

抖音电商高效自播直播 带货实战技术培训教程

八、商家主播直播选品进阶

作者：妖娆哥

2030



CONTENTS

01 直播选品底层逻辑

02 抖音电商选品渠道

03 抖音新手选品方向

04 直播电商组品策略

05 直播商品定价技巧

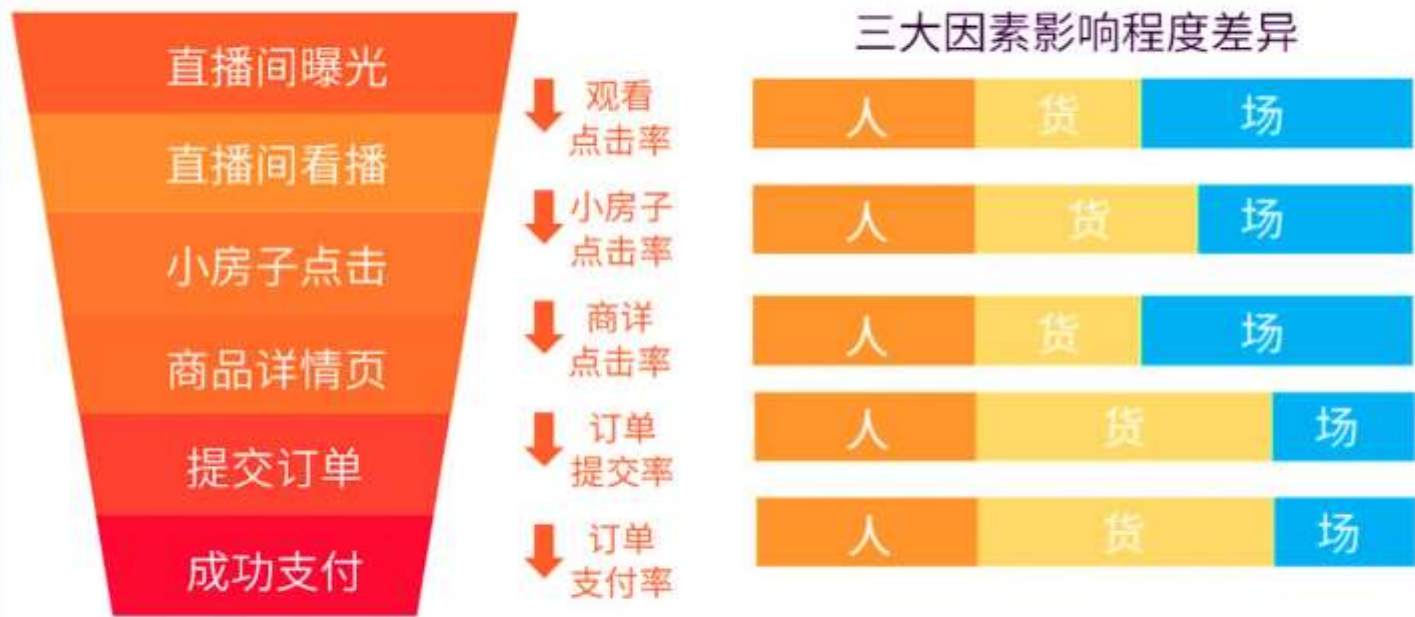
06 抖音直播排品策略

01

直播选品底层逻辑

论选品的重要性

那么一个优质的直播间，选品到底有多重要呢？



只要主播状态较好，「人」的因素在直播间是相对恒定的

促使观众进入直播间的關鍵因素往往在「场」

促使在直播间下单的关键因素往往在「货」

抖音直播间用户转化路径



完整的直播间选品流程



直播六大选品维度

用户维度

(匹配度、痒点、痛点)

01

品牌品类

(合适品类、品牌知名度)

02

店铺维度

(店铺口碑分、物流体验分)

03

产品维度

(卖点突出、差异化商品)

04

价格维度

(价格机制、赠品力度)

05

利润维度

(产品利润、其他收益)

06

选品常见的3大误区

价格越低越好?

陷入价格战误区

设置低价是要把产品的性价比体现出来，而不是简单的价格战

照搬其他平台商品?

陷入平台运营误区

平台规则和玩法不同，不能用同样的思维方式去设计产品

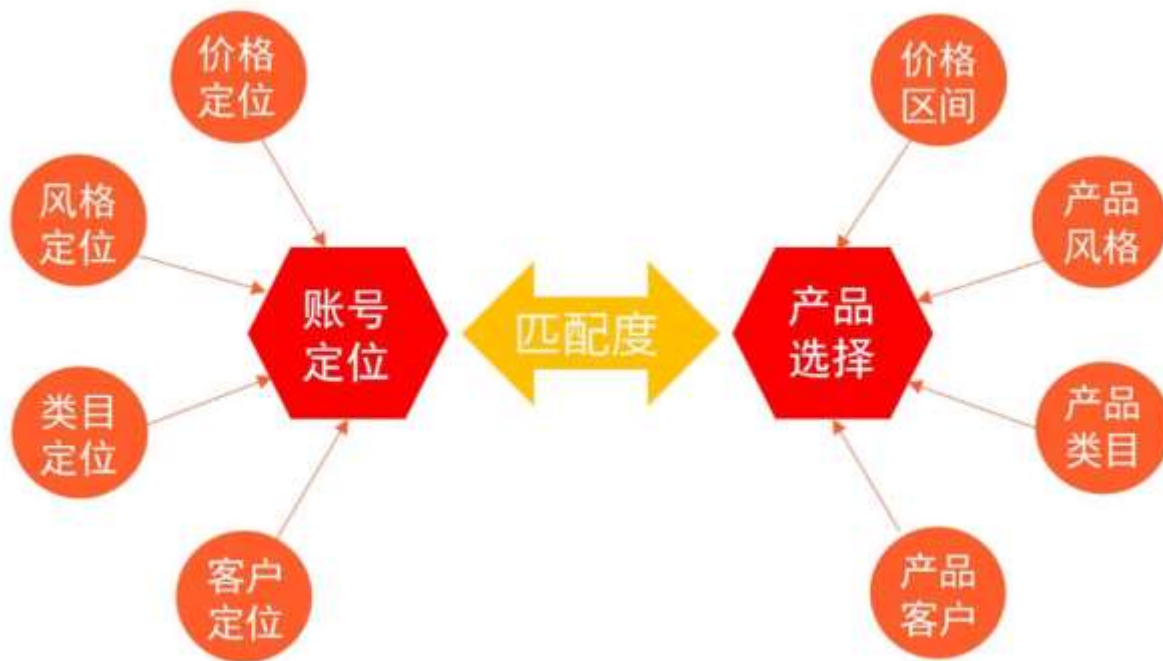
有什么就卖什么?

陷入自我经营误区

我们可以从品牌、就餐场景、餐品特色等去挖掘新和设计产品

如何根据账号定位选品

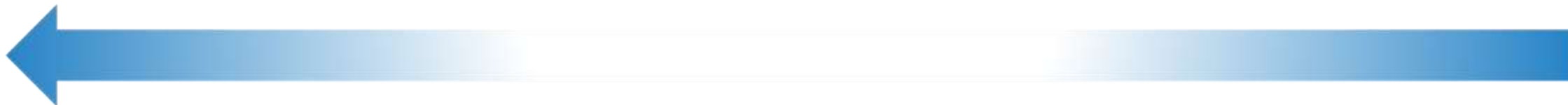
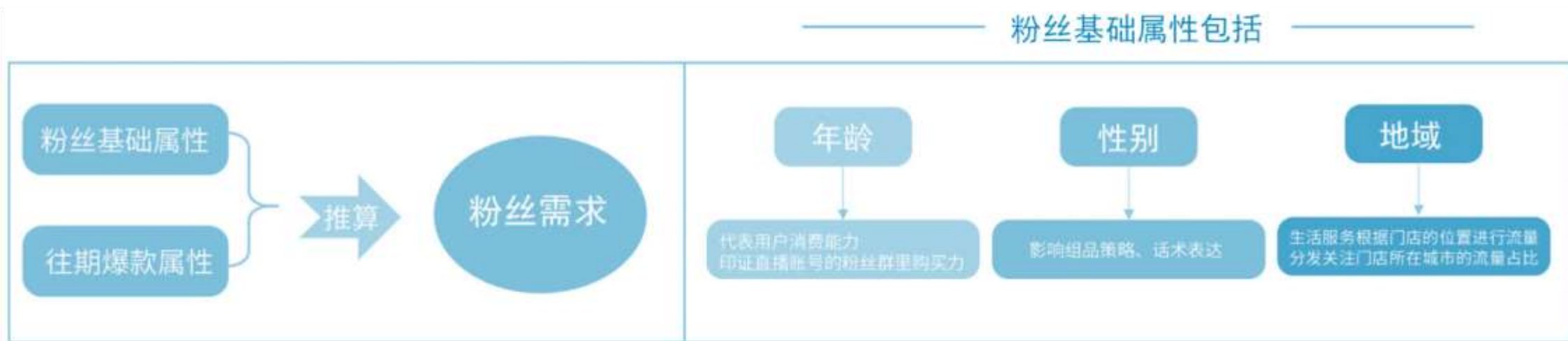
- 即围绕账号的定位进行商品的选择，**普遍适用于新手商家**。对于刚入行的商家而言,在自身定位清晰之后,选品需要跟自身定位相匹配,通过精准的选品让系统逐渐推送精准用户,从而提升转化效率,获取更多流量。



- **价格定位:**
决定了用户的消费水平
- **风格定位:**
决定了用户的消费喜好
- **类目定位:**
决定了用户的消费习惯
- **客户定位:**
决定了账号未来的流量来源

如何围绕粉丝属性选品

- 即围绕粉丝的属性进行商品的筛选，**普遍适用于具备一定基础的账号**。当账号有一定的粉丝量或者出现过爆品之后，在选品的方向上会依据粉丝的属性及往期爆品的属性进行选品，以实现产品与用户的精准匹配，从而提升转化效率。



如何围绕粉丝属性选品

往期爆款属性产品

- **订单数量:** 订单量是最能体现爆品特征的数据纬度,这些产品具备哪些属性 (性价比高、有颜值、双人/亲子等)
- **GMV较高:** 有些商品客单价不同,高gmv的产品也可以作为分析重点, 这些产品具备哪些属性

1

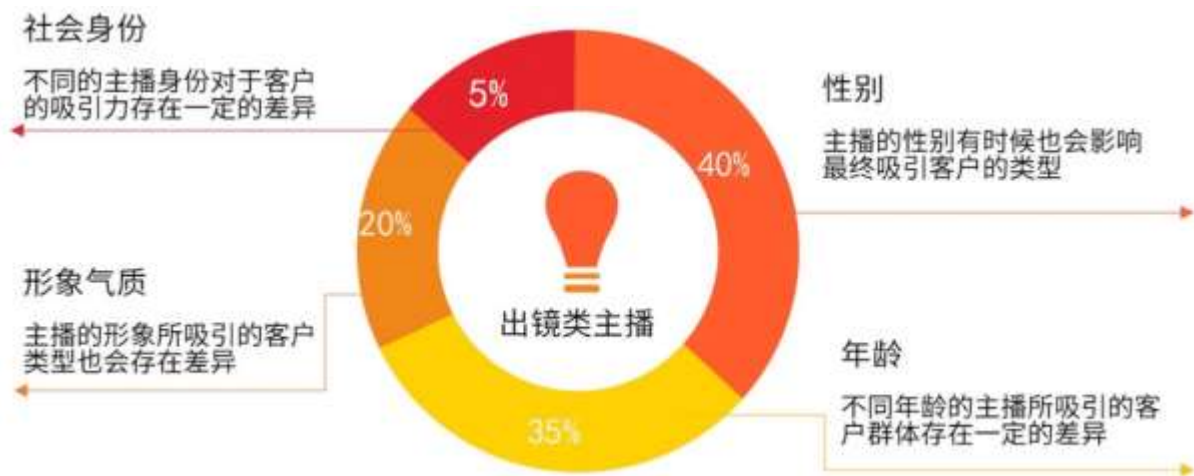
粉丝的需求类型

- **理性需求:** 物美价廉的高性价比产品
- **感性需求:** 容易出片、犒劳自己、想要在直播间找到存在感认同感
- **深度需求:** 通过多次购物的高粘性粉丝, 对于商家/主播有强认可, 纯粹为了打赏支持直播间的忠实粉丝, 可以带动私域

2

如何围绕主播特性选品

- 即围绕主播个人特性进行商品的选择，**普遍适用于员工矩阵号中成型的达人类主播**。达人类主播的成长相对较依赖于粉丝的粘性，所以在选品中会围绕主播自身进行选品，从而增强用户的信任度。



- 社会身份**：例如宝妈的达人很大概率也会吸引宝妈
- 性别**：例如女主播容易吸引男粉丝，反之(以罗永浩的交个朋友直播间为例)
- 年龄**：不同年龄段的主播会带动相应的群体共鸣
- 形象气质**：与酒店商家的人货场匹配度直接相关cn



02

抖音电商选品渠道

电商罗盘大盘榜单选品

路径：商品-商品榜单-行业类目-大盘爆品榜

商品榜单

抖音商品榜 不限 品牌 非品牌 行业 食品饮料 一级类目 咖啡/麦片/冲饮 二级类目 乳制品/酸奶

大盘爆品榜 直播商品榜 达人热推商品榜 短视频带货榜 成交商品榜 实时爆品挖掘

抖音大盘商品榜单，根据商品的综合成交情况排序，不区分成交渠道。

不限 关注 数据更新于 04/20 10:00 数据时间: 2023/03/21 - 2023/04/19 近1天 近7天 近30天

关注	排名	商品	关键属性词	价格带	店铺名称	交易指数	流量指数	热度指数
★	1 持平	【达人专享】燕麦酸奶草莓黄... 燕麦 酸奶	燕麦 酸奶	¥40	官方旗舰店 +4	100.00	95.43	73.87
★	2 持平	【限时活动 3.20-6.30】君乐... 酸奶	酸奶	¥50	巧道乳品... +9	97.74	98.66	95.62

电商罗盘行业热搜单选品

路径：搜索-行业搜索词-高潜力热词榜

The screenshot displays the 'Search' (搜索) section of an e-commerce dashboard. The navigation bar includes '首页', '作战室', '直播', '短视频', '商品卡', '搜索', '商城', '交易', '商品', '人群', '服务', '物流', '达人', and '营销'. The '搜索' menu item is highlighted with a red box. The main content area shows the date range '2023/04/16 - 2023/04/22' and time filters: '近1天', '近7天', '近30天', '自然月', '大促', and '更多'. The '高潜力热词榜' (High Potential Hot Words) tab is selected. The industry is set to '食品饮料/咖啡/麦片/冲饮'. The table below lists the top hot words, with the '重度' (High) and '上传商品' (Upload Product) columns highlighted in red.

排名	搜索词	搜索热度指数	商品供给缺失程度	操作
1	丹慕1888有机奶酪	1.22万	重度	上传商品
2	农夫果园番茄味	1.08万	重度	上传商品
3	丹慕1888奶酪	7,516	重度	上传商品
4	晓意七白粉	7,006	中度	上传商品

精选联盟选品

路径：抖店-精选联盟-找合作-达人广场

The screenshot displays the Douyin Affiliate Platform interface. At the top, there are navigation tabs: 首页 (Home), 投商品 (Invest in Products), 找合作 (Find Partners), 管合作 (Manage Partners), 看数据 (View Data), and 电商大学 (E-commerce University). On the right side, there are icons for 消息 (Messages), 通知 (Notifications), and 设置 (Settings).

The main content area is divided into several sections:

- Merchant Profile (Left):** Shows a profile for a merchant with a 4.92 rating, 12.00 followers, and 12 reviews. It includes a "日常招商" (Daily Recruitment) section with details like "商品类目" (Product Category), "佣金率" (Commission Rate), "收货模式" (Delivery Mode), "体验分" (Experience Score), and "库存策略" (Inventory Strategy). There is a button "不满足报名条件" (Does not meet application conditions) and options for "收藏" (Favorite), "在线沟通" (Online Communication), and "发起订单" (Initiate Order).
- Product List (Center):** Titled "共 49 个带货商品" (Total 49带货 products). It features a table with columns: 商品信息 (Product Information), 店铺信息 (Store Information), 售价 (Price), 销售数量 (Sales Volume), and 关联直播场次 (Associated Live Broadcast Sessions). One row is highlighted with a red box, showing a product priced at ¥599.00 with sales volume between ¥5,000-7,500.
- Product Detail (Right):** A vertical panel showing a video of a woman in a black dress, with a "立即购买" (Buy Now) button. Below the video, there are sections for "评价" (Reviews), "商品评价 (0)" (Product Reviews (0)), and a small image of the product.

商品信息	店铺信息	售价	销售数量	关联直播场次
[Image]	[Image]	¥599.00	¥7,500-1万	2
[Image]	[Image]	¥589.00	¥5,000-7,500	2
[Image]	[Image]	¥599.00	¥5,000-7,500	3
[Image]	[Image]	¥279.00	¥5,000-7,500	1
[Image]	[Image]	¥599.00	¥2,500-5,000	2
[Image]	[Image]	¥599.00	¥2,500-5,000	3
[Image]	[Image]	¥99.00	¥2,500-5,000	1

精选联盟手机选品入口



账号主页—橱窗管理



选品广场



电商精选联盟

精选联盟手机选品入口



带货过的商品



手机端橱窗添加产品操作步骤



*注意

- 查看商品佣金比例、销量、体验分、30天销量数据
- 查看同行带货视频和产品
- 联系商家申请样品

精选联盟PC端选品入口



PC端进入官网即可

选品关键信息查看



查看**佣金比例**

查看**产品单价**

30天的**销量**

推广大人数

查看**产品好评率**

查看**体验分**

抖店/极简版蓝海商机选品

路径：商品-商机中心-蓝海商机

抖店 巨量千川 精选联盟 电商罗盘 服务市场 学习中心

运费 客服 通知 99+

商机中心

推荐市场潜在爆款机会商品/品类，为上新选品提供决策建议，发布/关联商品获得更多曝光转化 操作指南

我的商机记录 我的收藏

搜索热招商品

平台紧缺且可享受搜索流量扶持商品

精选低价商品

精选平台紧缺的低价商品

搜索蓝海商机

消费者搜索量大/缺货的蓝海品类

行业趋势商机

近期行业内容需求最大的趋势品类

01. 挑选商机发布商品 可通过发布商品、关联已有商品、货源代发三种方式报名
02. 商品要求 商品类目、品牌与商机一致，标题包含商机名且符合商品实际情况 (图片仅供参考)
03. 达标商品可获权益 审核通过后，将有机会在抖音搜索场景获得更多流量曝光和GMV增长

货源一件代发 官方供应平台 出单自动发货，确认收货后自动分账

搜索场景 获得更多曝光且优先展示

查看教程

品类 全部 牛奶粉 羊奶粉 芝麻糊 袋泡茶 冲饮红糖 双皮奶/姜汁撞奶 豆浆 营养复合谷物麦片 纯燕麦片 冲饮果汁 杯装奶茶 袋装奶茶 豆奶粉 姜汤 蜂蜜果味茶 藕粉 酸梅粉 展开

品牌 全部 马三三罐纯 品牌商机 非品牌商机 商机类型 全部 缺货商机 高潜商机 热趋商机

价格区间 全部 ¥0-50 ¥50-100 ¥100以上 自定义 ¥ - ¥

类目 咖啡/麦片/冲饮 请输入关键词或品牌或商机ID(多个ID用英文逗号隔开)

共521条 仅展示有代发货源商机 综合排序

商机名称	参考图	所属类目	需求热度	需供比	价格区间	品牌	操作
光明如实酸奶		咖啡/麦片/冲饮> 乳制品>酸奶	14,049.00	408.53	¥29.80-75.90	-	发布商品 关联商品 代发货源
冷萃酸奶		咖啡/麦片/冲饮> 乳制品>酸奶	9,070.00	10,907.00	¥29.90-124.00	-	发布商品 关联商品 代发货源
希腊酸奶		咖啡/麦片/冲饮> 乳制品>酸奶	7,773.00	53.30	¥49.00-129.00	-	发布商品 关联商品 代发货源

抖音搜索选品

路径：主页-搜索-商品-筛选



03

抖音新手选品方向

根据自身特性选品

我擅长卖什么？

- 工作相关，如某品类下的导购
- 生活经验相关，如常年做饭经验
- 学习经历相关，如参加过插花培训

我对什么感兴趣？

- 喜欢并经常实践的，如喜欢穿搭、潮流，有购买时尚杂志，自我搭配造型的习惯
- 喜欢并愿意为之钻研的，如喜欢美食，经常烹饪

我的账号人设是？

- 生活角色：学生、全职主妇...
- 职业角色：老板、车间女工...
- 生活环境：优渥、农村、标志性城市...

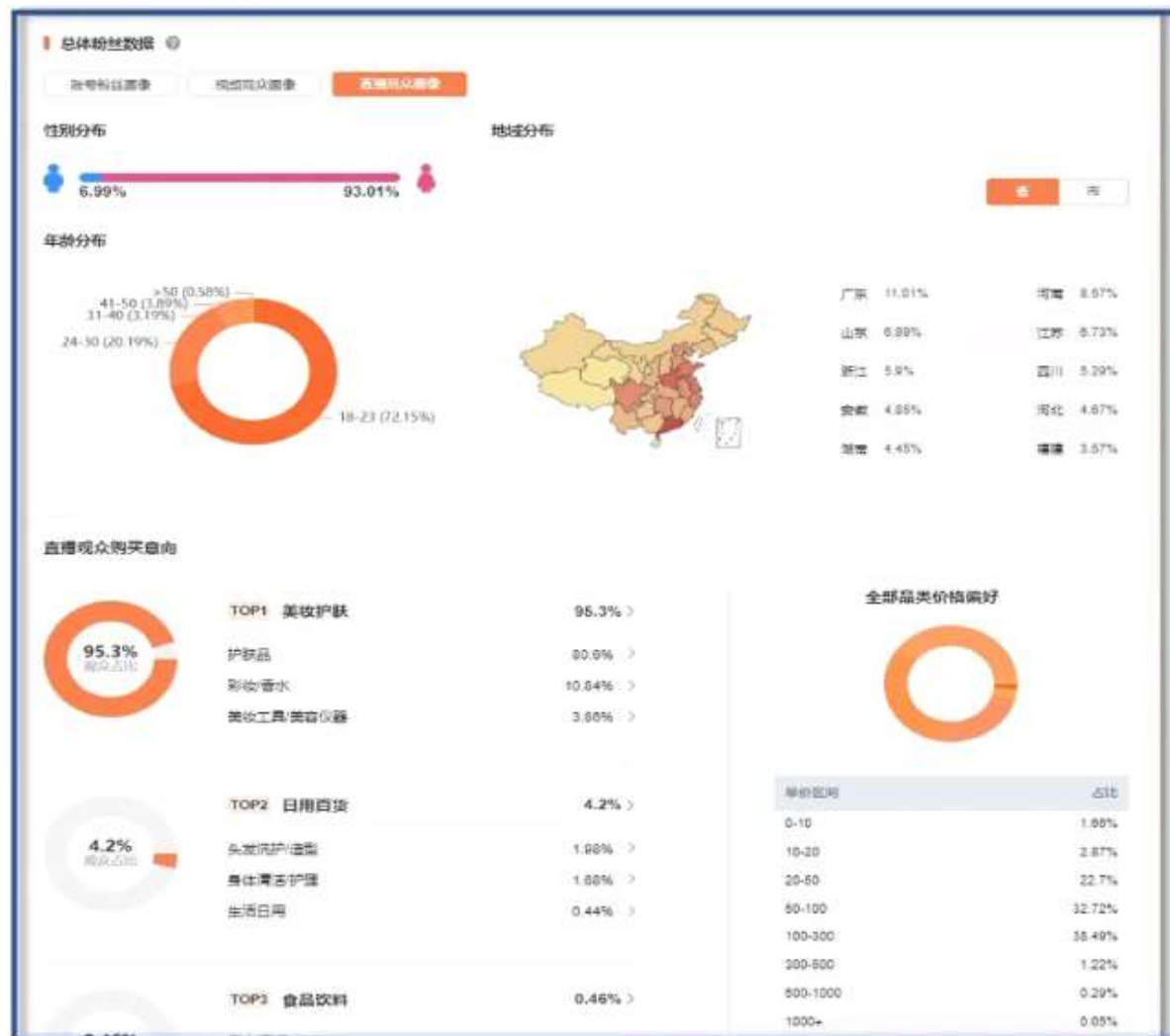
根据粉丝画像选品

两大途径：

- ✓ 账号已有粉丝画像
- ✓ 同体量同类目账号粉丝画像



- (意向) 粉丝年龄
- (意向) 粉丝性别
- (意向) 粉丝角色
- (意向) 粉丝直播间消费水平



新手商家/主播六大选品标准

高性价比产品

有价格锚定，相对有价格优势，操作空间大的产品



易展示产品

能为观众建立“所见即所得”预期的产品



非计划型消费品

不会主动搜，但看到会被吸引、产生购买冲动的产品



高颜值产品

相同品类、价格中，选最好看的那个，



不挑人产品

不挑人的产品，常见使用场景，用来承接直播间泛流量



准爆款产品

生命周期较为早期的准爆款产品

单场直播间产品数量建议



思考：每天直播多久？

- 假设每场播4小时(240分钟)，每款产品平均介绍时间5分钟，除去活动/话题互动环节，需准备40-50个产品
- 考虑到新手主播选品难度，同一盘货我们可循环介绍2-3遍，那么一场4小时的直播，只需准备13-25个产品。
按照实际进度,循环介绍

直播间产品结构建议

福利款

建议比例：20-30%

定义：配合活动给直播间做人气的产品，通常价格低、适用人群广



福利款

建议比例：70-80%

定义：容易做销量的产品，通常搜索高、带话题、应季/应节性强

举个例子：

上架顺序	款号	价格	产品定位
1	A款	9.9	福利款
2	B款	19.9	福利款
3	C款	39	热门款
4	D款	60	热门款
5	E款	89	热门款
6	F款	99	热门款
7	A款	9.9	福利款
8	B款	19.9	福利款
9	G款	49	热门款
10	H款	79	热门款
11	I款	99	热门款
12	J款	69	热门款

新手达人主播选品表参考

新手达人主播直播间选品表										
直播时间	序号	商品类型	作用	商品名称	商品图片	规格	日常价/专柜价	直播价	佣金比例	备注
(例如) 20: 00-20: 30	1	福利款	拉人气	XX品牌手口护理湿巾		10包x10抽/包, 珍珠纹	19元	9.9元	10%	月销30000单, 无酒精无荧光剂
	2									
	3									
	4									
20: 30-21: 00	5									
	6									
	7									
	8									
	9									
重点: 考虑时间&数量安排合理性		重点: 设计流量的引入和承接		重点: 商品结构的丰富性			重点: 选择有价格优势, 性价比高的商品			重点: 其他增分项

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/047144003011006104>