前个性形象严要求的职业习惯 (2)建立个人形象与品牌调性相结合的工作思维		
项目任务书描述	(1)完成上播前的个人妆容、发型设计 (2)完成上播前的个人服装穿搭和饰品配饰设计 (3)完成直播过程中表情、手势、站/坐姿的动作设计		
学习方法	(1)动手实践 (2)对标账号学习		

续表

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
所涉及的专业知识	(1)主播形象与品牌塑造 (2)主播上镜妆容打造 (3)主播上镜服饰选择 (4)主播礼仪姿态规范		
本任务与其他任务的关系	本任务作为课程的第一个任务,通过本任务的练习,提前为直播间打造一个美观的直播间视觉体验,为后续任务的高标准完成提前奠定良好的基础		
学习材料与工具	基础化妆品一套(妆前乳、粉底液、散粉、眼影盘、腮红、口红等)		
学习组织方式	全部流程以个人为单位组织,完成整个作业的所有内容		



项目指导书

完成本项目全部的基本路径见图 1—1。

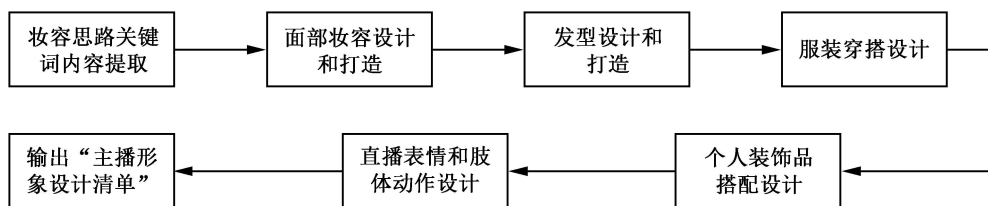


图 1—1 完成任务的基本路径

第一步:妆容思路关键词内容提取。

直播间的带货主播某种程度上与代言人相似,因为他们在产品代表和品牌形象塑造方面承担着同样的使命。运用匹配理论分析可知,主播形象与产品或品牌形象,以及主播形象所传递的信息与产品或品牌信息,都要和谐一致。实现了上述匹配,将使主播更为可信,会对用户的购买意向产生积极影响。

第二步:妆容和发型设计和打造。

面部妆容打造分底妆、定妆、修眉、眼线、眼影、腮红、睫毛、口红八大步骤。基础妆容的重点在于底妆,一定要清透、自然,可以选择与皮肤颜色最接近的粉底,用手指轻轻推匀,让粉底与皮肤贴合。建议不要使用海绵,否则容易产生厚重感。描画眉毛的重点是让眉头处尽可能保持原有的形状,看起来自然为佳,眉锋处色彩最深,眉尾处转淡,眉色的深浅变化能增加眉毛的立体感。眼线、眼影,不宜选用夸张的颜色,大地色系很适合亚洲人的皮肤,是最不易出错的颜色。口红选择与唇膏或唇彩颜色相近的唇笔,画出自己喜欢的唇型,再用唇刷沾上,填满双唇。

妆容和发型的设计,可用表 1—2 记录。实践的过程,请用照片及文字记录。

表 1—2 个人妆容发型设计

姓名	对标妆容	妆前	妆后	设计思路

注:对标妆容、妆前、妆后均为图片,设计思路为文字描述。

第三步:服饰饰品搭配设计。

直播间尽量选择浅色系的,因为穿黑色就会显得面部很亮。如果实在喜欢深色系的,就可以选择深咖色、深灰色。但是浅色衣服显得干净、温柔、阳光,不压抑。

直播间没有季节的分别,在直播间不能穿得太多,不能穿大高领毛衣,穿大棉袄上去直播,会让人感觉不专业而且压抑,还要避免穿太休闲的衣服,比如大宽 T 恤,松松垮垮的,展示不出来自身的优势和气质。有时候直播最好选择方便的衣服,比如打 PK 要动来动去。也要搭配得好,很多姐妹们冬天的时候,上面穿得好好的,下面穿个大睡裤,往后一站,真的很不雅,而且会给直播间粉丝一种很敷衍的感觉。

尽量选择一些设计款的衣服,可以是泡泡袖、一字肩、复古方领或者改良旗袍,V 领能够拉长脖子的线条,会让人看得更舒展。衣服不要太暴露了,太夸张的衣服不但不能给自己上镜加分,还让人觉得很廉价,虽然官方也会格外的关照,但是一定要注意上镜穿着的尺度。服饰穿搭设计,可用表 1—3 记录。

表 1—3 服饰穿搭设计

姓名	对标穿搭	服装设计	配饰设计	设计思路

注:对标穿搭、服装设计、配饰设计均为图片,设计思路为文字描述。

第四步:主播表情和肢动作设计。

主播表情和肢体设计可参见成熟直播室高人气主播,如图 1—2、图 1—3。



图 1-2 表情和肢动作设计



备注:对标主播、出镜姿态、宠粉动作、面部表情、造势动作。

图 1-3 主播表情肢设计案例

表 1-4 表情肢体设计

姓 名	对标主播	出镜姿态	宠粉动作	面部表情
		造势动作 1	造势动作 2	造势动作 3



项目任务评价标准及评分表

表 1—5 为本项目任务评价标准及评分表。

表 1—5

项目任务评价标准及评分表

项目任务	评分标准	分值	得分
妆容、发型设计	面部妆容完成底妆、定妆、修眉、眼线、眼影、腮红、睫毛、口红八大步骤	10	
	定妆后不会出现眼下卡纹	5	
	眼影晕染要自然,眼影颜色不能突兀	5	
	口红颜色的选择以红色调、橘红色为主,不要选择黑色、白色等太夸张的颜色	10	
	发型要求刘海不盖眉,鬓角不盖耳	5	
服饰饰品搭配设计	上装,严禁走光、着深色内透内衣,女主播禁止穿着深 V 或容易走光的服装	10	
	以浅色服饰为主,男主播服饰以带领子的衣服为佳	5	
	尽量避免全身纯色且无任何饰品的服装搭配	5	
	用服饰贴图或装饰品凸显相关节日氛围	10	
	耳饰、手链、项链符合场景调性	5	
表情、肢体动作设计	每个主播需要设计一个宠粉动作	5	
	每个主播需要设计 3 个制造氛围的动作	10	
	主播上播后微笑、着急、夸张的表情能自由转换	10	
	主播出镜,肢体控制占屏比不超 2/3	5	



知识准备

一、主播形象与品牌塑造

品牌是一个综合而复杂的概念,是包括商标、名称、包装、价格、历史、声誉、符号以及广告风格等多个因素的无形综合体,这种无形综合体构成了企业的非物质资产。而为塑造品牌与实施品牌策略,许多企业将采用商业形象代言人作为一种通用技法。广告代言人是指在广告中通过陈述或行为来支持广告或宣传的个体。铺天盖地的广告中通常少不了代言人的存在,而设立代言人的目的在于在广告受众中引起关注、激发兴趣、唤起欲望,并鼓励观众采取购买等积极行为。

直播间的带货主播,某种程度上与代言人相似,因为他们在产品代表和品牌形象塑

造方面承担着同样的使命。具体来说,主播在进行形象打造前需摒弃“以自我为中心”的思维,即形象的打造并非凭借个人喜好。形象打造是一项有策略性、目标导向的工作。成功的形象打造首先应考虑与产品或品牌的匹配性,这意味着主播需要深入了解所代表的产品或品牌的核心价值、定位、直播带货的场景以及商家的需求,对其进行剖析后再对形象打造风格进行策划,以确保个人形象与之相协调。这种以品牌为中心的思考方式有助于提升主播的营销嗅觉,从而在直播平台上取得更为持久的成功。

以图 1—4 中的两组直播间为例,左图的主播带货产品为日用服装,因此在形象上呈现出更加亲和与轻松的感觉。主播身着带货的服饰,妆容则选择了日常雅淡的风格,营造出贴近观众生活、更具亲和力的形象。这种打扮方式与品牌形象较为匹配。而右图的主播则带货面包,淡化妆容,身穿制作面包的专业服装,并佩戴手套,凸显出面包制作环境的干净卫生,增强顾客对面包产品的信任度。



图 1—4 两种不同品牌形象的直播间对比

二、主播上镜妆容打造

抖音以其庞大的日活量、低门槛的带货机会以及不断扩大的用户年龄范围而备受关注。当前,抖音用户中年龄在 30 岁以下的比例高达 93%,其中在一、二线城市的用户占比达到 38%。这使得“年轻时尚”成为抖音用户群体的显著特征。业内专家普遍认为,留住年轻人意味着留住未来,因此,大型品牌愿意在年轻群体和时尚产品上进行投资。各类视频内容涵盖化妆品、家居用品、服饰等,而带货主播的形象往往成为最有效的广告载体,因此,主播需要进行合适的上镜妆容打造,为此,需要了解屏幕造型、熟悉妆容打造顺序、巧用美颜滤镜特效等。

（一）了解屏幕造型特点

主播在屏幕前的妆容设计与日常生活妆容有所区别。主播形象的基础妆容是在拍摄前完成的,并在拍摄过程中通过与其他才艺和技术手段的协同配合,整体呈现在屏幕上。由于这一特性,造型后的形象会受到拍摄现场诸多因素(如灯光、摄像设备、环境等)的直接影响,不仅仅依赖于孤立的造型来达到预期效果,具体来讲,需要注意以下几点:

(1)强调色彩和对比度。视频拍摄可能会导致颜色的丧失和对比度的减弱,因此,在主播妆容中需要强调更鲜艳、明亮的颜色,以确保在屏幕上更为突出。

(2)轮廓强化。为在屏幕上更清晰地呈现面部特征,主播的妆容通常会强化轮廓,使用阴影和高光来凸显五官。

(3)避免反光。在视频拍摄中,可能会遇到灯光反射等问题,因此主播的妆容通常需要考虑如何避免在屏幕上产生过多的反光。

(4)适应屏幕色温。视频拍摄的灯光色温和日常生活有所不同,主播的妆容可能需要调整以适应屏幕上的色彩表现。

(5)遮瑕更全面。由于视频拍摄的高清特性,主播需注重遮盖面部瑕疵,确保在屏幕上呈现出更为完美的肌肤质感。

需要特别指出的是,直播带货的男性,化妆同样十分必要。受社会观念、文化传统、个体习惯等因素的影响,许多男性对化妆持抵触态度。然而,男性在直播带货时需要化妆并非仅为了外表的修饰,更是一种专业的态度。首先,化妆有助于打造男主播整洁的形象,增加品牌认可度,让观众更容易信任和购买相关产品。其次,男主播在拍摄现场受到灯光、摄像设备等因素的影响,屏幕的性质也可能导致色彩和轮廓的丧失,而化妆可以帮助男主播适应拍摄环境和屏幕,确保在视频中呈现更为清晰和精致的形象。最后,合适的化妆可以更好地体现商品的品牌定位,迎合目标受众的审美需求。如图 1—5 所示,主播化妆前后有天壤之别。



图 1—5 主播化妆前后对比

（二）熟悉妆容打造顺序

1. 清洁护肤

（1）清洁

在进行化妆前,彻底的清洁是确保妆容持久、肌肤健康的关键。选择适合自身肤质且温和的洁面产品,将起泡的洗面奶均匀涂抹于脸上,用指腹轻轻按摩脸部,尤其T区、鼻翼两侧与下巴等易油部位,接着用清水将脸部洗净。如果眉毛杂乱,则使用刮眉工具与眉刷清理眉部,以确保眉毛干净整齐。

（2）补水

清洁洗脸后,皮肤易失去水分,因此洗脸后应尽早使用保湿产品,如爽肤水、保湿乳液或保湿喷雾等。此外,每周可定期敷一到两次保湿面膜,为肌肤补足水分。

2. 基础打底

（1）防晒隔离

在进行妆容步骤之前,建议涂抹防晒霜,防晒霜的主要作用是对紫外线的防护,除了防晒黑,更重要的是防晒伤。在防晒霜涂抹均匀后,使用妆前乳或隔离霜,可缓解彩妆对皮肤的刺激,同时提高妆容附着力。

（2）遮瑕

使用遮瑕产品,遮盖脸部的瑕疵,如痘痘、疤痕、色斑以及黑眼圈等。选择遮瑕产品时,一是要注意颜色的搭配,确保与肌肤颜色相近,可选择比粉底液深一个色号的颜色;二是了解遮瑕产品特性,如液体遮瑕产品适用于遮掩较大面积的瑕疵,而膏状遮瑕产品适合遮盖局部小面积的瑕疵,还有彩色遮瑕需要进行调色使用,但彩色遮瑕不推荐新手使用。

（3）底妆

上镜基础妆容的关键在于打造清透自然的底妆。要做到清透自然,需遵循以下几点原则:第一,选择与肌肤最接近的粉底,切忌追求粉底颜色过白。第二,根据肤质选择合适的粉底产品,油性皮肤可选择控油效果强的轻薄粉底,而混合型和干性皮肤则可选择具有补水保湿功能的粉底。第三,做到粉底与皮肤的贴合,控制粉底用量,遵循少量多次原则,使用化妆棉或粉底刷轻柔涂抹,避免使用手指以免产生厚重感。追求轻薄感,使妆容更为轻盈。第四,在T区可使用略微明亮的粉底提亮,而在眼部尤其下眼睑部位,应保持粉底的薄透,防止笑纹的产生,如图1-6所示。

（4）定妆

定妆是主播妆容里必不可少的环节,由于主播长时间面对众多补光灯照射,如果不做好定妆,则很容易导致面部出油甚至脱妆。做好定妆可保持妆容的清爽与自然,



图 1-6 清透自然的底妆

延长妆容的持久性,提升妆容的质感。在定妆时,使用粉扑以“点按”的方式将蜜粉轻轻扑在面部,避免在妆面上来回摩擦,以免对底妆造成破坏。注意避免在鼻部、唇部和眼部周围过于用力,这些部位是防止粉底脱妆的关键。最后,利用散粉刷轻柔地扫去多余的散粉,动作应轻缓小心,以确保不破坏整体妆容。

3. 面部彩妆

(1) 眼妆

眼睛是面部焦点之一,精心设计的眼妆可以在视觉上放大双眼、改善整体妆容。眼部妆容的步骤如下:

①戴美瞳:美瞳可以使眼睛看起来更加明亮有神、调整眼部比例。选择美瞳切忌选用过于夸张的款式或过于大的直径,容易适得其反、喧宾夺主。建议选用自然、轻微放大双眼的款式和大小,美瞳直径大小建议选用 14.2mm,放大双眼的同时更加自然。

②上眼影:眼影的选择避免颜色过于夸张,忌讳使用红色、紫色等饱和度过高的颜色。亚洲人的皮肤相对更合适大地色系,不出错且易百搭。首先,使用淡咖啡色眼影轻轻扫在眼窝区域,分层次打造出眼部立体感,注意眼影的晕染,避免产生明显的分界线。接着,使用米白色眼影来提亮眉骨和眼头。

③贴双眼皮贴:对于单眼皮、内双或眼部浮肿的人群,可在眼影之后贴上双眼皮贴,增强眼部深邃感。找到双眼皮的褶皱线或想要加宽双眼皮的位置,先将双眼皮贴上边缘中部压住褶皱线后,两边顺着眼睛弧线展开,在贴的过程中保持双眼皮贴与眼皮自然贴合,避免产生空隙。双眼皮贴尽量选用隐形效果和黏合度较好的品牌,避免

脱落和反光,导致眼部“露馅”。

④画睫毛:在追求上镜效果时,不需要追求睫毛的乌黑浓密,纤长且根根分明才是关键。夹睫毛时,从睫毛根部开始渐渐向外移动,反复夹卷数次,形成自然的弧线。接着,取适量睫毛膏,轻刷上睫毛,增加睫毛的卷翘度和浓密感。建议主播们可以学习使用假睫毛,不论是单簇型的还是整条形的,选用适合自己眼部的即可,切忌使用过于夸张和浓密的款式,越自然的效果越显得真实。

⑤画眼线:画眼线时务必将眼线笔尖紧贴于睫毛根部,可用一只手轻轻推动上眼睑,使上睫毛根充分显露,勾勒出一根细微而若隐若现的线条。在后眼角处适度向外延伸拉长眼线,以达到加深眼部线条的效果。注意避免使用太过浮夸的眼线颜色,同时保持眼线的走势,避免显得过于夸张。

⑥画卧蚕:卧蚕的位置在下眼睑眼角到眼尾的一段区域,先微眯双眼找到卧蚕的位置,用卧蚕笔在中间找到定位点画一条短线,再顺着眼头眼尾方向自然晕开,与眼睛的形状相适应;之后轻轻晕染卧蚕眼影的边缘,使颜色与肌肤自然过渡;最后记得使用提亮色眼影,在卧蚕凸起的位置提亮,一个完整的卧蚕就画好了,放大双眼的同时,更能显得幼态感,使眼神更加柔和。

⑦画眉:画眉时,关键在于让眉头尽可能保持原有形状,以达到自然的效果,着重突出眉毛的形态,让线条更流畅。画眉保持上浅下深,眉头浅,眉尾深的原则,通过眉色的深浅变化,增添眉毛的立体感,注意避免使用夸张的颜色以及画出过分夸张的眉形。眉笔颜色的选择要和头发颜色接近,新手不要使用黑色眉笔,不容易把握颜色的深浅程度,会使得眉毛不自然不协调。

具体过程如图 1-7 所示。



图 1-7 眼妆步骤

(2) 修容与高光

在上镜妆容中,使用高光和阴影是必不可少的环节。由于打光、拍摄角度、摄影

镜头等原因,人物的面部轮廓会受到影响,立体感削弱,显得面部更为平整,因此需要通过高光和阴影来弥补,让面部在摄像机前呈现出更为立体、生动和精致的效果。

高光的选择应偏向哑光质地,这样的高光能够创造出更为自然的光影效果。高光通常用于凸显面部的凸起或需要凸显的区域。常见的高光部位包括颧骨上方、眉骨、鼻梁中央、上唇弓形、下巴中央等。使用高光产品在选定的高光部位轻轻涂抹,并进行晕染。

阴影通常用于凸显面部的深陷或需要凹陷的区域。常见的阴影部位包括鼻梁两侧、颧骨下方、下颌线、额头的发际线、下颚等。就鼻影而言,使用修容产品在鼻根和眉毛的连接处用鼻影刷进行修饰,用刷子上的余粉自然顺着鼻子两侧下来,再蘸取少量修容,对鼻翼两侧进行修饰,注意颜色不要太深,否则看起来不自然,同样遵循少量多次原则。可以从眉头开始,向下延伸至鼻尖,保持线条的纵向,接着轻轻晕染鼻影的边缘,使其与周围的底妆自然融合。此外,颧骨下方的修容也是重点,沿着颧骨下方的面部自然轮廓进行晕染,从而达到视觉效果上“瘦脸”的效果。

(3)腮红和口红

腮红和口红能够为面部和嘴唇增添色彩,提升整体妆容的吸引力和活力。

选择适合肤色和妆容风格的腮红色号。一般来讲,杏红色系较为推荐。遵循少量多次的原则,用腮红刷在笑肌等位置上轻轻涂抹与晕染。特别要注意的是,腮红不可涂得太重,否则在屏幕上易呈现“满脸通红”的效果。

口红部分应做到自然大方且与个人妆容相协调,色号上需避免纯裸色、红橘南瓜色以及蓝调的正红色,需要结合眼影的颜色进行搭配。此外,在口红的质地上不建议选择蜜彩的质地,比较容易脱妆。口红的重点应该在于显气色,而唇形则应保持自然,避免选择太夸张的款式。这样的选择可以使整体妆容看起来更为协调,符合自然大方的妆容风格。唇妆效果如图 1—8 所示。



图 1—8 唇妆效果展示

（三）巧用美颜滤镜特效

在直播平台和内容创作领域,美颜滤镜特效已成为常见的、简便而有效的工具。学会正确使用美颜滤镜特效也是一名专业主播必不可少的技能。

以“直播伴侣”为例(见图 1—9),建议参数如下:

女主播:

白皙:50—60

磨皮:60—70

美白:50—70

瘦脸:根据个人情况调整

大眼:20

法令纹、黑眼圈:拉满

男主播:

滤镜:30—35

白皙:25—30

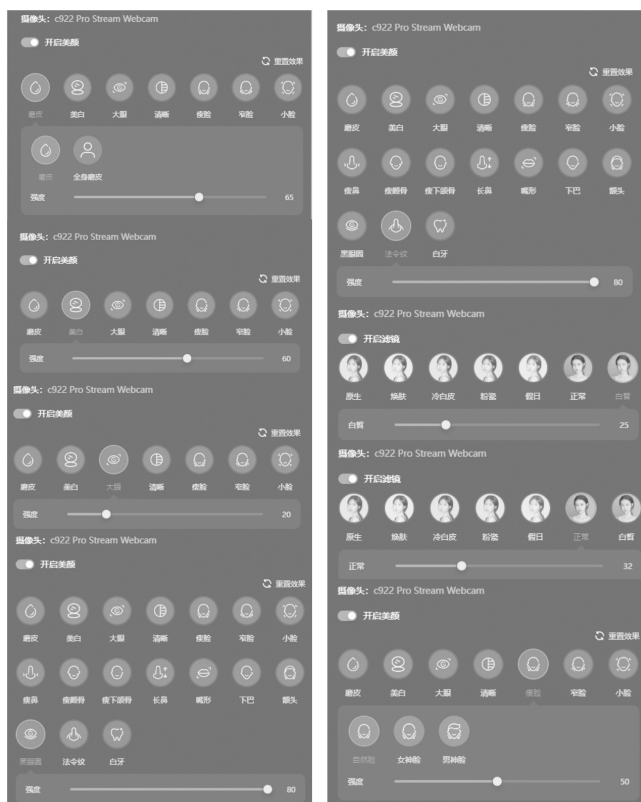


图 1—9 直播伴侣页面

在巧妙地应用美颜滤镜特效的同时,主播也要注意保持真实和自然,避免过度修饰导致与实际形象不符。通过使用这些特效,主播能够打造更具吸引力和专业感的形象,增加观众的好感度,从而提高直播带货的效果。

三、主播上镜服饰选择

服饰与妆容共同构成了主播的外在形象。主播的着装在一定程度上影响直播带货的效果和观众的反馈。通过注意着装,主播能够为直播带货打造更具吸引力和专业度的形象,从而提升产品的销售效果。一方面,我们需要熟悉着装的基本原则;另一方面,了解一些着装的禁忌也同样至关重要。

(一) 着装的基本原则

着装的基本原则主要有:整洁原则、TPO 原则、直播间适配原则。

1. 整洁原则

首先,平整是着装整洁的关键。衣物应保持平整,避免折皱和不整洁的外观。

其次,清洁是维持着装整洁的重要步骤。定期清洗和保养衣物,勤换勤洗,对于易脏的颜色或材质,注重定期的清洗和保养。

最后,确保衣物完好无损。避免穿着有明显磨损或破损的衣物。

2. TPO 原则

直播服饰的选择应遵循 TPO 原则,即时间(Time)、地点(Place)、场合(Object)的搭配原则。

时间原则:指主播的着装应考虑时代的发展、四季的变化和一天各时段的差异。

地点原则:指主播的服饰要与所处的位置、场所、环境相适应。

场合原则:在不同的场合下,主播的穿着要求也是不一样的。

3. 直播间适配原则

着装也需要考虑直播间适配原则。在直播带货过程中,“人、货、场”的概念说明主播的形象、推荐的商品以及呈现的场景是相互关联、相互影响的。因此,一方面,主播着装要与推荐的产品或品牌风格一致。这种一致性有助于建立品牌形象的连贯性,增加观众对产品的信任感。以图 1—10 中欧莱雅直播间为例,主播均穿着统一的白色衬衫,发型整洁清爽,头发都拨至耳后。其原因是这样的穿着能够展现知性、专业和优雅的形象,这也符合欧莱雅的品牌调性。对于个体售卖的非品牌类产品,也应选择与产品风格、直播间调性相统一的形象呈现。以账号“布朗夫妇手工女鞋之流年”的直播间为例(见图 1—11),主播带货的产品是手工皮鞋,在服饰的色调上与皮鞋的深棕色相一致,手工围裙、帽子的佩戴彰显了主播“手艺制作人”的形象,与直播

间的产品以及场景形成和谐统一的氛围。



图 1—10 欧莱雅直播间



图 1—11 布朗夫妇手工女鞋之流年的直播间

另一方面,根据直播间的场景风格选择合适的着装。直播间的场景设计往往有一定的风格和氛围,主播的着装应该与之协调一致。比如,如果直播场景强调轻松愉悦,主播的着装则可以选择更休闲、舒适的款式;如果场景注重专业性,主播则可以选择更正式、职业感强的服饰。

(二)着装的避坑技巧

直播带货的主播着装,应避免着装暴露,奇装异服,过于随性。

1. 避免着装暴露

在直播带货的场合中,带货主播着装应避免过于暴露。不同的直播平台有相应规定,要求主播在直播过程中保持一定的着装规范,违反该规定可能导致直播被限流,甚至被封禁账号。此外,直播带货的观众群体涉及各个年龄段和文化层面,有些人可能会对过于暴露的着装感到不适。为了迎合更广泛的受众,主播的着装应当考虑到观众的舒适度和接受度,避免引起不必要的争议或抵触情绪。

2. 避免奇装异服

带货直播的重点是产品本身,而不是主播的个人形象。奇异的着装可能会使观众关注主播本人,而非所推荐的产品。为确保产品能够成为焦点,主播的着装应当相对低调,符合商业氛围,以更好地服务于销售产品。一些公司在合作时也更倾向于稳重的主播,选择奇装异服则可能影响品牌的整体形象。

3. 避免过于随性

主播在直播间的着装显得过于随性通常缺乏正式感和专业度。一方面,适当的着装有助于凸显主播的专业形象,增强观众对其产品认知的信任感。专业形象不仅提高了主播在观众心中的可信度,还使其更具说服力。另一方面,着装需要与待推广的产品相匹配,以创造一种和谐的整体效果。过于随性的着装可能与产品形象不搭配,导致观众对产品的印象不佳,降低购买欲望。

四、主播礼仪姿态规范

礼仪规范对主播在社交媒体上的影响至关重要。良好的礼仪有助于塑造主播积极的社交形象,增强观众对主播的认可度和信任感。

(一)增强微笑感染力

1. 微笑的作用

主播若能展现出内心真挚的微笑,将极大增强直播的感染力,打动用户。微笑为直播注入一份真诚的情感也更具说服力。

微笑不仅使人显得更加自信,更是对听众的一种肯定。通过微笑,主播传递出对

观众的尊重和友好,这有助于建立起一种积极的沟通氛围,如图 1—12 所示。



图 1—12 微笑增强直播感染力

2. 增强微笑感染力的技巧

为了达到轻松、自然且富有感染力的微笑效果,可通过以下步骤进行练习:

首先,放松面部肌肉,使嘴角微微向上翘起,让嘴唇呈现略微的弧形。在不牵动鼻子、不发出声音、不露出牙齿的前提下,轻轻微笑。闭上眼睛,发挥想象力,回忆美好的过去抑或展望美好的未来,使微笑从内心涌现,真切而有感情。

其次,练习可坚持对着镜子进行,确保眼睛、面部肌肉、口形等都展现出和谐、自然的微笑。此外,可以借助道具,例如,用上下四颗门牙轻轻咬住筷子,检查嘴角是否已经高于筷子。

最后,面对公众时,克服羞怯和胆怯心理是关键。请确保避免出现皮笑肉不笑的状态,确保情感由内而外自然流露。

通过以上步骤的练习,可以使微笑更加真实、自然,展现出积极向上的形象,增强感染力和亲和力。

（二）端正坐姿站姿

1. 端正站姿坐姿的作用

当提到海底捞等享誉业界的品牌服务质量时,我们通常会想到服务人员们端正的姿态与严阵以待的气势。这类专业人员不仅在工作中展现出高水准的服务技能,而且通过保持端庄的仪态,成功树立了一种令人信赖和愉悦的形象。他们的服务不仅限于产品本身,更包含了通过专业、得体的姿态与态度传递给顾客愉快、信赖的消费体验。这种端正的姿态不仅仅是表面的仪容,更是对工作的认真和责任心的体现。

直播卖货与服务业相似。主播的姿态直接影响观众对其的第一印象。在直播间中,端庄、得体的姿态往往能够给观众留下积极、专业的印象,有助于建立积极的互动氛围,从而促进用户与主播间的互动交流。且端庄、得体的坐姿和站姿传递了一种自信和可信的形象,观众更倾向于相信这样的主播。而信任是建立长期关系和促使用户参与互动的关键因素,因此通过维持良好的姿态,主播能够增强观众对其的信赖感。此外,端正的姿态有助于维持良好的视觉效果。在屏幕上,良好的姿态能够使主播显得更为清晰、聚焦,有助于用户更好地关注主播的言行。

2. 错误的坐姿站姿 VS. 正确的坐姿站姿

在直播间中,驼背弯腰、趴桌头、交叉双腿、摇晃或站不稳、站得太靠后或太靠前等都是错误的坐姿站姿,影响主播形象与直播观感。

正确的做法是挺直脊背,避免驼背,并与桌面保持适当的距离、避免过于靠近或远离,确保站立稳定。错误的站姿对比正确的站姿分别和错误的坐姿对比正确的坐姿如图 1—13、图 1—14 所示。

（三）规范产品展示动作

1. 规范产品展示动作的作用

做广告时,通常会对产品进行全方位的展示。这种全方位展示旨在最大限度地吸引目标受众的注意力,介绍产品的特点和优势,以达到有效推广的目的。

广告的作用是推销产品或品牌,直播带货也是如此。在直播中,规范的展示动作能够清晰地传递产品信息。通过准确的手势和动作,主播能够突出产品的特点、功能和优势,提高观众对产品的全方位了解,从而提升整体观看体验。这种详尽的产品展示不仅增强了观众对产品的了解,也提高了观众对产品的兴趣。此外,通过规范的产品展示动作,主播可以引导观众更积极地参与互动。清晰的展示让观众更容易提问、评论,促进互动,提高直播的参与度。

2. 错误的产品展示动作 VS. 规范的产品展示动作

产品在直播屏幕上未完全露出、没有明确条理和顺序的展示、展示产品时动作过

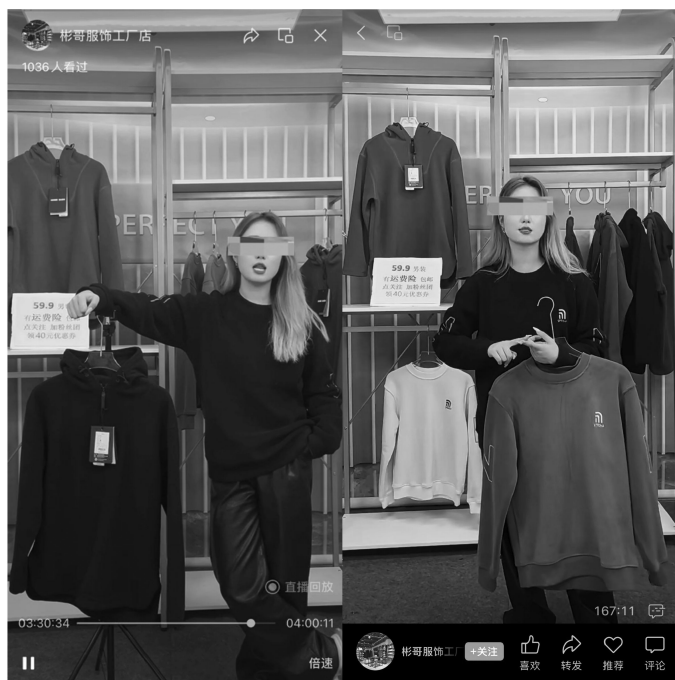


图 1-13 错误的站姿对比正确的站姿



图 1-14 错误的坐姿对比正确的坐姿

于杂乱、不能与观众互动或回应观众问题等都是不恰当的产品展示。如图 1—15 (左)中良品铺子的产品仅露出一半,遮挡了用户的视线,这是应改正的。

主播在展示产品时应做到以下几点,如图 1—15(右):

(1)清晰明了。主播应使观众能够明确看到产品的各个方面,特别是重要的特点和功能。同时注重观众可能关心的细节。

(2)有条理。展示动作应有条理,按照一定的顺序和逻辑,以确保信息的传递有组织且易于理解。

(3)流畅而生动。展示动作要流畅、有节奏感,使整个产品展示过程更加生动、有趣。

(4)增强互动。主播可以通过回答问题、解释细节等与观众互动。



图 1—15 产品展示动作

项目二 直播话术撰写



项目任务操练:撰写并录制零食类带货直播间话术脚本

经过一系列的妆容、穿搭学习后,我们即将迈入“良品铺子”直播间上岗直播。但是在上岗前,还有最后一步重要的直播话术的内容撰写。那么直播话术分哪些类型,不同的话术要解决什么样的问题,什么样的话术更能打动消费者的购买心理,都是我们上岗直播前要完成的工作。



项目任务书

项目二任务书的内容见表 2—1。

表 2—1

项目二任务书

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
知识目标	(1)优质开场话术的标准与目的 (2)优质转款话术的标准与目的 (3)优质商品话术的标准与目的 (4)优质开价话术的标准与目的		
技能目标	(1)掌握产品卖点的快速凝练能力 (2)熟悉食品类直播间的直播节奏		
素养目标	(1)增加对新公司的产品和品牌文化的了解和认同感,更有利于在直播间为客户推广产品和品牌 (2)养成优秀话术的学习习惯和学习方法		
项目任务书描述	(1)完成对标学习直播间的话术抓取及拆解 (2)完成即将上岗的直播间的话术撰写 (3)完成上播前的话术练习任务		

续表

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
学习方法	(1)动手实践 (2)对标账号学习		
所涉及的专业知识	(1)直播间话术类型 (2)直播间开场、产品、转场、开价类型及优质话术标准 (3)直播间话术脚本的撰写流程		
本任务与其他任务的关系	本任务为主播正式开播前的核心工作,只有有了优秀的话术撰写功底,才能保证上播过程中结合用户需求使产品价值最大化		
学习材料与工具	对标直播间 1 间		
学习组织方式	全部流程以个人为单位组织,完成整个作业的所有内容		



项目指导书

完成本项目全部任务的基本路径见图 2—1。

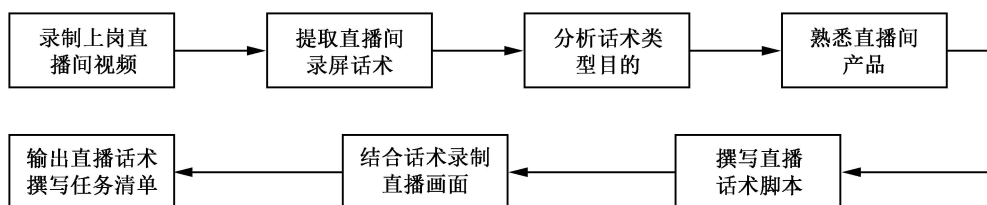


图 2—1 完成任务的基本路径

第一步:录制上岗直播间视频。

在抖音平台搜索“良品铺子官方旗舰店”直播间。进入学习之后,准备开始我们的录屏工作。这个时候就需要思考两个问题:从什么时候开始录制?录制多久?

解决以上两个问题,首先我们就要了解整个直播间的话术节奏。虽然良品铺子直播间的直播时长是每天 16 个小时,但是我们在录制视频的过程中并非要录制 16 个小时。原因是这 16 个小时的过程中,直播话术是在不断重复的。我们需要做到的是找准这场直播每一段的直播开始和直播结束时间。

录屏工具手机端直接选择手机录制,电脑端可以使用 EV 录屏。EV 录屏官方下载链接:<https://www.ieway.cn>,如图 2—2 所示。

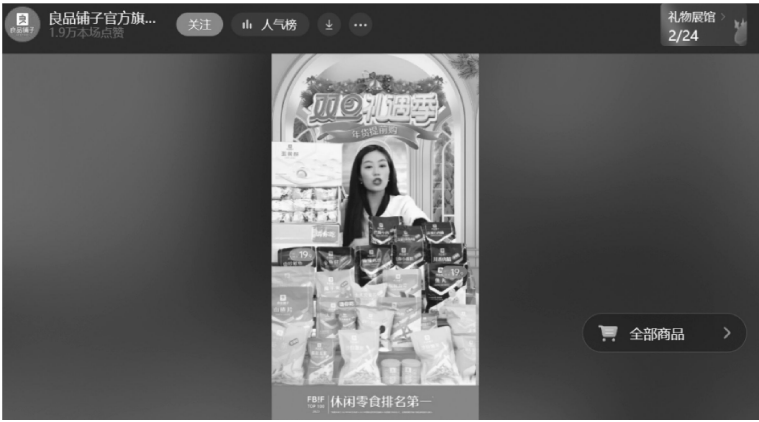


图 2—2 良品铺子直播间

第二步:提取直播间录屏话术。

表 2—2 对标直播间话术拆解

对标直播间	话术类型	话术文案	话术重点	解决需求

注:对标直播间位置为直播间画面截图,其他位置为文案描述。

(1)开场话术解析。大家都知道直播间开播是有一波极速流的,我们应该通过什么样的话术去承接,保证刚刚进来的粉丝在听到主播的话术之后能够产生兴趣从而停留在我们的直播间。

(2)转款话术解析。我们的直播间不可能只卖一个产品,大多数的直播间是多品交叉销售,很多的排品是用低价引流再转化到我们的主推产品上。那么,如何让消费者在从 A 产品进来后还愿意听我们讲 B 产品,转款话术就很重要。

(3)开价话术。开价之后消费者就可以购买了。所以在开价话术这个环节,如何制造紧张的销售氛围以及利用高福利,让消费者一听就买才是开价话术的成功标志。

(4)文案提取过程:使用剪映、音频、音频提取功能,把直播录屏中的音频提取出来。最后,使用剪映、音频转文字功能,提取出文字文案、进行逐句拆分,如图 2—3 所示。



图 2—3 直播录屏中的剪映页面

第三步:直播间话术脚本撰写。

直播过程中,我们的目的是把产品卖出去。那么把产品卖出去,我们就有几个环节。首先,让用户留下来;接着,让用户感兴趣;最后,让观众选择购买。那么不管是让观众感兴趣,还是观众愿意购买,都是我们在话术中有一个环节打动了观众。这可能是产品的卖点、这可能是产品的福利,也可能是产品的使用场景。所以在我们正式开始撰写话术之前,我们需要去了解公司的品牌、产品和福利政策。直播间话术可按表 2—3 撰写。

表 2—3 直播间话术撰写

阶段	产品	时长	话术	注意事项

注:阶段主要标明是开场、转场还是开价,产品就是现阶段的讲解产品,时长就是预计讲解时长,话术就是讲解逐字稿。注意事项为这个环节我们想达到的目标或情绪表情的输出等。

通过商品列表,我们可以看到直播间的产品链接。点进去之后,通过商品详情,我们可以看到产品的卖点和使用场景。在详情的优惠明细和直播间的贴图等位置,我们又可以看到我们直播间的福利详情,如图 2—4 所示。



图 2—4 商品列表、优惠内容有条件

在我们了解了产品卖点、场景、福利之后,再结合我们直播过程中每个阶段的话术目标(停留、升单、成交)就可以按照模板撰写我们的直播话术。

第四步:录制直播画面。

(1)首先,把手机放置在与自己身高相适合的高度,一般放置在胸口高度;接着,在手机后方打一个补光灯,把画面亮度调整到一个合适的位置,后方背景尽量干净、整洁,主播站播出境;最后,商品一定要完全展示在镜头中,在开始录之前把要讲解的商品提前放在自己伸手就可以拿到的地方。

(2)女生淡妆出境,衣着整洁,发型干净利落、不要遮挡面部;男生可不化妆,但一定要干净整洁,服装整齐,发型干净利落。

(3)话术在录视频之前一定要熟记,记不住可以把电脑摆在后方做提词器,但是注意眼睛一定要看镜头,不要胡乱看,注意人物和产品的镜头画面比例要看着舒服,具体可参照图2—5。



注:可选择站播,远距离展示产品全部,也可以近距离展示产品细节。重点是整个画面构图完成,符合话术内容。

图 2—5 部分直播间录屏



项目任务评价标准及评分表

表 2—4 为本项目任务评价标准及评分表。

表 2—4 项目任务评价标准及评分表

项目任务	评分标准	分值	得分
直播间话术拆解	开场话术拆解中目的要能够体现出来	5	
	开场话术拆解中,用到福利品开场	5	
	产品话术拆解中讲解细致,能够讲到观众痛点,讲出产品卖点,塑造出产品的价值	10	
	转场话术拆解中有多种转款技巧	10	
	开价方式在两次开价时随机用到两次	5	
直播间话术撰写	产品话术包括卖点、福利和场景	10	
	开场话术中有明确的停留目的	5	
	开价话术中有紧张氛围制造和福利放大	10	
	注意事项中有主播表情和中控配合讲解	5	
	转场话术上下产品有关联点	5	

续表

项目任务	评分标准	分值	得分
直播间视频录制	清晰明亮,无杂物,无遮挡	5	
	吐字清晰,声音清楚,无杂音	5	
	话术的熟练度是否有卡壳	10	
	突出情绪关键点,把话术的重点体现出来	10	



知识准备

项目一中我们深入探讨了新手主播如何对个人形象进行管理,但直播中,除了不可忽视的形象外,优质的话术更是连接主播与观众心灵的桥梁。本项目将着重探讨如何通过巧妙的用语、精准的表达,以及丰富多样的话术技巧,进一步提升主播在直播间的吸引力和互动效果。

一、优质开场话术解析

(一)开场话术的概念与作用

开场便直接卖货的直播往往显得平淡无奇,目的性太强没有亮点,很容易造成观众流失。因此开场话术在带货直播中扮演着至关重要的角色,其涵盖了主播在直播开始时运用的一系列巧妙言辞,旨在引导观众进入直播主题,并吸引他们的注意力。开场的设计不仅是一种形式,而且是一种策略性的沟通艺术。

第一,开场话术通过亲切的问候和自我介绍,以拉近彼此间的距离,这种人性化的交流有助于观众感受到主播的真诚和亲和力。一方面,对主播本人以及其 IP 产生好感甚至是成为粉丝;另一方面,愿意观看直播。

第二,开场话术通过简短而生动的方式对直播内容进行预告,使观众在最初的几分钟内对直播内容有所了解,激发他们对接下来的直播的好奇心和期待感。

综上所述,开场话术在带货直播中不仅起到传递信息的作用,更是一个良好的沟通开端。

(二)优质开场话术的策略

在设计开场时,最终目标是提高自然推荐流量,从而完成推销任务。自然推荐流量指的是平台推送给用户的流量,是直播的可见度与参与度的重要来源。因此,主播的开场话术应着重于激发观众兴趣、吸引他们留在直播间,并通过平台的推荐算法获得更多曝光。有效地拉动直播间最重要的四项数据,分别是停留时长、互动率、转粉

率、转团率。具体来讲,主播的开场话术可以使用以下两个策略。

1. 直抛福利+简塑价值+穿插互动

第一种策略是强调福利、简明塑造产品价值、过程中穿插互动的策略。该方法旨在提高直播间的自然流量,通过促进交易密度构建一个直播闭环。在这个过程中,观众进入直播间是因为直播间提供了有吸引力的福利,而观众可以在直播间内获得实质性的利益。

首先,主播需要公开向观众提供福利,如图 2-6 所示,引导观众在公屏表达对福利的需求;接着,利用福利留住观众,使观众在直播间等待福利的揭晓,形成一种期待感;最后,在直抛福利的过程中,主播需要巧妙地穿插介绍直播间的卖品,引导观众关注卖品,达到直播间的流量引导和转化的效果。



图 2-6 福利品

示例

宝宝们,我想做一波调查,今天晚上要不要接着上草草?你们也知道,心心念念很久了,而且从那个视频还有评论下面,都是要求这一件重新上架的。粉丝给它起的外号叫做一万三的草草。现在年底来了,这个衣服本来是真的没有办法再返场了,为什么今天晚上能拿出来?就是因为加了 40 块的工钱。加钱让工人去全部补发出来,因为是纯手工定制的,所以说真的非常高成本。今天晚上这 20 件给到你们免费做试穿,做体验。所有新粉第一次来我家的扣个 0,谢谢你们。来咯宝宝们,雅姐刚刚开播,直播间现在 100 个宝宝先听我讲,既然来了,所有扣了 0 的就是我家新粉哦,今天晚上别着急拍,左上角福袋先领取礼物再走哇。

主播需要注意控制开放福利的时机。如一直不开放福利且中间也未发生转化,观众可能失去耐心,退出直播间导致目标观众流失。然而,若过早地开启福利,此时直播间的自然推荐流量可能尚未达到较高的水平,不利于后期促成密集成交。此外,这个策略也伴随一些其他风险。在转品承接上,须具备合适的话术和逻辑思维。在

憋单时,要注意控制憋单的时间,憋单时间过长不仅可能导致自然流量下降,甚至会受到抖音的弹窗警告。抖音电商新增的《“违规玩法:憋单”实施细则》,明确提出,自2023年8月31日起,禁止商家在直播带货过程中进行商品“憋单”,严重违规者可能会被直接扣除12分信用分。

2. 福利内容+福利原因+定点互动

第二种策略的核心是在呈现福利内容时说明真实可信的福利原因,同时加上定点互动,延长用户停留时长。

主播先向用户展示福利品,与此同时介绍做福利的原因,让原因真实、可信,再继续运用福利调动人气、互动和延长用户停留时长。在介绍福利的过程中,主播快速切换到另一波引流品,开启一波单品讲解,形成成交密度,吸引更多自然流量进入直播间。如果前一波承接得当,则可以直接转入下一波卖品,继续提高成交密度,推动总成交额(GMV)的增长,如图2-7所示。



图 2-7 主播与用户互动

示例

今天是我们实体转线上的第一天,把我的诚意拿出来,直接把福利给到你们!朋友们可以左上角免费的关注点一点,给主播一些支持和勇气,主播福利一定不让咱家人们失望!今天给大家送的福利已经在我手上了,这款包包采用了高质地人造革,手

感柔软、舒适,质感上佳。设计方面更是独具匠心,简约大方。内部结构设计也非常贴心,有足够的空间放置日常用品,而且多功能隔层设计。今晚在直播间一共送 99 件福利哈!诚意够了吧!我们每隔半个小时抽 33 件哈,大家别走开,记得留意我们的弹幕互动和抽奖环节,机会多多!那接下来我们看看这双靴子……

该方法的成功之处在于通过增强可信度,定点拉人,互惠互利。根据心理学的互惠心理理论,主播营造出一种亏欠观众的感觉与氛围,让观众认为在直播间有利可得,形成互利互惠的心理效应。

同样的,这个策略也伴随一些风险,主要集中在转品承接和憋单上。为规避这些风险,可以采用同类型两种商品,即一个作为福利,一个作为爆品,以平稳过渡承接。另外则是对憋单违规弹窗的规避,注意憋单的时长是关键。

(三)优质开场话术的案例拆解

示例

我的品牌 268 家门面店,从来没有打过这样的折扣,我想问你们是什么风把你们刮过来的?天呐,平时我不搞活动你们不来,今天晚上 120 号人听一下哈。哇,有这么多新粉是吗?那这样子后台你先给我发个福袋。我问一下你们,想要送包包呢还是想要送我身上外套来?所有宝宝刚刚来我家,我说了不能让你空手而归,不能白来,要送包包的扣包包,要送这个一万三的外套的扣外套就可以了。后台登记啊,我不晓得你们喜欢包呢,还是喜欢外套,喜欢哪个多一点,你们一定要大胆告诉我,礼物我来安排。关注点不点是你的事儿,但是礼物送不送就是我的态度是不是?说真的,我来这里开播,我说再多都是没有用的,一定是要拿出实际的行动来感恩大家,不然的话我走,怎么抢客户啊?

拆解

首先,主播介绍了品牌店共有 268 家门店,从未进行过如此大幅度的折扣。这一信息的传达旨在告知观众,今天所推出的产品福利非常巨大,且这些产品实际上在实体店也有销售。通过强调门店数量,主播增强了观众对品牌和产品质量的信任感,并在此基础上进行产品价值的进一步塑造。

其次,主播从引流品转向 0 元福利,进行互动,询问观众想要什么福利。通过给予观众选择的权利,主播引导观众在包包和外套之间进行选择。该举措有几点好处:第一,这种策略增加了互动的趣味性。自主性理论认为个体对于自己的行为 and 选择具有内在的驱动力,他们更喜欢能够自主做出决策的情境。相较于给特定的福利,让用户二选一实际上在一定程度上增强了观众的自主性。同时选择的思考过程也有效延长了用户的停留时间。第二,福袋里的包包其实是主播要卖的第二件物品,也就是

第二个引流品。这种承接方式显得自然且有记忆点。第三,主播也能通过观众的选择实现观众调研,了解观众的喜好,有针对性地满足观众需求。

最后,通过福利引起用观众兴趣,拉动他们的停留时间和互动,同时利用爆品实现密集成交,提高自然推荐流量。一旦观众人数达到一定峰值,即可开始销售产品。开场话术的目标是完成四个关键指标:涨粉率、停留时长、互动率和加团率。

具体开场话术结构如图 2-8 所示。

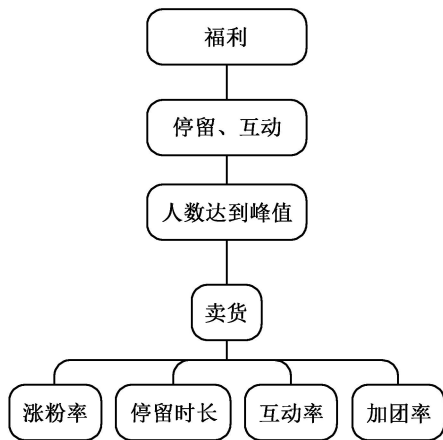


图 2-8 开场话术结构

开场的第 8 分钟是关键。一般来说,抖音自然流量的高峰期在 7 分钟左右。因此,在 8 分钟时发布产品或进行密集成交,可能会获得更多的成交和更好地承接自然流量。无论采用什么排列组合,是先发布福利再介绍产品,还是先塑造产品价值再提供福利,首要条件是确保有引流品。在开场的 8 分钟内,主播需以潜移默化的方式介绍自己,吸引观众留在直播间,直播间的停留时间是实现其他数据指标的先决条件。

二、优质转款话术解析

(一)转款话术的概念与作用

1. 转款话术的概念

转款话术是指从一种商品转换到另一种商品。一场直播带货中,所销售的产品往往不止一个。针对不同产品之间的转化,需要有相应的话术技巧,使过渡显得自然而不生硬。

2. 直播间常见的三类产品

(1)福利款

福利款主要体现在产品的价值大于价格,适用人群广泛。这类产品可能存在补

贴或亏本的情况,不一定能直接带来利润或 GMV,但在引流流量、提高停留时长等方面发挥着重要作用。具体而言,福利款(如图 2—9 所示)的属性包括:

①价值大于价格。这类产品通常在价格上给予相对较大的优惠,使观众感受到物超所值的购物体验,因此可能存在补贴或亏本的情况。

②适用人群广。福利款的价格设置使得更多的观众能够参与,扩大了产品的受众范围。

③用于引流和提高停留时长。福利款的主要目的是引流,吸引更多观众进入直播间,并通过优惠价格或主播话术(个人魅力)拉长其在直播间的停留时间。



图 2—9 福利款产品

(2) 销量款

销量款主要体现在产品在历史销售数据中表现优异,每次上架都能够取得爆款的成绩,证明其深受用户喜爱,因此有望在下次销售时再次取得高销量。这类产品通常价格和利润相对较高,每单可能赚取 5% 或者 10% 的利润,从而在一定程度上追求盈利。如图 2—10 所示,就是一款销量款商品。销量款的主要特点包括:

①历史销售表现优异。产品过去的销售记录显示其在市场上非常受欢迎,具备较高的市场竞争力,基本每次上架都能够取得较高的销售成绩。

②薄利多销。销量款是薄利多销,不会有高利润,也不会亏钱,属于低利润。

(3) 利润款

利润款主要体现在直播带货中,产品的售价相对较高,因而每单能够赚取较多利润的商品类型。与福利款和销量款相比,利润款的主要目标是追求高额的销售利润,而非吸引观众通过低价购买来提高销售量。如图 2—11 所示,就是一款利润环商品。



图 2-10 销售款产品

利润款的特点包括：

①较高的销售利润。主播能够在每笔交易中获得更大的利润空间,有助于提高直播带货的整体盈利水平。

②注重产品品质和独特性。利润款通常注重产品的品质和独特性,以使其在市场上更有竞争力,从而能够支持较高的售价。

③历史销售表现不一定是最佳。与销量款不同,利润款并不要求产品在历史销售中一定是最畅销的。重点在于产品本身的利润水平。



图 2-11 利润款产品

在整个直播带货策略中,福利款用于吸引流量和拉新观众,销量款用于提高销售量和冲击 GMV,而利润款则通过高售价产品追求更丰厚的盈利,三者共同构建了一个完整的直播带货生态,缺一不可。一般来讲,一场直播的转款顺序是先福利款,再销量款,再利润款,这个逻辑顺序符合新手主播的适应节奏与控场能力,如图 2-12 所示。

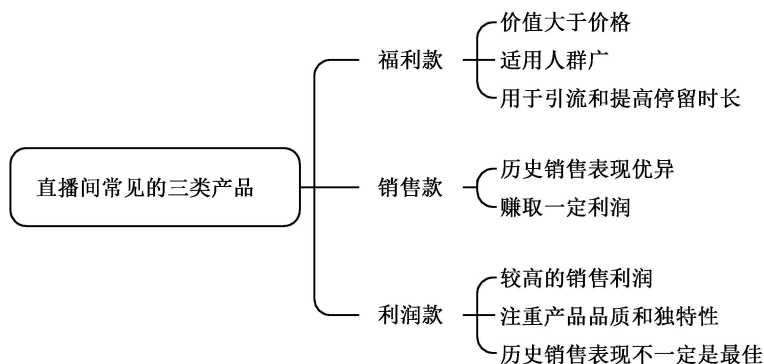


图 2-12 直播间常见的三类产品

（二）优质转款话术的策略

1. 搭配转款

搭配转款通过巧妙搭配商品来促使购物者进行购买,从而提高销售额。这一策略涵盖了商品搭配、优惠套餐、精心设计搭配、搭配推荐等多个方面,通过将多个商品形成套餐销售或组合销售,并提供相应的优惠。这一策略要求销售者具备商品搭配和潮流趋势的敏感度,以更好地满足消费者的需求,引导购物者偏向多样商品的购买。例如,主播选择将毛衣作为福利款的一部分,同时将其中的内搭作为销量款,它们之间存在一定的搭配逻辑关系;如果福利款是一款牙刷,那么可以将销量款定为相配套的牙膏,或者搭配一款儿童牙刷和成人牙刷,形成搭配逻辑进行销售。另一种情况是,将销量款定为毛衣,而将内搭作为利润款,实现销售的承接。这样的搭配转款策略旨在通过巧妙搭配商品,提高销售的多样性和吸引力。如图 2-13 所示,袜子与鞋子可作为搭配转款。

2. 互动转款

互动转款是指在直播带货过程中,主播通过与观众的互动,引导观众产生兴趣并转化为购买行为的一种销售策略。通过实时互动、回答问题、征集意见等方式,主动与观众建立联系。参与度理论认为,当个体对某个主题或产品加以更多参与和投入时,他们更有可能产生积极的情感和态度。通过互动,观众可能会增加对产品的兴趣,促使其更加关注和了解产品,从而提高购买欲望。这种策略强调通过与观众的积



图 2-13 袜子与鞋子的搭配转款

极互动,将其参与度和投入度提升,从而推动销售过程的顺利进行,增加成交量和销售额。

如当有观众评论:我想看一下你家的4号链接。主播可以回应:好的,你想看4号链接是吧?那么接下来我就给大家展示一下4号链接的商品。

观众可以边看直播边通过弹幕与主播互动,如图2-14所示。



图 2-14 观众互动提出想看的 product 进行转款

3. 制造福利转款

在福利活动结束后,有些用户可能没有成功抢到福利品,感到失落。为了安抚这部

分观众,主播可将某个产品作为安慰品,可能是一个销量款或者价格较低的产品。这一策略通过巧妙的命名和产品引导,既为观众提供了一种慰藉,又创造了购物的机会,从而巧妙地引导了销售。

4. 转化利润款

转化利润款的过程可能相对较难,需要一些技巧。首先,主播可以将利润品与福利品混合使用,使其看起来更具吸引力,让用户感受到购买的价值。其次,主播可以在讲解福利品的同时,巧妙地塑造利润品的价值,逐渐为观众展示其独特之处。如通过详细介绍利润品的设计、材质或特色,让用户逐渐认可其高品质和独特之处。最后,转化利润款的逻辑是把利润款说成是直播间的福利品,然后塑造利润款的价值,同时预告下一个产品拉停留,让用户留在直播间进行转化。

5. 转款承接的技巧玩法

(1) 福袋

第一种技巧做法是福袋,通过单独开福袋来转化福利款,留住观众并引导粉丝参与其中。在此过程中,关键是在福利款转变为其他款之前,提前设置福袋,并确保在福利款还未开单之前上传。最佳的时间点是在福袋上完之后,且距离开奖还有4~5分钟。福袋的参考界面如图2-15所示。



图 2-15 福袋

这个策略的目的是通过福袋的留人效应,使用户在福利款转变为其他款式之前就留在直播间,并在最佳的时间点参与福袋的开奖。为了优化此过程,建议进行测试,例如使用 iPhone 作为福袋,确保在 5 分钟以内的倒计时内上传,以避免前 7 分钟的浪费。在此期间,主要利用评论话术引导观众评论,介绍福袋中的物品价格,以增加观众的互动和参与度。

(2)直播展示

第二个做法是在直播中展示即将开放的后续福利品,将其专门放在显眼的位置。这时,主播需告知观众不要离开,因为即将推出另一个福利品。若提前离开则可能会错过。为了吸引更多互动,主播可以设定一个条件,如要求观众凑齐5个灯牌,一旦达到条件,主播就会立即展示福利品。对观众而言,这是一种不确定性的刺激,从而增加互动的可能性。

直播展示如图2-16所示。



图2-16 直播展示

(3)引导评论

引导评论是一种有效的手段,可以在后台评论中制造即将转款产品的热度和受欢迎程度,从而引发从众心理。如可以通过中控的协作,将中控扮成一个假扮成观众,然后提到即将转款的产品。在这个过程中,要确保中控的评论精准而明确,不能只是表达想看哪种产品,而是要具体描述即将上市的产品,如产品的优点、好用的体验等。通过引导评论,可以让中控表达对产品的好评,观众从而也会受到从众心理的触发。

在引导评论时,主播可以提出问题,如:“有没有人觉得这个产品很好用?”或者“有没有朋友用过这个产品?”。主播还可以强调产品的热门和受欢迎程度,提到库存

有限、紧急增加库存等信息,以制造购买紧迫感,如“热卖爆款××手表库存严重不足,由于超高人气,我们正在紧急增加库存! 机会有限,赶紧抢购!”通过利用评论引导,主播能够为即将进行的转款创造良好的预期氛围,如图 2-17 所示。



图 2-17 引导评论

(4)转款承播主播关键点

话术关键点在于尽快塑造产品的价值,因为观众已经看完上一个产品的介绍,甚至可能已经拍到商品了,对下一个产品并不了解或不感兴趣。在这种情况下,要迅速表达转款产品的使用价值,包括产品的原价、现价以及为什么在主播这里购买更划算等信息。这有助于吸引那些可能考虑再次购买或正在比较价格的用户,促使他们迅速下单。

情绪关键点在于维持转款的激情,激发粉丝的情感共鸣。主播在转款的过程中要营造一种紧迫感,强调今天是特别的日子,产品可能是限时、限量或独家的,如果错过就会失去机会。主播可以通过强调在特定地点、特定时间进行直播,以及提到产品可能的独特性等方式,激发观众的兴趣和购买欲望。在情感层面上,主播可以与观众建立一种紧密的互动关系,同时通过情感的表达,引导观众积极互动,提高转款的效果。

(5)合适的过品时间

优秀的主播不仅需要掌握如何进行产品介绍,还要懂得在何时进行适当的过品介绍。以下是一些合适的过品时间(见图 2-18)

①当直播间的用户流失大于进入的用户时。此时,直播间的人数开始下降,平台推流开始减少,而在讲解产品时,若不及时进行产品介绍,用户数量则可能会急剧减少。此刻进行产品介绍,可有效防止用户流失,避免平台减少推流。

②在开售后销售效果极差,没有互动,用户对产品不感兴趣,购买的人数很少,甚至催单也效果不佳的情况下,可以考虑过品。这表明产品可能不太适合当前用户,需要及时调整。

③在原定的产品讲解时间结束后。一般来说,开播前会设计直播脚本,提前计划

好每个产品的讲品时间,当某个产品达到了原定的讲品时间且没有过大流量波动的情况下,应该正常过品,避免影响其他产品的讲品时间。

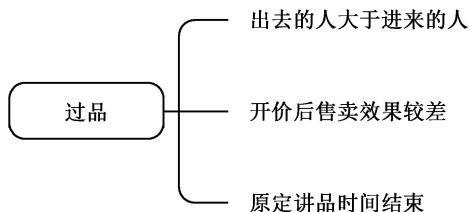


图 2—18 合适的过品时间

直播间有两种主导过品的方式:一种是由运营主导,通过观察罗盘的实时数据,包括成交金额、成交转化和曝光转化等,提醒主播何时过品,以及下一个品是什么;另一种是由主播主导,通过观察在线人数的变化和用户的公屏反馈,来决定何时过品。

此外,在直播间在线人数稳定在一个较高水平时,不应再以福利品为主去调动观众和互动,而应促使成交密度,以提高利润和销量。主播的话术应以产品讲解为主,以成单为导向进行互动。当在线人数较低时,主播应保持冷静,使用福利品吸引用户停留。在线人数低可能表明当前介绍的产品不符合观众喜好,因此通过福利品拉动停留,多与粉丝进行点对点互动,以粉丝问题为主进行产品介绍,提高在线人数后再进行产品销售。

(三) 优质转款话术的案例拆解

示例

五秒钟关闭福利通道,就在一号链接,宝子们直接去拍啊!“我来回购黑水晶,老公说好闻”(观众留言),感谢焕生的支持,感谢宝贝。“贵族玫瑰也想要”(观众留言)……来下一款就上,好不好?……下一款上,在我直播间有多少姐妹进来不到一分钟的,来给我飘 520 在公屏上,想要”贵族“的也飘 520。尤其是我直播间喜欢高货、喜欢高定的,有品位的女人啊,全给我飘 520。因为我接下来要炸福利了。对,而且呢,是绝对好东西拿出来给你。实操见图 2—19。

拆解

首先,可以明显看出主播通过评论互动进行转款。这两个评论是由一个人发表的,而此 ID 大概率是他们的中控在与主播进行配合。因此,如果你是一个团队,与中控的配合是非常重要的。很多时候,中控可以引导主播进行转款,如评论中提到要“回购黑水晶,老公说好闻”,指的就是所介绍的香水产品——黑水晶。但随后发现该产品已经卖不动了,于是迅速转向“贵族玫瑰也想要”以此来引导转品推销贵族玫瑰。



图 2-19 转款互动配合话术

因此,团队中的中控在这个过程中起到了关键的协调和提醒作用。

其次,主播提到了感谢支持、感谢宝贝,并引导用户关注贵族玫瑰。通过互动顺利地进行了转款,这种转款过程非常流畅,不会显得尴尬。重要的是接下来引起互动的那句话,如在直播间问“有多少姐妹刚进来不到一分钟的给我飘 520”。主播成功地通过两次互动引起了关注,第一波是刚进来的扣 520,第二次是想要贵族玫瑰的人也扣 520。在主播说这句话之前,她已经预测到想要贵族玫瑰的人会很少,甚至可能没有人扣。

最后,主播巧妙地通过利用人的虚荣心来引导评论,说了一句“尤其是我直播间喜欢高货,喜欢高定的,有品位的女人啊,全给我飘 520”,事实证明没有哪个女人会希望自己是没品位的,这种方式来引导互动也是非常巧妙的。尤其是直播间的受众是女性,主播甚至还使用了一些小手段以激发观众的虚荣心,通过产品上架与用户建立共鸣,让用户觉得自己是有品位的人。这实现了用户共情,升华了产品的价值。

三、优质开价话术解析

(一)开价话术的概念与作用

在直播带货中,开价话术是主播通过言辞技巧激发观众购买欲望的重要手段。开价的目的在于为观众创造一种占便宜的感觉。观众并非只是寻找低价的商品,而是渴望在购物中感受到物超所值的体验。以垃圾袋为例,即使售价为 9.9 元,在垃圾

袋市场也并不算低廉,观众可能并未产生占便宜的感觉。开价的目标是让观众觉得产品原本应该很贵,没想到价格如此便宜,创造出价格和价值的反差感。通过这种心理策略,再进行开价时会发现观众更容易产生购买欲望。再以卖大牌口红为例,如果将一支售价 400 多元的口红在直播间以 199 元的价格销售,并保证正品,虽然 9.9 元的价格更低,但 199 元才是能够给观众带来真正占便宜感觉的价格。这种定价策略旨在打破观众对产品价格的预期,使观众感受到独特的优惠和超值体验,从而促使更多的成单。

(二)优质开价话术的策略

1. 前期准备,熟知客户与产品

在开价前必须确保产品介绍清晰、价值塑造到位,主播需要围绕产品把场景化痛点需求,利他化产品卖点,升华化价值塑造以及心理化促销成单这四点都表达出来。首先,了解观众的痛点需求,即针对产品特点制定场景化的讲解策略,解决观众关心的问题。如在售卖毛衣时,主播可以演示不起球和不产生静电的场景,通过实际展示满足用户需求。其次,主播需强调产品的卖点,以观众易于理解的方式说明产品优势,如使用 316 不锈钢保温盒,可通过强调其耐用性来满足用户需求。然后,主播要进行价值塑造,让观众认识到产品的高价值,从而产生占便宜的感觉。最后,通过消费心理学引导话术,为用户创造紧迫感和错失机会的焦虑,促使观众快速下单。

2. 低价开价,逐步降价

第一种开价策略是采用低价起步,并逐步降价,适用于那些一眼就能明确价格的商品,如卫生纸、面包、春夏服装等。以 399 元一件的羊毛外套为例,这个价格在一般的直播间比较普遍。接着,主播可以开始降价,先降至 359 元,再降至 329 元。根据锚定效应原理,人们对于某一初始信息(锚点)的过度依赖,影响后续决策。在开价中,通过先呈现一个较高的“原价”或市场价,然后再提供一个相对较低的实际售价,创造了价格的对比,使实际售价看起来更具吸引力。且在此过程中,中控可以辅助把控直播间的进程,而副播则通过一分钟的开单时间来促进销售。观众也能看到小卡片上的热卖数量持续增加,进一步促使观众产生购买决策。

3. 塑造高价值,低价开价

第二种开价策略是通过低价格起步,但在开价过程中重点塑造商品的高价值。这种方式更适用于那些价格没有明显参照的商品,如服装、玉器、珠宝等。这种开价策略通过注重产品的品质和特点,使用户对商品产生高价值的认知。感知价值理论认为,消费者购买决策的主要驱动因素是他们对产品或服务所感知到的实际价值。

如果消费者认为产品提供的利益超过了其花费,那么他们可能认为这个产品有高感知价值,也就更容易做出购买决策。当主播说出“这款大衣选用了顶级面料,设计独特而时尚,穿着舒适,质感上乘,但在我们今天的直播间只卖 199 元”,这往往会让用户产生惊喜的感觉。

4. 开门见山,直接开价

第三种策略是直接进行开价,适用于那些有限时间和数量的热销产品。如在某个直播间中,主播选择了限量销售的方式,并且基本上没有过多强调产品的价值;又如主播简要提到了带货的裤子备受粉丝喜爱,回购率很高,然后直接进行开价。

以上三种开价策略见图 2-20 总结。

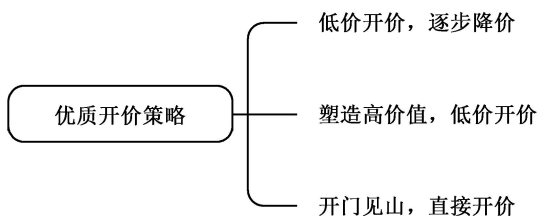


图 2-20 优质开价话术的策略

5. 六种方式开价上款

本小节提供六种常见的开价上款的模板。值得注意的是,话术是一门艺术,每个人都有自己的模板。新手主播们需要通过深入了解其中的技巧,加以实践,逐渐形成属于个人风格的独特话术。如图 2-21 所示,六种开价的话术。

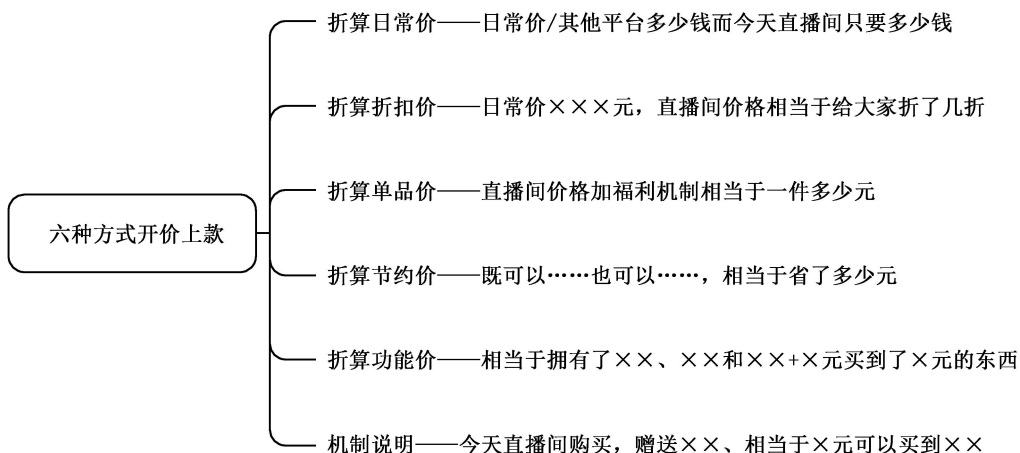


图 2-21 六种方式开价上款

(1) 折算日常价

通过将产品的价值与日常价格相比较,主播在开价时告诉观众,今天在直播间能够购买到原本日常价为 399 元的连衣裙,而现在仅需 199 元。这种方式强调观众若错过今天的直播,则无法再以如此划算的价格购得这款连衣裙。

(2) 折算折扣价

将日常价格和直播间价格相比较,再折算相当于打了多少折。这种开价方式旨在突出产品的高价值和超高性价比,强调只有在直播间才能享受到如此高性价比。

(3) 折算单品价

将直播间价格与福利机制相结合,告诉观众一件商品相当于多少钱、适用于价格一目了然的商品,注重定点互动,通过讲解产品和福利机制来进行开价。

(4) 折算节约价

强调购买产品既能实现怎样的效果,还可以省下多少钱。适合销售多功能商品,如多功能烤箱和榨汁机等电器,通过折算节约的方式进行开价。

(5) 折算功能价

强调购买产品相当于同时拥有了什么和什么,通过多功能性来吸引消费者。适用于多功能产品,例如美容仪和电器等,通过折算功能价进行开价。

(6) 机制说明

介绍在直播间购买物品并有赠品,相当于多少钱可以买到什么。适用于组合售卖,如粉底液加粉饼的搭配销售。这种方式通过机制说明来进行开价。

(三) 优质开价话术的案例拆解

示例

裙子 S 码是 105 厘米长,从 S 码到 XL 码每个尺码的延长一厘米,像这一块(给到你们)是可以全部能够去打开的,它是一个一片式的,希望你们去穿会更加好看一点;面料很舒服;袖子这一块版型,它是一个整条连衣裙的灵魂所在,因为袖子不能做得很大,如果你做得很大,你穿着就没那么好看了,它就不够精致。面料是带一点小微弹的哦,姐妹们,正常肩,里面是没有加垫肩的哦,我穿的是个小码 S 码。后面这一块是有一根腰带的,腰带是从这里穿过来,绕过来这里系一圈。很简单的哦,姐妹们。你们有肚子的女生,哎我们吃饱饭,胃比较撑,没有关系,它穿起来很舒服。连衣裙哦姐妹们,一号链接,来,我们昨天炸了是吧?今天给你们再炸一波!今天这一波是多少米的价格呢?听好了,1 399 元是我们的吊牌价,是不是?今天直播间给到大家开多少米?本来定价是 239 元钱,239 元这条连衣裙不过分吧,是不是?直播 199 元钱不要!给你们炸一波跟昨天一个价格,179 元钱开价!一号链接刷新去拍,179 元钱

品牌直播间一条连衣裙。

拆解

首先,主播在谈论裙子的面料、版型、腰带等方面的内容时,实际上在为商品进行价值塑造。重要的是,她是通过利他的思维方式,如这句“姐妹们,你们有肚子的女生,我们吃饱饭,肚子比较撑,没有关系,它穿起来很舒服也很显瘦。”从观众的角度出发,对产品的价值进行了有针对性地介绍。

接着,当价值塑造完成,观众对这条裙子的原价有了较高的期望时,主播开始介绍吊牌价。她强调吊牌价是1499元,然后突然宣布今天的特价,本来定价为239元,还强调今天199元都不要,今天直接降到179元开价。这个过程通过逐步降价,从高到低,将观众引导到最终售价,实现了对商品的成功销售。

四、话术丰富锦囊

作为一名新手主播,除了学习上述的开场、转款、开价话术外,初步了解如何通过丰富话术词汇来表达产品价值也是重要的一方面。如今,随着直播行业的竞争日益激烈,仅凭产品介绍、喊麦和娱乐元素往往难以在激烈的直播竞争中脱颖而出,用户对主播的期望也逐渐转向更注重精神层面的体验。因此,提升口语表达能力,增强在直播间的文化内涵显得尤为重要。带货主播需要注重提升自身口才,使语言更为准确、生动,能够深刻而精佳地传达产品信息。此外,在直播环境中培养自身文化韵味也是至关重要的一环。通过丰富的文化知识和深度地思考,主播能够在直播过程中展现更为独特的一面。

更为详细的塑品话术学习内容放在本书第二阶段的章节中。而在本节中,我们将深入研究如何丰富话术词汇量,提升主播的表达能力和沟通效果。通过掌握精准的词汇和富有创意的表达方式,主播们将能够更好地与观众建立连接,使直播带货过程更加生动和引人入胜。随着话术词汇量的不断充实,主播们将更具表现力,为观众呈现更引人入胜、更具说服力的直播体验。

(一)丰富话术词汇量的策略

本节主要借助美食类、美妆类、日化类产品,研究丰富话术词汇量的策略。新手主播可以熟词于胸,以备词穷时可以灵活运用。

1. 丰富美食类产品话术词汇的策略

为了丰富美食类产品直播的词汇,新手主播首先可以去学习美食的文化背景,如了解该菜系的起源,为观众呈现一场美食历史的光彩旅程;挖掘食品品牌的历史和传承,了解品牌的创立故事、独特制作工艺或传统秘方,向用户传递出更多的品质和信

任感,从而提升产品的吸引力。

此外,对美食产品的价值塑造是最重要的一环,具体可从美食产品的外观、口感、味道、适用人群等方面展开。图 2-22 为美食类产品。以下提供这四个方面的常见词汇。



图 2-22 美食类产品

(1)外观

词语:好看、美丽、美观、艳丽、雅观、精致、精美、华丽、尊贵、便捷、友好、实用、大气、珍贵、怀旧、复古等。

成语:五颜六色、晶莹剔透、小巧玲珑、玉盘珍馐(珍贵稀有的美食)、严严实实、别出心裁、八珍玉食(精美的食品)、垂涎欲滴、色泽光亮、色泽鲜亮、光彩夺目、食指大动(指美味可吃的预兆)、朴实无华、美轮美奂等。

(2)口感

①软:细腻、柔软、松软、Q弹、绵密、酥松、软糯、软和、筋道、韧性、嚼劲、棉花糖般柔软、热腾腾、软软糯糯、香甜软糯、骨软筋酥、酥松软糯、柔腻松软等。

②脆:爽口、酥脆、劲道、香脆可口、甘脆爽口、酥脆可口、咔滋咔滋、干巴利落、柔筋脆骨、薄脆爽口等。

③嫩:玉盘珍馐、珍馐美味、秀色可餐、饕餮大餐、凤髓龙肝、爽滑酥嫩、肉汁四溢、鲜美多汁、口感丰满、回想悠长、软嫩滑爽、入口即溶、入口即化、酥脆香口、外焦里嫩、香脆可口、甘脆爽口、清爽可口、嫩滑爽口等。

(3)味道

①甜:回甘、香甜、浓密、甜蜜蜜、香甜软糯、香甜可口、甜香四溢、甜甜蜜蜜、新鲜甘甜、甜蜜无穷、酸甜可口、甘甜爽口等。

②辣:给力、够呛、够辣、麻辣、香辣、火辣、爆辣、劲辣、酷辣、爽辣、甜辣、火辣辣、

辣乎乎、热火朝天、鲜香麻辣、油而不腻、麻辣鲜香等。

③香:咸香、醇香、唇齿留香、口齿留香、色味俱佳、垂涎欲滴、垂涎三尺、八珍玉食、其味无穷、余味无穷、回味无穷、脍炙人口、津津有味、色香味浓、美味佳肴、香味扑鼻、香飘十里、浓香四溢、芳香四溢、珍馐美味、沁人心脾、沁人肺腑、山珍海味、香飘十里、殊滋异味、意犹未尽等。

(4)适用人群

①青年:嘴馋、必备零食、刺激、精神抖擞、补铁、补钙、补充营养、蛋白质、优质蛋白、脂肪酸、生长发育、促进脑细胞、改善大脑反应力、调理作息、骨骼发育、补充水分等。

②中年:减肥、抗癌、卫生、胶原蛋白、熬夜、压力大、工作忙碌、三餐不定、暴饮暴食、无法准时用餐、脱发、健身、全麦、低脂、以备不时之需、抗氧化剂、应酬、疲惫、烟瘾、提高精神、精力旺盛、增加体能等。

③老年:软糯、绵密、松软、不粘牙、营养、健康、易消化、肠胃蠕动、骨质疏松、补充营养、微量元素、降“三高”等。

另外,使用古诗词也可以为直播间营造浓厚的文化氛围,增加观众的审美感受,这有助于提高直播内容的艺术性和文学性。

(5)古诗词

春盘得青韭,腊酒寄黄柑。——苏轼《元祐九年立春》

雪沫乳花浮午盏,蓼茸蒿笋试春盘。——苏轼《浣溪沙》

稻米流脂姜紫芽,芋魁肥白蔗糖沙。——权邦彦《乐平道中》

黄橙调蜜煎,白饼糝糖霜。——耶律楚材《西域河中十咏 其十》

扶南甘蔗甜如蜜,杂以荔枝龙州橘。——李颀《送刘四赴夏县》

青杏黄梅朱阁上,鲊鱼苦笋玉盘中。——王琪《忆江南·柳》

露碗涵醇醴,冰盘饷美瓜。——刘敞《同持国过江上新作池亭三首·其一》

白牂羔羊,玉雪如双,月饼黄金似。——夏言《感皇恩·其二·中秋日恭述》

桂花香馅裹胡桃,江米如珠井水淘。——符曾《上元竹枝词》

2. 丰富美妆类产品话术词汇的策略

新手主播若要拓展美妆类产品直播的词汇,首要步骤是深入了解推广品牌的历史和品牌文化,通过挖掘品牌故事、创立初衷和核心价值观,传递产品的独特性和品牌文化。同时,学习美妆行业的流行趋势、专业术语,能够提升主播对产品的解读能力,增强直播内容的专业性。图 2-23 为美妆产品,美妆产品非常适合直播销售。



图 2-23 美妆产品

对美妆产品的价值塑造则可以从包装、质地、上脸效果、具体成分方面进行。

(1) 包装

①词语：好看、美丽、美观、艳丽、雅观、精致、精美、华丽、尊贵、奢华、小巧、便捷、友好、实用、大气、可爱、复古、国风、韩范、端庄、科技、质感、分量、光滑、磨砂、仪式感等。

②成语：五颜六色、晶莹剔透、小巧玲珑、严严实实、别出心裁、色泽光亮、色泽鲜亮、光彩夺目、朴实无华、美轮美奂等。

(2) 质地

①护肤：清爽、保湿、细滑、舒适、细腻、柔软、温和、轻薄、强韧、绵密、水凝、无硅感、嫩嫩的、吸收、水油分离、润而不油、润而不腻、顺滑如丝、质地绵软等。

②彩妆：轻盈、轻薄、粉感、滋润、细腻、水润、哑光、绵密、柔软、柔滑、柔韧、丝绒、丝滑、浓郁、舒适、软糯、柔润、软绵绵、羊绒质地、薄如蝉翼、细腻润滑、细腻璀璨、天鹅绒般细腻触感、如生巧般丝滑等。

③卸妆：润滑、丝滑、水润、溶解、清爽、轻薄、温和、纯天然、冰激淋质地、土豆泥质地、不油腻、不糊眼、不辣眼、滴滴臻萃、细腻光泽、润而不油、油而不腻等。

(3) 上脸效果

①护肤：透亮、通透、修复、奶油肌、牛奶肌、灵魂成分、双效焕新、改善混油、亲和肌肤、水油平衡、净澈焕肤、以水补水、高能净润、加乘保湿、黑科技、肌肤焕新、由内而外、肌肤新生、双重功效、高能焕肤、改善粗糙、净澈透亮、抛光提亮、淡斑美白、焕白保湿、高保湿、嫩肌肤、淡纹路、提轮廓、无负担、滋养肌肤、加强修护、抗皱紧实、淡化纹路、紧实丰盈、修护肌肤、丰弹紧致、层层修护、至润滋养、保持平衡、饱满嘭弹、充盈紧

致、细腻肤质、淡纹抗皱、提升抵抗力等。

②彩妆:干净、服帖、自然、原生、温柔、柔亮、显白、光泽、持妆、透气、控油、融肤、丰盈、华丽、复古、慵懒、深邃、均匀、成膜、不假面、不拔干、不晕妆、会呼吸、易成膜、好延展、易贴合、收轮廓、塑五官、平凹陷、服帖瓷实、一抹柔焦、自然无暇、点睛之笔、画龙点睛、饱满立体、深邃高级、精雕骨相、迷人诱惑、浪漫梦幻、优雅气质、雅致交融、自信美丽、无限魅力、随性日常、温柔底色、色彩碰撞等。

③卸妆:滋养、清洁、纯净、高品质、纯天然、通毛孔、祛油脂、养肤精粹、滴滴臻萃、改善肌肤、以油锁水、以油养肤、以油溶油、净澈通透、清洁毛孔、放松愉悦、净爽水感、清透润感、舒缓锁水、稳定肌肤“小情绪”、SPA 级别等。

(4)具体成分

①美白淡斑:谷胱甘肽、烟酰胺、维生素 C、熊果苷、传明酸、低聚原花青素、曲酸、水杨酸、光甘草定、果酸、积雪草、维生素 C 衍生物、对苯二酚、抗氧化剂、壬二酸、亚油酸等。

②保湿舒缓:尿囊素、水杨酸、甘油、神经酰胺、红没药醇、丙二醇、泛醇、细花含羞草树皮提取物、积雪草提取物、甘草酸二钾、金盏花提取物、百花黄春菊花油、芦荟、金缕梅提取物、玻尿酸、玻色因、海藻糖、油脂类成分、修复性成分、吸湿性成分、多元醇类、透明质酸、3 肽-32、二裂酵母发酵溶胞产物等。

③清洁:表面活性剂、防腐剂、活性添加剂、磨砂膏、皂基、保湿剂、月桂酰谷氨酸钠、月桂酰肌氨酸钠、水溶高分子、抗氧化剂、去角质颗粒、透明质酸、脂肪酸、海藻提取液、羊毛脂、脂肪醇、橄榄油、角鲨烷、矿物油脂、脂肪酸酯等。

3. 丰富日化类产品的话术词汇策略

日化用品是指日用化学品,是人们平日常用的科技化学制品,包括洗发水、沐浴露、护肤、护发、化妆品、洗衣粉等。拓展日化用品直播词汇,可以从科技提升生活品质、生活与家居、生活与环保等方面进行丰富。如果产品采用了某项先进技术,则凸显“为生活注入科技的便利”的理念;如果产品主要功能在于提升家居生活品质,则让用户感受到产品在日常生活中的实用性;如果产品的环保特性、可持续性突出,则强调环保生活方式;等等。

日化用品如图 2-24 所示,对于日化品的价值塑造则一般聚焦于使用感受、使用效果、适用场景方面。

(1)使用感受

①触觉:舒适、舒服、适宜、厚实、细腻、柔软、柔韧、亲肤、绵柔、温和、强韧、光滑、防滑、全棉、纤维、纹路、无致敏、不变形、天然不刺激、蓬松舒软、柔厚、水润温和、质地



图 2-24 日化用品

清爽等。

②嗅觉: 清香、清新、清冷、雅韵纯净、茶香、花香、果香、清新净味、干净清纯、馥郁芬芳、清香四溢、芳香扑鼻、沁人心脾、丰厚绵密、花团锦簇、鸟语花香、春暖花开、春光明媚、群芳吐艳、莺歌燕舞、如痴如醉等。

③体验: 轻松、奢华、淡雅、安心、幸福满满、轻松愉悦、愉悦身心、心旷神怡、妙不可言、骨软筋酥、万籁俱寂、安心温暖、自然体香、明媚干净、明快、活力四射、通透自然、除垢清洁、深度清洁、配方温和、隔离细菌等。

(2) 使用效果

①清洁: 干净、洁白、清香、亮白、防霉除菌、除味增香、高效去污、有效清洁、亮白修护、轻松呵护、深层渗透、清新空气、焕然一新、光亮如新、安全去污、不留痕迹、效果明显、配方温和、天然养护、好用省心等。

②洗护: 香味四溢、香气扑鼻、馥郁、芳香、保湿滋养、轻松护理、去屑止痒、控油滋润、蓬松顺滑、清爽飘逸、柔嫩、沉静式体验、增强肌肤屏障、高级感、改善肌肤、紧致毛孔等。

(3) 适用场景

①日常: 随身携带、方便、快捷、便利、便捷、顺便、简单、容易、快速、幸福感、闲暇、优游自在、闲情逸致、日常使用、随时随地、即刻、任何时间、任意地点、沓沓晃晃、犄角晃晃、办公小憩、休闲宅家等。

②馈赠: 定制、高端、温馨、大气、品位、高调、格调、极致、聊表寸心、物薄情厚、精妙绝伦、桃李之馈、无价之宝、奇珍异宝、绝无仅有的一份情谊、深情厚谊、心心相印、情同手足、志同道合等。

(二) 丰富话术词汇量的案例拆解

1. 丰富美食类产品话术词汇的案例

示例

你可以在这里买一单东方甄选的大米,请你感受一下大米煮熟了之后,或者蒸熟了之后,家里餐厅里飘出的香味儿。炒一些家常的菜,土豆丝儿,麻婆豆腐,尖椒炒肉,就是那些非常简单而又让人愉悦的食物,你发现你一次可以吃很多很多。……后来到了大城市你奔忙,你偶尔也会去参加一些所谓重要的饭局,迎来送往。食物都很贵,酒也很贵,但你每次吃的都不怎么舒服,你发现你饭量也变差了,你睡眠也不怎么好……于是还是怀念,怀念回到家里蒸的东方甄选的稻花香大米,香气扑鼻,回甘香甜,真的香,好山好水出大米。一个特殊的神奇,就是大自然的鬼斧神工,就是那样肥沃的黑土地,那样温度晒到正好阳光和水,所以能够在稻子开花的时候很好的灌浆,昼夜的温差也正好。一切都是巧合,没有巧合怎么会相遇,你怎么会鬼使神差地点到这个直播间里,听了几分钟都没走,试一单这个大米朋友们。董宇辉的直播间如图2-25所示。



图 2-25 董宇辉的直播间

拆解

董宇辉的这段直播话术巧妙运用了情感表达和生动描绘,引发了用户对家常美食和自然生活的情感共鸣。首先,他运用对食品的嗅觉描述,使得观众仿佛闻到了大

米煮熟后的香味;其次,巧妙地切入大城市生活的疲惫,唤起了观众对回归自然、宁静生活的向往;最后,着重体现了带货产品的价值塑造,对东方甄选大米的品质与自然属性进行了突出强调。整段话的文风十分具有画面感和韵味,可见主播本人的文化底蕴。看一场直播仿佛步入一场读书会。整体而言,这段话术通过综合运用情感共鸣、味觉刺激、品质强调和生活场景刻画等手法,从而进一步引导观众产生购买欲望。

2. 丰富美妆类产品话术词汇的案例

示例

大家有没有注意到,夏天的粉底液比冬天的暗沉得更快,夏天出油量会比较多,油脂氧化过后,就会变成黑黄色,所以你的脸才会看着暗沉。白天使用抗氧类的精华是很好的选择。还有一点大家会忽略掉,就是抗糖,特别是都市白领、都市丽人,熬夜加上管不住嘴的饮食,确实是会造成糖化反应。所以你的脸会暗黄,慢慢地松弛。对于护肤品,尽量选择具有抗糖功效的。如果你有这些需求,早上是非常适合用双抗的——抗糖加抗氧,然后要再配一支好用的防晒霜,这样搭配短期内去黄的效果是很快的。第一次用先按压瓶盖摇晃瓶身进行,一定要激活充分融合。它是凝露质地,推开很清爽。油性皮肤很喜欢这个质地。我是油性皮肤,每次差不多用两泵。夏天可以直接用完它就上防晒霜。后续还是要加一点面霜,吸收完它是清透滋润的。这种凝乳质地,推开之后是轻薄的润,但是不油。记住 a 醇是放到晚上用。精简护肤的话,我觉得夜间一支精华液就够了,后续再上一个清爽的乳液或者是面霜就可以了。吸收完之后脸真的很软,第二天起来更软。如图 2-26 所示,主播在介绍美妆产品。



图 2-26 博主豆豆_Babe 对美妆产品的介绍

拆解

该段对美妆类产品的描述,先从“夏天的粉底液比冬天的暗沉得更快”的现象讲起,再对其进行解释。其中用到美妆行业的一些术语,如“油脂氧化”。主播还提到了带货产品的适用人群——都市白领、都市丽人。产品的功效是抗糖,质地是凝露,推

开清爽,吸收完后脸很软。这些描述综合在一起将产品介绍得十分详细、具体,种草效果十足。

3. 丰富日化类产品话术词汇的案例

示例

过年家里人多,纸用着也费,你就得趁着维达有新品尝鲜价的时候多买点。这一大包里面有 20 卷,然后每一卷都是实心的,看,比我胳膊还粗,这款纸主打的就是羊绒质感,用起来特别舒服、很绵软,但是绵软中还带着韧劲,你看这个纸真的很厚实,跟我们平常用的卫生纸不一样。图 2—27 为销售卫生纸的直播间。



图 2—27 卫生纸带货

拆解

这段直播话术通过生动的描述和实用的场景引导,成功突出了产品的特点和优势。首先,通过强调过年家庭聚会,点明了需求场景,为后续的产品介绍做了铺垫。其次,以维达新品尝鲜价作为切入点,激发了观众的购买欲望。对产品进行详细介绍时,突出了新品 20 卷、实心设计的特性,用直观的比喻描述纸张的厚实度。最后,通过强调羊绒质感、舒适绵软和韧劲,进一步突出产品的品质与使用体验,塑造了其产品价值。

项目三 主播表达表现



项目任务操练:面对镜头开启零食类带货直播

经过一段时间的上岗直播后,新主播们对上播过程中的直播话术已经非常熟悉。为了进一步提升直播间的氛围、打造更有情绪化的直播间,接下来我们就要对我们的表情、声音、动作进行专项化的提升和锻炼,以提升主播的镜头感和表现力。



项目任务书

项目三任务书的内容见表 3—1。

表 3—1 项目三任务书

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
知识目标	(1)主播镜头感的提升方法 (2)直播过程中的面部表情和肢体动作标准 (3)提升感染力常用的方法		
技能目标	(1)掌握产品卖点的快速凝练能力 (2)属性食品类直播间的节奏		
素养目标	(1)提高主播镜头感 (2)明确重音对于介绍产品的重要性 (3)掌握直播过程中的面部情绪表达		
项目任务书描述	(1)语速和节奏的控制视频录制 (2)面部表情与所传达信息匹配视频录制 (3)眼神定力视频录制		
学习方法	(1)动手实践 (2)对标账号学习		

续表

理论学时	2 课时	实操学时	4 课时
所涉及的专业知识	(1)主播话术节奏的调整 (2)主播声形体表的展示 (3)直播过程中表情与动作的协调		
本任务与其他任务的关系	本任务为主播正式开播前的核心任务,只有具备优秀的话术撰写功底,才能保证上播过程中结合用户需求把直播间产品和福利价值最大化		
学习材料与工具	对标直播间 1 间		
学习组织方式	全部流程以个人为单位组织,完成整个作业的所有内容		



项目指导书

完成本项目全部任务的基本路径见图 3—1。

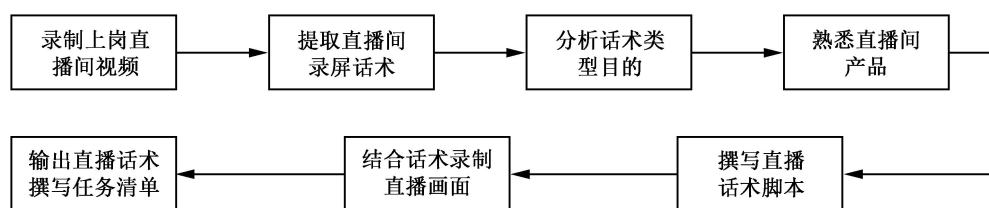


图 3—1 完成任务的基本路径

第一步:发声技巧的练习。

(1)呼吸练习。通过深呼吸和缓慢呼气来控制气息,使声音更加稳定。

(2)声带热身。进行简单的声带热身练习,如轻声哼唱、元音发音等,以预防声带疲劳。

(3)音调控制。练习不同音调的发音,包括高音和低音,以增强声音的灵活性和表现力。

(4)语速和节奏控制。控制语速和节奏,使讲话更加流畅、自然。

(5)声音强度控制。练习不同强度的声音,以适应不同的场合和观众群体。

(6)情感表达:练习用声音表达不同的情感,如喜悦、悲伤、愤怒等,以增强声音的感染力。

(7)录音和回放。录制自己的声音,并仔细倾听回放,找出需要改进的地方,不断练习和提高。

示例

安修泽油橄榄精华介绍

这是个口碑爆好的东西啊,你们就上网随便搜一搜,应该都能搜到几万条的好评。安修泽油橄榄精华,我觉得它就跟“佛跳墙”一样,就是啥好东西都跟不要钱一样往里加。这个东西呢,它就像是你们皮肤问题的一个总闸门,就你啥时候涂,你脸上的问题就啥时候拉闸,戛然而止。听好了,如果脸上长痘,包括但不限于那个成片成片一茬一茬往外冒,你们就每天晚上涂这个啊,痘子下去得快,而且不容易留痘印。

尝试寻找话术里的重点,用重音去强调,不是重点的,可以用缓和,轻松的语气去讲解。

第二步:语速和节奏的控制练习和视频拍摄。

(1)快——催下单的时候

朋友们没付款抓紧去付款了。我们还有 30 单,还有 20 单,还有 10 单,没了。没付款抓紧去付款了,要不然清出来了来,来,54321,下架!

(2)慢——讲产品的时候

“这件连衣裙我们采用的是真蚕丝,并且给大家做到了立体剪裁,所以上身会非常显瘦。”

(3)高——提问题,讲重点的时候

有没有想要这款产品的朋友?有没有冬天脸上干燥起皮的朋友?有没有和主播一样是过敏肌,有没有脸上经常长痘痘的宝宝?

(4)低——转品

比如说,我很快的,54321 上架,讲完了,很快很快……OK,好,接下来给大家看下一个产品,喜欢直播间的朋友我们可以点一下关注,我们下一款产品就是大家期待已久的……

(5)强弱——形容词副词强,名词弱

这个产品真的非常好用,真的太好用了!

“非常”和“太”读出来要强,“产品”读出来相对较弱。

读者可作业一参考以上快、慢、高、低、强弱 5 种场景,进行练习并录制 1 段包含着 5 种语速的视频。话术可自行设计。图 3-2 为发声练习的生理原理图。

第三步:提升面肢表现力练习。

(1)观察和模仿。观察优秀演员或演讲者的面部肢体表现,并模仿他们的表情和动作。

(2)情感表达。通过面部表情和肢体语言来表达不同的情感,如喜悦、悲伤、愤怒等。

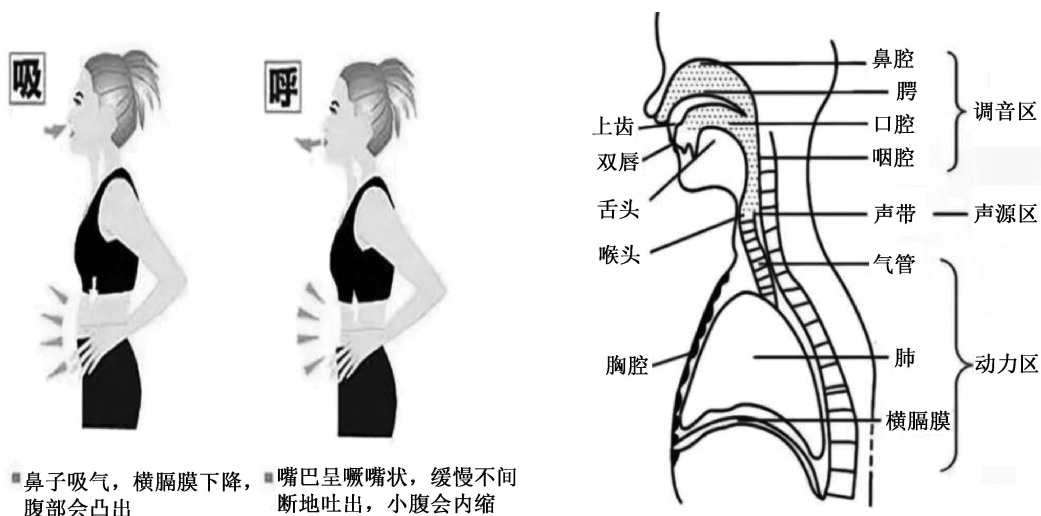


图 3-2 发声练习的原理

(3)角色扮演。选择一个角色,并通过面部肢体表现来展示这个角色的性格和特点。

(4)视频录制。录制自己的表演,并观察自己的面部肢体表现,找出需要改进的地方。

图 3-3 是网上面部和肢体练习的图片,读者可参照练习。



图 3-3 面部和肢体练习的参考图片

第四步:面部表情与所传达信息匹配视频录制。

(1)打招呼

hello,大家好,欢迎来到我直播间,我是主播小唐。

(2)求关注

新来的朋友们给我们直播间点点关注,你帮我点关注,我下次帮你找更好的产品,谢谢大家。我是新主播,请大家支持一下我,谢谢。

(3)求点赞

朋友们现在点赞,我们大家一起连击屏幕就可以点赞了,点赞到10万,给大家来一波宠粉的大福利。朋友们像我这样连击屏幕就可以咯,一起点点赞吧!

(4)领福袋

左上角的福袋还有三分钟就要开了。朋友们,这个福袋大家一定要领一下,我们看一下迪奥的99元口红1支,现在只有十几位朋友领了,您抓紧去领一下,免费的,赶紧啦。朋友们,还有三分钟,千万不要离开直播间,离开直播间,可能这个福利就没有了。

读者可参照主播四件套示范,录制一段视频,包括打招呼、求关注、求点赞、领福袋4个环节。练习丰富的面部表情,使面部表情与所传达的信息相匹配,更好地与观众建立情感链接。

第五步:提升镜头感练习。

(1)寻找最佳拍摄角度。主播需要不断尝试不同的拍摄角度,找到最适合自己的角度,从而展现自己最美好的一面。

(2)练习眼神交流。主播需要与镜头进行眼神交流,展示自信和真诚,增强与观众的互动。

(3)注意肢体语言。肢体语言是主播与观众交流的重要方式之一。主播需要注意自己的肢体语言,如站立姿势、手势、眼神等,使其更加自然且富有表现力。

(4)利用道具和背景。主播可以利用道具和背景来增强自己的表现力,如使用鲜花、书籍等道具,或者选择一个富有吸引力的背景。

(5)练习放松和自信。主播需要在镜头前保持放松和自信,避免紧张和不安,从而更好地展示自己的魅力。

(6)观看自己的直播视频。主播可以观看自己的直播视频,了解自己在镜头前的表现,找出需要改进的地方,不断练习和提高。

第六步:录制视频练习眼神定力。

图3-4中眼神定力练习的图片,读者可边讲述下段文字,边进行眼神定力练习。

为什么有的人一开口如春风拂面,令人心旷神怡,但是有的人一开口,却是秋风瑟瑟,万物凋零,让人退避三舍。不是我们说话水平有差距,而是被忽略的口腔异味,无形中给我们的形象加了一层滤镜。口腔异味产生的原因,是牙缝里的食物残渣产生的坏菌滋生、发酵,导致口腔群失衡。要想改善这个问题,还是得做好口腔清洁,尤其要选择一款能调节口腔菌群的牙膏。我们常用的普通牙膏要么是用香精来掩盖异味,要么只含单株的益生菌,刷完之后难闻味道还是挥之不去。

读者可参考以上话术,录制一段眼神定力视频,文案也可自己撰写。



图 3—4 眼神定力练习

第七步:整体形象的提升。

(1)服装搭配。选择适合自己的服装,注意色彩、款式和材质的搭配,以展现自己的个性和魅力。

(2)妆容造型。根据自己的脸型和肤色选择适合的妆容和发型,注意细节的处理,打造出精致的形象。

(3)直播环境。保持直播环境的整洁和舒适,选择一个合适的背景,并注意灯光和声音的控制,为观众提供良好的观看体验。

(4)观众互动。积极与观众互动,回应观众的提问和评论,建立良好的观众关系,提升观众的信任 and 好感。

图 3—5 是一个成熟主播的整体形象设计。



图 3—5 注重整体形象、保持积极互动



项目任务评价标准及评分表

表 3—2 为本项目任务评价标准及评分表。

表 3—2

项目任务评价标准及评分表

项目任务	评分标准	分值	得分
语速和节奏的控制 视频录制	了解语速快、慢的话术场景,语速和节奏应匹配撰写的话术	10	
	应用直播节奏与场景实时结合,话术过渡自然流畅	10	
	视频录制内容中,快语速和高声音与慢语速和低声音比较有明显对比	10	
	整段录制视频,有应用高、低、快、慢、强、弱六种全部节奏	5	
	在快节奏和高声音录制过程中确保吐字清晰	5	
面部表情与所传达 信息匹配视频录制	眼睛平视镜头,瞟向其他地方次数不超过 3 次	10	
	表现主播四件套时,每一步面部表情和情绪输出有变化	10	
	表现主播四件套时,每一步都有对应肢体动作	10	
眼神定力练习 视频录制	眼睛平视镜头,无瞟向其他地方	10	
	掌握语言信息表达内容和眼神匹配,引导观众注意所表达的内容	10	
	录制的视频、话术或故事有头有尾,完整度高	10	



知识准备

项目二中我们学习了怎样为直播撰写话术,那么如何将话术进行表达与表现就成为我们接下来要思考的话题。本项目从声音掌控力、直播镜头感、面肢表现力、个性感染力这几个维度展开,提高新手主播的表达表现力。

一、主播声音掌控力

语言,伴随着人类的诞生而产生,是在人类相互交流过程中使用最为频繁、最为便捷的信息传递方式。运用有声语言所进行的人际交流与信息传递的方式即为有声语言表达。

(一)开嗓练声方式

1. “中”的美学原则

创作主体的口腔控制、用气发声、共鸣控制、弹性变化、内外部技巧运用等方面都要遵循“中”的美学原则,中规中矩、合情适度,进而生发出“美”。

2. 口部操练习

口部操是一种通过练习吐字器官进行无声活动,旨在唤醒沉睡的肌肉群,使其灵活有力地参与积极发声,帮助解决唇的发音不到位、吐字不清晰,以及声音不响亮的问题,一般包括上下颌的开闭、唇的展撮,以及舌的伸缩转动等几项练习,其中以唇舌的训练为主。口部操是提高发音能力的一种有效训练方法,也可作为发音前的准备活动。口部操的练习过程见图 3—6(a)(b)(c)。



图 3—6(a) 口部操 顶舌



图 3—6(b) 胸腔共鸣练习“嘿哈”



图 3—6(c) 唇部口部操 双唇打响

3. 气息控制练习

气息在表达中十分关键,它实际上是声音的支撑系统。当气息不足时,言语会显得无力,听者也容易感受到缺乏生气,给人一种疲惫无力的印象。

学会有效地运用气息控制对于语音的良好表达至关重要。在低音呼喊等需要大声发声的情况下,合理运用气息控制,有助于避免对嗓子造成损伤。此外,熟练地运用气息还有助于使声音显得优美动听,无论是在高音还是低音时都能保持稳定。

4. 声音共鸣及张力的训练

这个训练的作用是增强腔体共振,改善声音响亮度,拓展音域。发声时,全身放松,站姿或坐姿规范。自胸口为支点,所谓“声音张力”指对声音大小、高低支点,声音同时“两头拉”,像拉橡皮筋一样强弱等收放自如的控制能力。

5. 气息的控制

进行气息练习通常是为了应对需要长时间持续快速说话的场景。然而,即使气息再充沛,长篇话语也难以一口气说完。在这种情况下,可以采用换气的方法,通过快速而有力的呼吸练习来扩大肺活量。

而补气的方式包括偷气、抢气和保持气息,可以通过朗读短小而精炼的诗歌、绕口令、散文等,进行补气练习,同时边听边读边体会。

(二) 语音声调变化

1. 句调

普通话声调的不同主要表现在调值上,因此在学习普通话时,掌握声调的调值非常重要。在读音时,不必刻意去追求某一绝对高度,只要根据自己的音域确定合理的高低比例,符合声调高低升降的调值即可。声调的调值参见图 3—7。

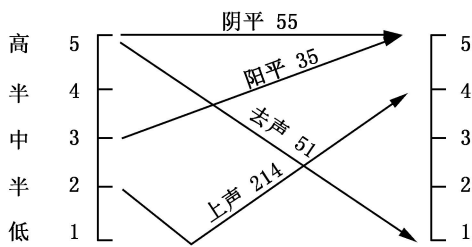


图 3—7 句调的调值

2. 语气

用语气来表达感染力,简单来说就是讲话打动人心,能引起共鸣。如果主播的讲话缺少激情、缺少抑扬顿挫,观众听完之后容易昏昏欲睡,直播效果则也会大打折扣。

(1)“爱”的语气

“气徐声柔”，发音器官宽松，用声自如，气息深长，出语轻软，给人以温和的感觉。

(2)“愉悦”的语气

“气满声高”，发音器官松弛，气息顺畅，激情洋溢，给人以兴奋的感觉。

(3)“悲”的语气

“气沉声缓”，发音器官欲紧又松，气息先出，声音后出。声音郁闷、沉静，欲言又止，给人迟滞的感觉。

(4)“怒”的语气

“气壮声威”，怒气的语气常表现为激动和愤怒，具有高亢的音调、强烈的声音，以及快速的语速。声音突显尖锐，带有愤怒和不满的情感。

3. 重音

强调重音是指为了突出某种思想感情或强调某种特殊意义，而把语句中的某些词语加以强调的音。强调重音主要有：(1)突出话语重点，能表明语意的词语；(2)表示并列、对比、呼应、递进等关系的词语；(3)表达某种强烈感情的词语；(4)表示比喻、拟声的词语；等等。

4. 停顿

在直播间中运用声音停顿可用于：强调关键信息、增强紧张感、创造悬念、表达深沉情感、思考整理语言、营造氛围和引导观众注意力。这种技巧使语言更有层次和情感，提升了直播的表达效果，同时能够吸引观众的注意力。

停顿类型包括：生理停顿、语法停顿、强调停顿、逻辑停顿（呼应性停顿、并列性停顿、转换性停顿）、特殊停顿（控制现场秩序、列举事例之前、话题转移时、观众鼓掌或发出笑声时）。结合具体语境、停顿的时间长短要适度、恰当地辅以态势语言。

(三)提高口播能力

提高口播能力，可按照图 3—8 所示方法进行练习。

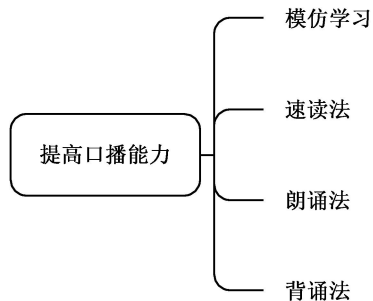


图 3—8 口播能力提高方法

1. 模仿学习

模仿是最好的老师,是一个强大的学习工具。我们大脑的功能就是通过观察他人进行记忆和学习。我们在学习主播口语表达能力时,同样可以模仿学习,学习优秀的主播是如何进行讲述的,也可以在网络上找一位演讲表达能力较强的人,关注对方说话的方式,并经常模仿练习。如图 3—9 所示,是几个比较成功的主播,可以模仿学习。



图 3—9 可模仿的主播

2. 速读法

“速读”,顾名思义就是快速地朗读,用嘴大声地读出来,锻炼口齿的灵活度。快速阅读有几个有效方法。首先,以段落为单位阅读,关注段首和段尾,找到关键词。边看示范视频边用手指强行拉快阅读速度,可以帮助集中注意力,有效提升阅读速率。其次,拓宽视野,用小卡片遮住文字的一部分,通过余光阅读,长期练习有助于快速阅读。再次,带着问题去阅读,与文字互动,提高注意力和速读效率。最后,把握阅读节奏,视情况快慢有度。注意不要因未一字一句读完所有内容而感到内疚,用自己

的表达快速阅读同样能理解作者的主要思想。

3. 朗诵法

朗读注重将书面文字清晰、准确地转换为有声语言,而朗诵则是更高层次的语言表述艺术,强调对文章的艺术处理,通过语速、音调、停顿等技巧,将朗诵材料转变为一种具有艺术表演性质的表达。朗诵要求朗诵者通过声音的风格化、个性化处理甚至戏剧化呈现,达到引发听众情感共鸣、赋有感染力的艺术效果。

此外,朗诵对声音的再现要求标准普通话表达,而使用方言朗诵在大多数情况下难以被接受。朗诵是一种艺术性的表演,要求朗诵者脱稿站立表达,以便更好地展现形态、手势、表情和眼神的和谐统一,增强语言的艺术感染力。

4. 背诵法

通过背诵法在脑海里多记忆一些知识,这些知识信息会在工作、学习过程中缩短查找知识点的时间。何种方法有效,则必须靠自己在学习实践过程中摸索。一是要有信心,即暗示自己“我能记住”;二是苦练,下大功夫;三是要摸索适合自己的方法。

(1) 记忆体操

每日坚持记忆练习。列夫·托尔斯泰有惊人的记忆力,他解释说自己每天早晨都要强记忆一些单词或其他内容的知识,并表示:“背诵是记忆力的体操。”

(2) 朗读背诵记忆法

朗读背诵记忆法是通过多次朗读和背诵学习材料,结合听觉、口头表达和视觉,以提高记忆效果的方法。该方法包括阅读整体内容,朗读、重复朗读、背诵,并交替运用视觉和听觉,以创造一个专注的学习环境。

(3) 覆盖关键部分记忆法

首先,浏览学习材料;其次,使用卡片或手指等方式覆盖住关键部分,努力回忆和理解被覆盖的内容;最后,验证自己的记忆准确性。通过这种方式,学习者能够加强对关键信息的记忆和理解。

(4) 交谈记忆法

通过与他人进行对话或讨论的方式来加深对学习材料的记忆。通过交流,学习者能够通过口头表达将知识重新整理和传达,加深对学习内容的理解和记忆。

(5) 谐音形象记忆法

谐音形象记忆法,是将有些知识按照其他同音汉字去理解,使原来无意义的音节变成有意义的词句,使之生动、有趣。

二、主播直播镜头感

（一）与镜头产生情绪

培养与镜头的情感联系,将镜头视为家人、朋友或爱人。例如,若你通常称呼观众为“亲爱的”,将镜头想象成爱人;若你喜欢称呼为“宝宝们”或“朋友们”,将其视为家人或朋友。通过将镜头与身边熟悉的人联系起来,降低心理压力,使对镜头的看法更自然,这有助于减轻紧张感,让表达更为自如。

（二）与镜头产生交流

在建立与镜头的情感联系后,我们要学会自然地进行交流。首先,将镜头想象成家人、朋友或爱人,以确保表达更为自然和亲切;其次,在镜头前的站位需注意,特别是脸部角度应适时调整,使直播呈现更为自然的效果;再次,项目二中提到的平视镜头原则仍然适用,避免仰视或俯视,以便建立与观众的平等关系;最后,通过不断地对着镜头练习,熟悉镜头。

（三）练习眼神的定力

1. 直视镜头的必要性

首先,直视镜头能够传递出 100%的交流感和能量场,使观众更直接地感受到主播的情感表达;其次,这种直视方式能够为观众提供更好的代入感,增强互动体验;再次,相比于其他角度,直视有助于保持更强烈的情绪表达;最后,对于真人出镜的情况,克服镜头恐惧感是必要的,而直视镜头是逐渐建立自信、降低焦虑感的有效方式。如图 3—10 所示,主播在直播始终直视镜头。

2. 练习眼神定力的方法

以下三个阶段的渐进训练有助于帮助新手主播练习眼神定力,在直播中更自如地与观众交流。

（1）镜子练习

镜子练习法是一种提高镜头表现自然度的有效方式。每天在洗漱后,面对镜子,向自己的眼睛讲述今天的计划,有助于逐渐适应对镜头的表达。图 3—11 中主播在对镜练习。

（2）视频交流

可以尝试与家人进行视频交流,注意在对家人说话时仍然专注于镜头,而非自己。通过询问家人的感受,减少看自己的倾向。

（3）短视频训练

短视频训练法对于主播而言具有重要意义。作为主播,无论是主动还是被动,拍



图 3-10 主播直播时直视镜头



图 3-11 对镜练习

摄短视频都是必备技能。在短视频训练过程中,使用单反或手机无关紧要,关键在于保持对镜头的专注。成功的短视频训练可以弥补直播的表现不佳,甚至可能使某个视频爆红,成为短视频领域的达人。通过拍摄短视频,主播可以获得多重收益,包括直播带货、广告费、短视频推广费以及星图等。掌握这一技能不仅能提高直播带货的

收益,还有望在多个领域取得成功,成为未来的 VLOG 大 V。这种全方位的训练有助于主播在多个平台上更为灵活地切换,拓展自己的影响力。

三、主播面肢表现力

(一)面肢表现力的概念与核心

表现力指完成某项具体的工作过程中所显示自身潜在能力特点的凸显和流露。首先,主播的表现力体现在语言、表情和动作三个方面,语言要丰富、代入感强,清晰地描述产品特点,并让观众理解购买的理由。表情要贴合不同场景,展现出真实的情感,使观众更有共鸣。适当的肢体动作能展现主播个人魅力,创造有趣的形象。总之,表现力关键体现在强有力的语言表达、真切的情感投入和灵活自然的肢体动作上。

其次,主播的把控能力也至关重要。在动辄几个小时的直播过程中,要能灵活调整卖货节奏、讲解时间,并把握直播间的氛围。对在线人数高低的把握决定了何时使用何种台词,使整场直播张弛有度。

最后,优秀的主播需要精心设计话术,从不同角度讲解产品,激发观众的购买欲望,最终实现商品利益最大化。

新人主播首先应确保在表达中自如自信,能够恰到好处地展现情感层次。随后,通过学习和运用面肢表现力,提升整体的主播表现力,使其在直播中更具吸引力和影响力。为提高面肢表现力,我们可以从手势、身姿、眼神和步伐四方面,做到这四点:手势要用好,身姿要挺拔,眼神要坚定,踱步要洒脱。见图 3-12 的总结,从而学会聪明地使用肢体语言,用身体来做演讲。

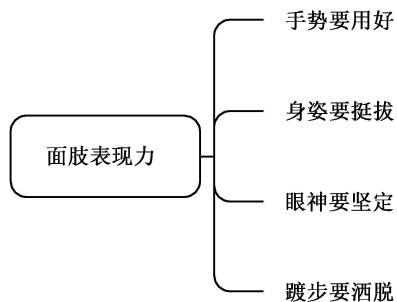


图 3-12 面肢表现力核心

1. 手势要用好

在直播间或大场合演讲时,手势的运用应该大胆、大幅度,并保持专注。尤其在演讲舞台上,与观众间存在一定距离,小幅度的动作难以被观众察觉。因此,采用夸

张一点的手势,能够更好地引起观众的关注。

然而,手势的使用要谨慎,避免分散观众对演讲内容的注意力。演讲的核心是讲述的内容,手势应当是内容的辅助,过多或凌乱的手势可能会让观众感到混乱,因此需要保持适度,确保手势与演讲内容相互协调。如图 3-13 所示,主播用手势结合讲解推销商品。



图 3-13 恰当的手势

2. 身姿要挺拔

一个人身姿不端正站在众人面前,其实在开口说话之前,形象就已经失分不少。站立时,确保双腿与肩同宽,脊柱挺直,双肩微微向后收拢,头部仰起,目光平视前方。收紧腹部,挺起胸部,分配身体重量均匀,避免身体偏斜。如图 3-14 所示,好的身姿能为主播加分。

3. 眼神要坚定

主播眼神的表达对传播力至关重要。眼神练习,关键在于展现出坚定自信的神情,与观众建立信任感。在镜子前练习时,要确保睁大眼睛,而非过于瞪视。同时,内心需注入积极的意念,给予自己一个明确的目标,使眼神表达更为有力和自然。这样的训练能够增强主播的表现力,使观众更容易被吸引和信服。



图 3—14 身姿挺拔

4. 踱步要洒脱

在舞台上,找到适当的站位非常关键,最好避免过于频繁地来回移动。作为主播同样如此,需要划定一个核心区域,保持明确的位置。若需要踱步,则应根据产品介绍的需要进行。主播作为动态元素,吸引观众的注意力,而产品作为静态元素,观众的关注点会随着主播的移动而变化。若产品细节是关键,最好在核心区停留,让观众对产品有清晰认知。若产品的展示内容较为次要,对核心区的移动则不会产生太大影响。

除上述内容之外,还有一些需要注意规避的地方。

首先,避免刻意展示虚假笑容,尤其是那种过于商业场合的强迫性笑容,如部分机舱服务员或商店导购员的表演性欢迎。观众能够辨别出这种假笑,因此更推崇一种自然、轻松、真诚的微笑,让自己感到舒适和自信。不必强求在每个瞬间都展现笑容,而是在需要时以随性自信的微笑为佳。

其次,在与观众交流时,避免仰视或俯视。通过平等的视线传达与观众之间的平等关系,这是一种机位的表现。高机位给人仰视感,低机位给人俯视感,而平视则营造出平等相处的氛围。虽然在某些特殊情境下可以运用仰视,但在大多数情况下保持平视更为合适。

最后,减少不必要的微表情,如翻白眼、撇嘴、皱眉等。这些微表情可能会导致观众对主播的内容产生误解。有时主播自己都没有察觉到,可能只是个习惯动作,因此,尽量避免展现这些不良微的表情,以保持良好的沟通氛围。

(二)面肢表现力的作用

具备出色面肢表现力的主播通常能够创造出高转化率和观众停留时间的直播间。原因很简单,出色的面肢表现力使得直播间充满活力和感染力。想象一下,当你在浏览抖音时,突然进入一个氛围热烈、富有感染力的直播间,那么,你会有怎样的感觉呢?或许会愿意停留更长时间。就像近期风靡的“咖啡你冲不冲”一样,这种强烈的氛围感染力让观众愿意在直播间中停留。站在主播的角度来看,这就意味着更多的观众停留,而停留则可能转化为实际成交,提高了直播间的转化率,实现了主播的最终目标,创造更多的收益。因此,面肢表现力是极为重要的。

(三)提升面肢表现力的方法

新手主播在提升自己的面肢表现力时需要模仿学习。首先,模仿学习是一种快速有效的方式,通过观察和模仿成功的主播,新手可以迅速掌握表情、肢体语言等方面的技巧,缩短学习曲线;其次,模仿学习有助于建立自信心,通过模仿成功主播的表现,新手可以在学习过程中逐渐培养出自信的表达方式;最后,模仿学习也有助于了解观众的喜好和期望,从而更好地满足他们的需求,提高直播间的吸引力和互动性。

综合来看,模仿学习对于新手主播在面肢表现力的提升过程中具有积极的作用。如果你不会寻找自己适合的风格,那么,可对不同风格的主播进行观察,并试图将每种风格都模仿一遍,逐渐摸索,你便知道哪种最为适合。

四、主播个性感染力

根据注意力经济学可知,在信息过载的时代,争取观众的注意力至关重要。而具有独特个性的主播更容易在竞争激烈的直播平台上脱颖而出,吸引更多关注。个性感染力对于带货主播而言,不仅是与众不同的竞争优势,也是建立稳固粉丝基础和提升销售转化率的重要因素。

(一)寻找语言特色

1. 开款时候用排比

在进行直播时,突出产品的关键亮点并吸引观众的关注是至关重要的。聚焦亮点、直奔重点,给观众以直截了当的感觉,更容易引发他们的兴趣。通过清晰表达产品的优势,营造出“顺水推舟”的氛围,让观众愿意跟随主播的引导。这种直截了当的表达方式不仅为互动提供更多机会,也能够提升观众的购物冲动。

示例

姐妹们,咱们的衣橱里能够体现魅力的衣服有很多,能够穿着舒服的衣服有很多,能够突出气质的衣服也有很多。但是,能够穿着舒服又能满足这些要求的衣服真的不多。今天主播给宝宝们上了这款衣服,你一定要入手。

2. 产品介绍用比喻

在进行产品介绍时,采用比喻的手法能够为观众勾勒出更为生动、场景化的画面,从而激发观众内心深处的购买欲望。通过巧妙的比喻,我们可以将产品的特点与观众熟悉的场景相连接,使其更容易理解与感知。就像在一部电影中,每一个产品特色都是剧情的一部分,而观众则是被带入了这个引人入胜的故事中。这种生动的比喻不仅让观众更好地理解产品,同时也为他们创造了更加吸引人的购物体验。通过情景的描绘,观众更容易产生对产品的情感共鸣,从而增强购买的欲望。

示例

姐妹们,今天这款毛衣我给大家用的是今年大热的克莱因蓝的颜色,表面还给你们加了一点点扎染的工艺。我的天呐,有没有感觉就像真的星空披在了身上的感觉。姐妹们,秋冬季别人穿着黑白灰,这款手衣你穿在身上,穿梭在人群中,你就是最吸引人目光的那个人。

3. 衔接互动用押韵

巧妙运用的押韵方式来衔接互动环节,不仅能使直播更加生动有趣,还有助于打破枯燥的氛围,为直播间注入更多活力,从而吸引更多观众参与。

示例

长江后浪推前浪,无名小卒来闯荡。天若有情天亦老,给个爱心好不好。多情自古空余恨,感谢各位来帮衬。山外青山楼外楼,我的粉丝你最牛。

4. 展示效果用夸张

运用夸张手法展示产品效果,将产品的卖点淋漓尽致地呈现给观众。通过夸张的表现形式,不仅能引起观众的兴趣,还能在一定程度上增添娱乐效果,使直播更加富有趣味性。适度夸张的手法有助于激发观众的好奇心和购买欲望,为产品创造更为引人注目的形象。

示例

太好看了吧,上嘴秒变女明星,真的。女明星拍杂志上嘴都用它。花园女主人,我的天呐,朋友们,太棒了。

如图 3-15 所示是表达力模板,结合你自己的直播间,将其融入你的话术中。通常有几个常见的情境,我们可以运用排比和比喻的手法,使得我们的观众更愿意点

赞、关注、刷新购物车,以及加入粉丝团。在设计这些话术时,尽量考虑使用押韵,让语言更加生动、有趣。通过这样的表达方式,能够更有效地吸引观众,促使他们积极参与,从而提升直播间的互动效果。大家灵活运用这些元素,能够打造更具个性和吸引力的直播间。

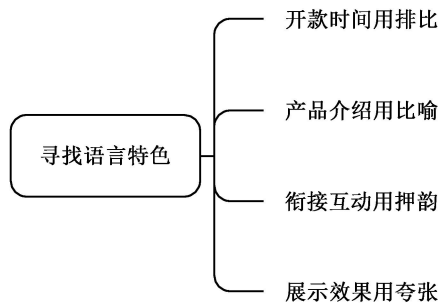


图 3-15 表达力模板

（二）寻找合适的风格

个体的表现力、运营思维程度、对产品的了解程度以及现有资源的不同,共同塑造了每个人独特的适应性。在选择适合自己的直播风格时,初期可以进行模仿,尝试不同的风格,最后便可找到最适合自己的风格。

一般来讲,主播风格包括剧本脚本型、专业讲解型、嘶吼开价型、优惠导向型、沉浸式体验型等,见图 3-16。选择符合自己喜好和舒适度的风格,用自己的语言特色和适合风格进行表达,能够更好地吸引观众。

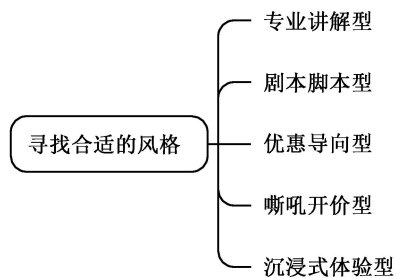


图 3-16 主播风格

1. 专业讲解型

专业讲解型主播往往对产品有着深入的理解,善于结合各种场景、观众需求和产品卖点,以清晰的语言为用户推荐产品。在直播中,观众不仅能够清楚地听到产品的介绍,甚至还能够从中学到一些有价值的知识。这种专业的讲解型风格不仅能够满足观众的购物需求,还能够提供额外的学习体验。如图 3-17 所示,专业讲解型主播在工作。



图 3-17 专业讲解型主播

2. 剧本脚本型

剧本脚本型直播的特点是在直播或短视频中采用精心设计的剧本,通过讲述故事、演绎角色、模拟情境,以吸引观众的注意力并传达产品信息。值得注意的是,剧本脚本型在抖音上得到了相当的推荐,因为平台能够更好地匹配用户的兴趣,提供更精准的流量。

这样的直播间吸引人之处在于,它不仅仅是在介绍产品,更是通过独特的话术和场景,创造出一种强烈的代入感。进入直播间的观众可能因为好奇心而留下,最终产生购买欲望。如图 3-18 所示,剧本脚本主播在工作。

3. 优惠导向型

优惠导向型主播主要通过大量的优惠、福利和特殊机制来吸引观众进行下单。想象一下,当你在一个直播间看到一面墙都是纸巾,你是否会被吸引点击进去呢? 由于纸巾是刚需消耗品,因此这种优惠导向型风格还是很有市场的。如图 3-19 所示,优惠导向型主播在工作。



图 3-18 剧本脚本型主播



图 3-19 优惠导向型主播

4. 嘶吼开价型

这类直播间通常呈现出一种高张力、嘶吼开价的氛围,引发了一时的现象级关注。然而这样的风格或许只是一个短暂的现象,而其是否能持续主要取决于主播个人的选择。如果你的目标是迅速获利并离开直播行业,或许可以考虑采用这种制造矛盾冲突、制造高张力氛围的手法,吸引观众并促成交易。然而,若你的目标是长期发展,并不建议采用这种方式。首先,这种风格对主播的嗓子非常消耗,长时间的嘶吼会对身体造成不适。其次,采用这种戏剧性强烈的方式吸引的观众通常并不天真,他们对于直播行业有一定的了解,第一次的冲动消费并不代表他们会成为长期的忠实观众。最后,我们需要思考的是,第二次会不会再来,是否会出现退费、客户投诉等问题。图 3—20 所示是一个嘶吼开价型主播。



图 3—20 嘶吼开价型主播

5. 沉浸式体验型

沉浸式体验型主播通常以展示旅游景区、度假村或商业场所为主。如可以带观众参观 4S 汽车店,展示各车型,吸引自然流量,提升店铺营业收入。这种风格在抖音

是个蓬勃发展的赛道,尤其适用于本地生活场景,如本地商家的探店直播。但要注意,一定要全面展示所有卖点的场景,如亚特兰蒂斯要展示游乐园、水上项目等,以吸引观众亲临或下单。在沉浸式体验中,充分展示各方面对引导观众产生兴趣和行动至关重要。如图 3-21 所示,沉浸式体验型主播在工作。



图 3-21 沉浸式体验型主播