

抖音电商高效自播直播 带货实战技术培训教程

七、专业直播团队如何搭建

作者：妖娆哥

2030

CONTENTS

01 如何搭建专业直播团队

02 不同阶段团队组织架构

03 直播团队岗位职责详解

04 直播人才选拔机制设计

05 直播团队组织架构搭建

06 直播团队绩效考核机制

01

如何搭建专业直播团队

组织结构调整案例

部分完成专业直播组织结构调整的品牌

FILA/斐乐

22年抖音实现
近30亿GMV

其中25亿
由零售团队
100+门店完成

绫致集团
零售团队

去年抖音实现近
4亿GMV

23年目标8亿
增量200%

VERO MODA

长沙国金店
导购转抖音店主播

产出和月薪上涨
10倍+

雅戈尔

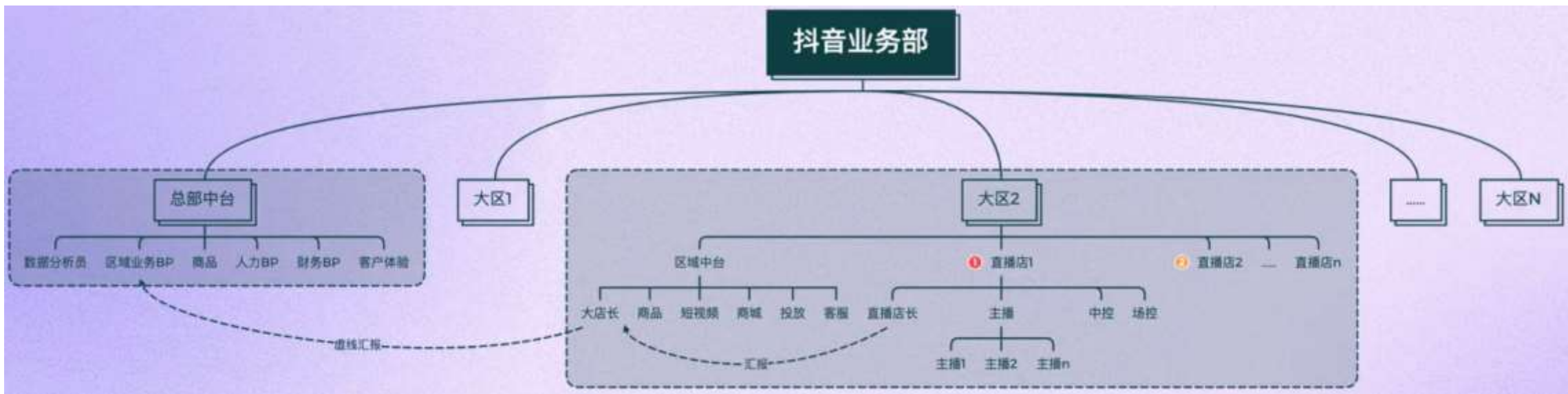
在全国省会城市
地标位置开设
14家
抖音联名体验店

从动线视觉设计上
融入抖音直播元素

22年
13家头部
连锁品牌集团

在抖音门店直播
创造约
100亿 新增量
同比+218%

FILA组织结构调整思路

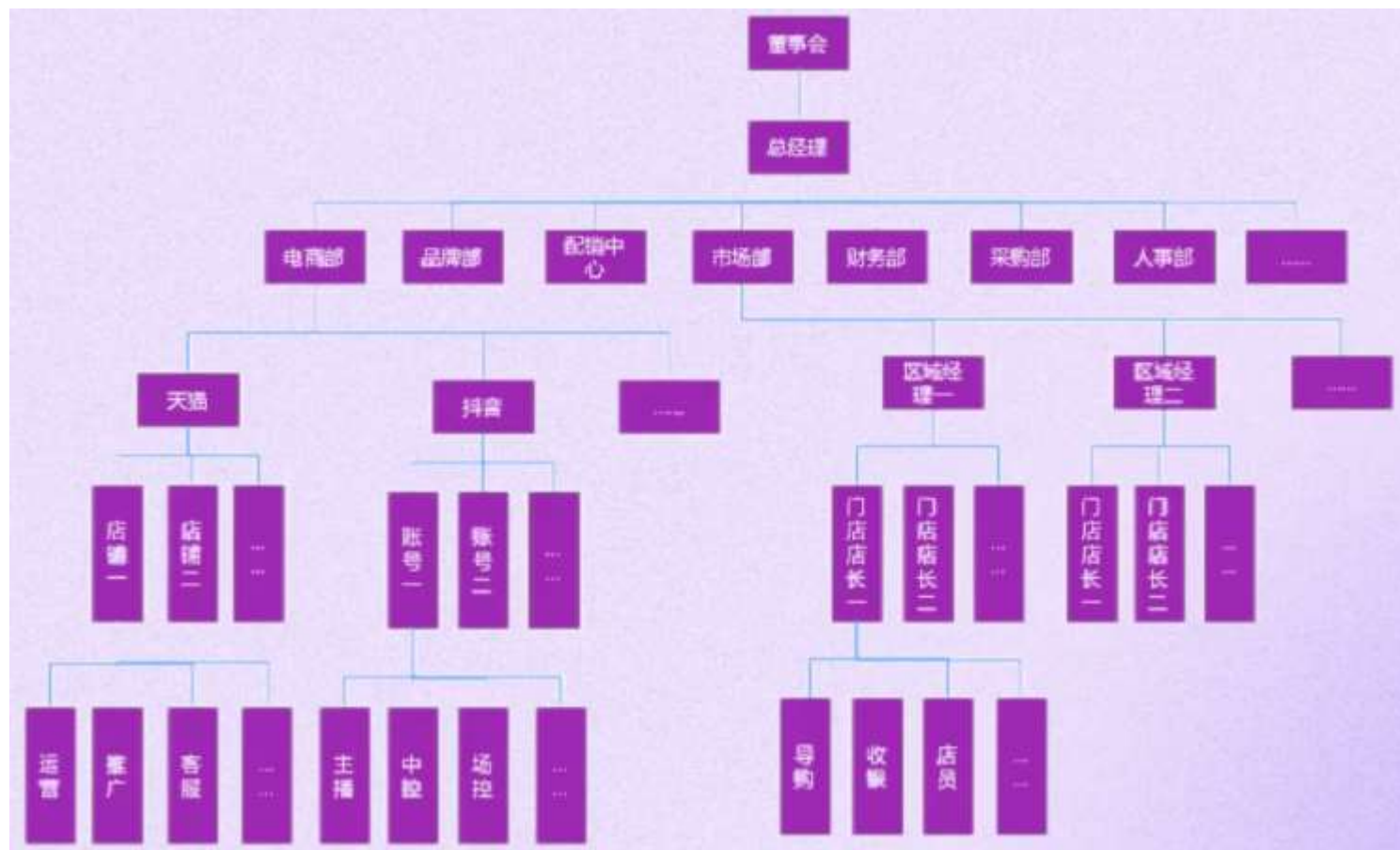


- **总部中台**：搭建总部中台提供横向业务拉动，统一管理矩阵
- **区域中台职能共享**：区域内职能团队共享，降本增效
- **区域独立运营**：各大区独立设置运营团队，差异化运营

常见组织架构问题

传统层峰式组织结构

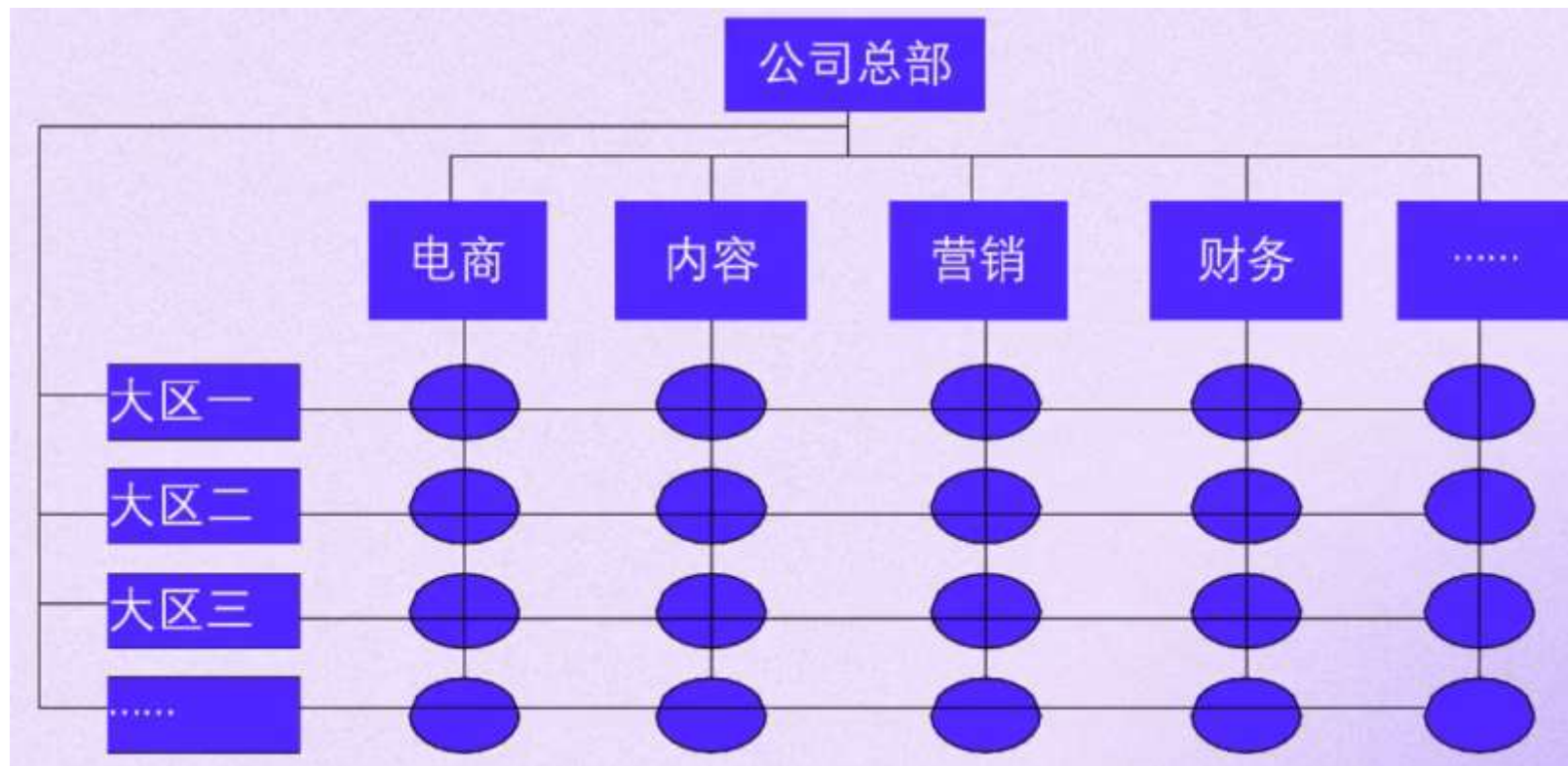
- 岗位能力单一
- 缺乏至下而上
- 信息流决策速度慢
- 协调要求高(互相不理解)



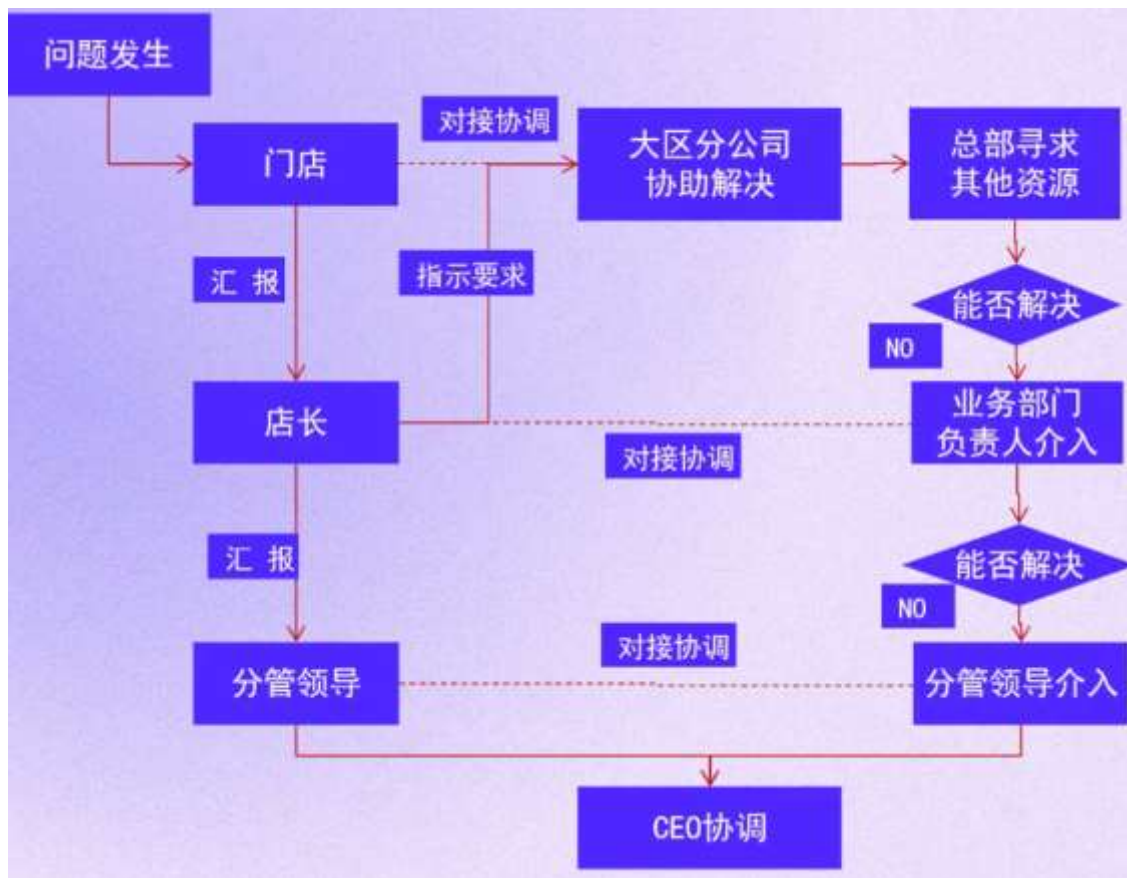
常见组织架构问题

传统矩阵式结构

- 按职能/区域双重管理易混乱
- 部门/项目协调困难



专业直播组织结构解决思路



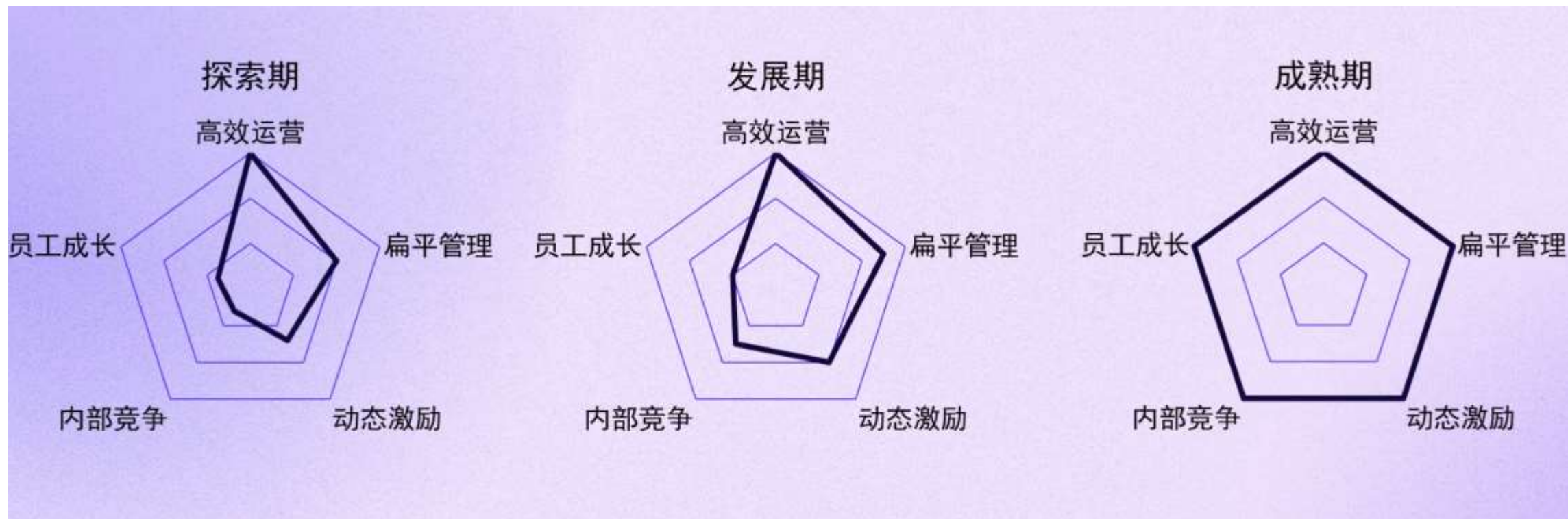
解决思路

- 组建云零售直播运营中台
- 敏捷反应、高效协同

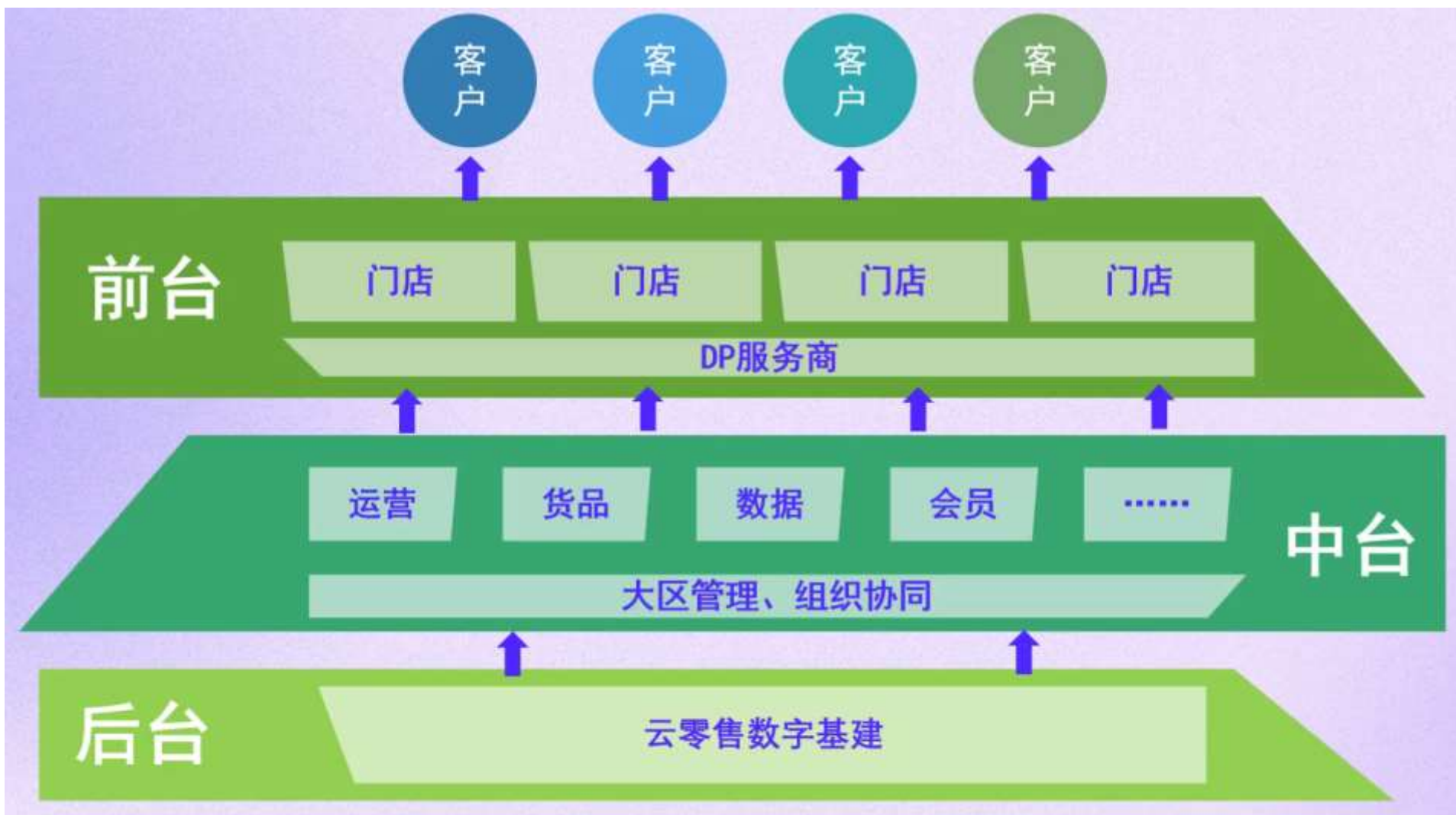
专业直播架构的组织目标



专业直播架构组织原则



专业直播团队的结构模型



02

不同阶段团队组织架构

不同时间阶段的工作要点

➤ 第一阶段：探索试跑

成立云零售项目组

由一把手任项目组长，从内部优秀抖音运营与线下运营中抽调成员

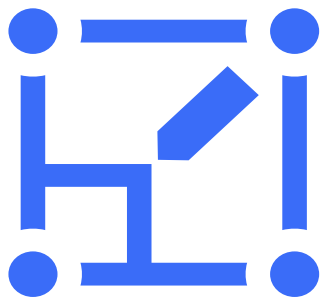
选择试点店铺

罗盘策略-账号排名，选择排名靠前的账号；或者选择线下销售情况较好的门店

跑通价值模型

以1个3人直播组为最小组织单元，跑通一个单款爆款模型

不同时间阶段的工作要点



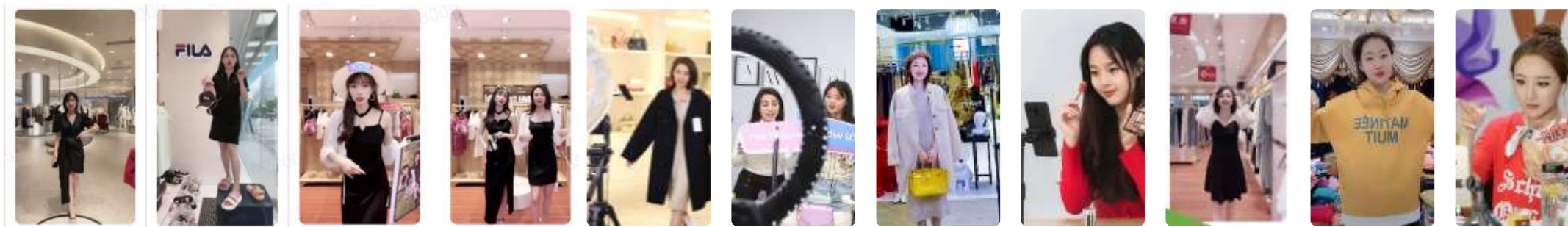
➤ 第二阶段：发展阶段

一、将有价值的运营主体（账号/门店）作为标准进行店铺复制

直播店铺选择有两个方向：

- **品牌形象展示为主**：优选形象店铺、大店。以租金类型店铺为主，避免联营百货商场谈扣点问题
- **销售为主**：优选选择人流中等店铺，既不影响线下生意，也对门店直播有正向影响

二、云零售项目组升级为云零售中台，为所有云零售门店提供运营、货品、组织协同等公共服务



不同时间阶段的工作要点

▶ 第三阶段：成熟阶段

01

品牌品控

- 承接品牌宣发活动，实现品效合一
- 品牌主要发声阵地，提升品牌曝光度
- 强调品牌调性，输出形象标准

02

组织优化

- 搭建区域数字化团队
- 优化组织架构，搭建人力运营模型
- 设立完善的晋升及激励机制



03

区域协同

- 总部输出数字化报告
 - 拉通各职能部门
- 输出体系化运营标准

04

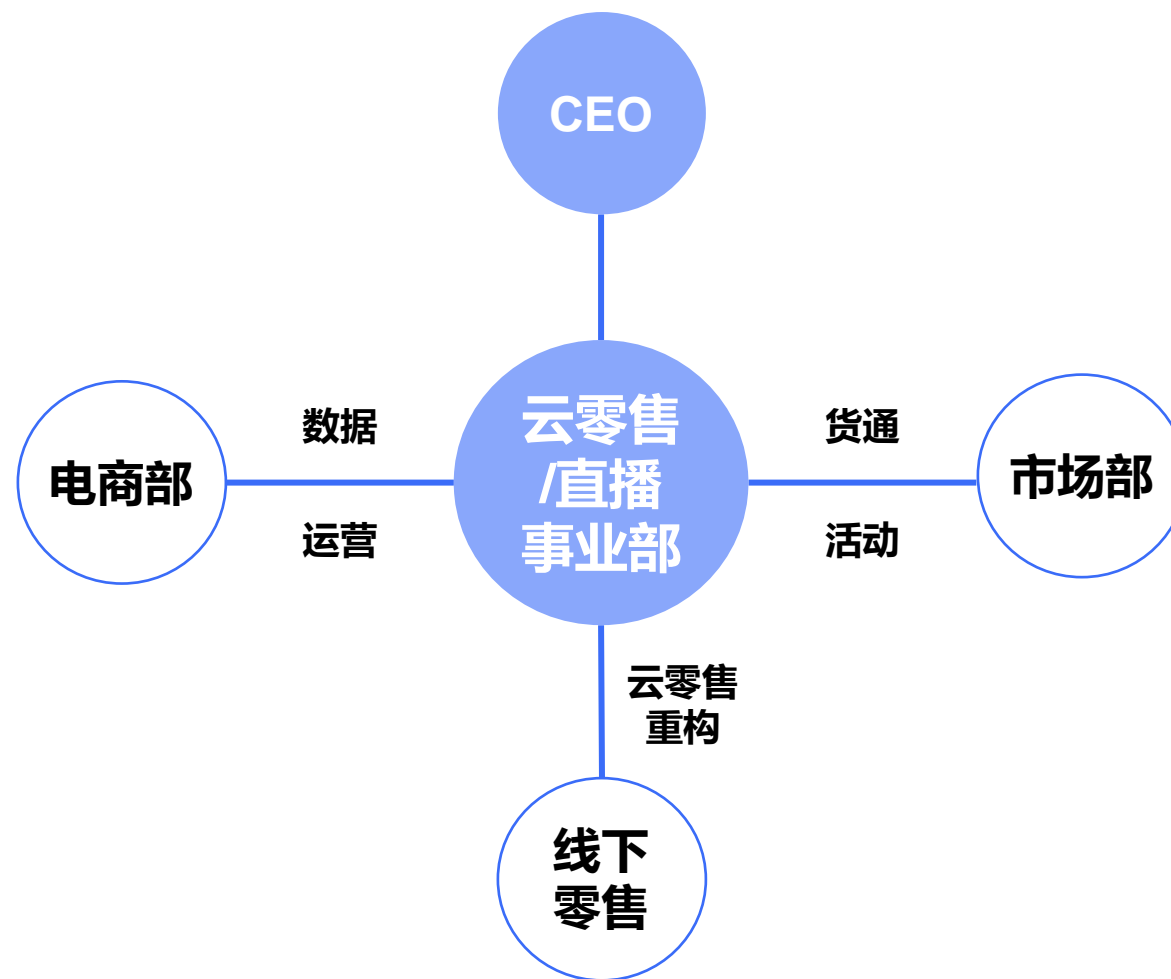
人才培养

- 定制专项培训课程
- 优化培训模式培训课程覆盖全国各直播间

云零售/直播事业部门岗位划分

云零售/直播事业部门职能解析

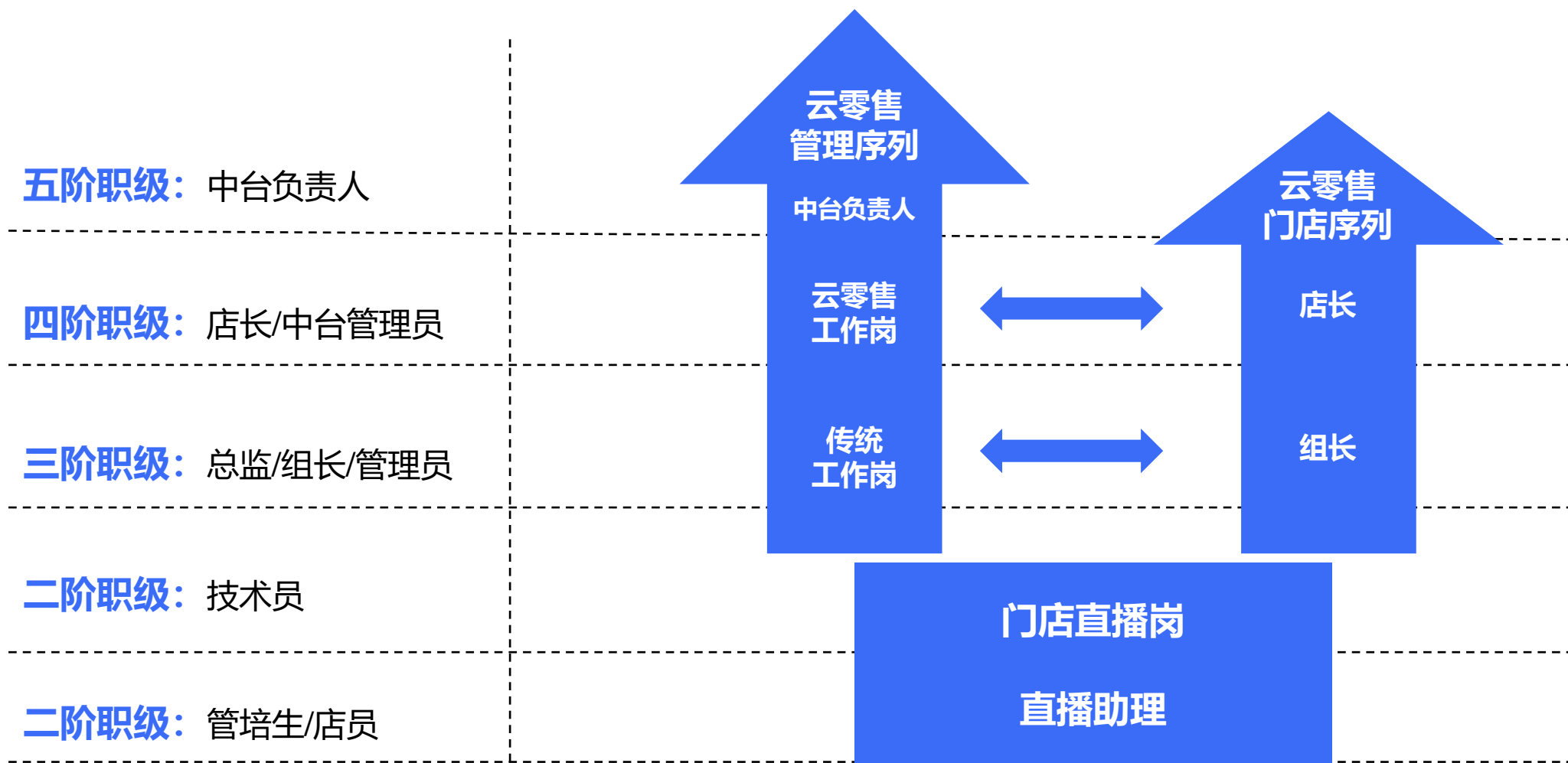
1. 跨渠道会员、货盘打通
2. 全渠道营销同步
3. 云零售门店重构
4. 标准化操作流程



云零售直播团队岗位划分

阶段	云零售部门岗位	直营模式	经销商模式	直营+经销商模式	面对经销商职责	面对直营职责
探索期	运营中台	√	×	√	全域营销、组织协同	未设置该岗位
	货品中台	×	√	√	未设置该岗位	货品规划、货品调度、价格管控
	大区管理	√	√	√	货品调度、价格管控、经销商管理、佣金结算	活动策划、活动落地、门店管理
	组织协同	×	√	√	未设置该岗位	CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持
发展期	负责人	√	√	√		
	运营中台	√	√	√	全渠道内容输出、全域营销、品牌营销活动承接	账号运营、全渠道内容输出、品牌营销活动承接和营销IP落地
	货品中台	√	√	√	货品调度、价格管控	货品上市规划、货品下单、货品价格管控
	大区管理	√	√	√	经销商管理、品控、佣金结算	活动落地、各大区中台对接
	业务BP	×	√	√	未设置该岗位	协助各门店开展云零售业务，促成业绩达成
	商务管理	×	√	√	未设置该岗位	达人、DP等商务对接、统一全国云零售商务条件
	组织协同	√	√	√	协同CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持云零售	协同CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持云零售
成熟期	负责人	√	√	√		
	运营中台	√	√	√	全渠道内容输出、全域营销、品牌营销活动承接	账号运营、全渠道内容输出、品牌营销活动承接和营销IP落地
	货品中台	√	√	√	货品调度、价格管控	货品上市规划、货品下单、货品价格管控
	数据中台	√	√	√	经销商数据汇总、开发数据大屏、输出数据分析报告	提供云零售数据支持、打通内部数据、开发数据看板、输出数据分析报告
	培训中台	√	×	√	负责各个经销商的品牌标准化培训	未设置该岗位
	会员中台	√	×	√	经销商会员与总部会员鲁加去重、标准化管理数据资产	未设置该岗位
	大区管理	√	√	√	经销商管理、品控、佣金结算	活动落地、各大区中台对接
	业务BP	×	√	√	未设置该岗位	协助各门店开展云零售业务，促成业绩达成
	商务管理	×	√	√	未设置该岗位	达人、DP等商务对接、统一全国云零售商务条件
	账号品控	×	√	√	未设置该岗位	制定云零售账号管控标准、监控云零售账号目标达成情况、提供品控预警
	组织协同	√	√	√	人力、财务、法务、IT、商务等部门支证	CRM、人力、财务、法务、IT等部门支持

云零售直播团队岗位职级划分



云零售直播团队岗位职级划分



- 职级提升通路顺畅：四步完成晋升条件
- 多元职业发展通道：“有盼头”、“有目标”、“有保障”

探索期各岗位职责

阶段	云零售部门岗位	面对经销商职责	面对直营职责
探索期	运营中台	全域营销、组织协同	未设置该岗位
	货品中台	未设置该岗位	货品规划、货品调度、价格管控
	大区管理	货品调度、价格管控、经销商管理、佣金结算	活动策划、活动落地、门店管理
	组织协同	未设置该岗位	CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持

发展期各岗位职责

阶段	云零售部门岗位	面对经销商职责	面对直营职责
发展期	运营中台	全渠道内容输出、全域营销、品牌营销活动承接	账号运营、全渠道内容输出、品牌营销活动承接和营销IP落地
	货品中台	货品调度、价格管控	货品上市规划、货品下单、货品价格管控
	大区管理	经销商管理、品控、佣金结算	活动落地、各大区中台对接
	业务BP	未设置该岗位	协助各门店开展云零售业务，促成业绩达成
	商务管理	未设置该岗位	达人、DP等商务对接、统一全国云零售商务条件
	组织协同	协同CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持云零售	协同CRM、数据、人力、财务、法务、IT、商务等部门支持云零售

成熟期各岗位职责

阶段	云零售部门岗位	面对经销商职责	面对直营职责
成熟期	运营中台	全渠道内容输出、全域营销、品牌营销活动承接	账号运营、全渠道内容输出、品牌营销活动承接和营销IP落地
	货品中台	货品调度、价格管控	货品上市规划、货品下单、货品价格管控
	数据中台	经销商数据汇总、开发数据大屏、输出数据分析报告	提供云零售数据支持、打通内部数据、开发数据看板、输出数据分析报告
	培训中台	负责各个经销商的品牌标准化培训	未设置该岗位
	会员中台	经销商会员与总部会员鲁加去重、标准化管理数据资产	未设置该岗位
	大区管理	经销商管理、品控、佣金结算	活动落地、各大区中台对接
	业务BP	未设置该岗位	协助各门店开展云零售业务，促成业绩达成
	商务管理	未设置该岗位	达人、DP等商务对接、统一全国云零售商务条件
	账号品控	未设置该岗位	制定云零售账号管控标准、监控云零售账号目标达成情况、提供品控预警
	组织协同	人力、财务、法务、IT、商务等部门支证	CRM、人力、财务、法务、IT等部门支持

03

直播团队岗位职责详解

直播前端岗位



主播

主镜头呈现



场控

镜头氛围控制



助理

镜头呈现辅助

直播前端岗位分工

评论控制区



主播呈现区

辅助呈现区



声控案例展示



主播岗位职责

镜头呈现-屏显

产品呈现

- 产品讲解-用品、竞、感、利四个大点讲解产品
- 产品展示-全方位展示产品的上身效果使用方式和细节
- 产品售卖-引导粉丝对产品产生需求，从而进行销售

节奏把控

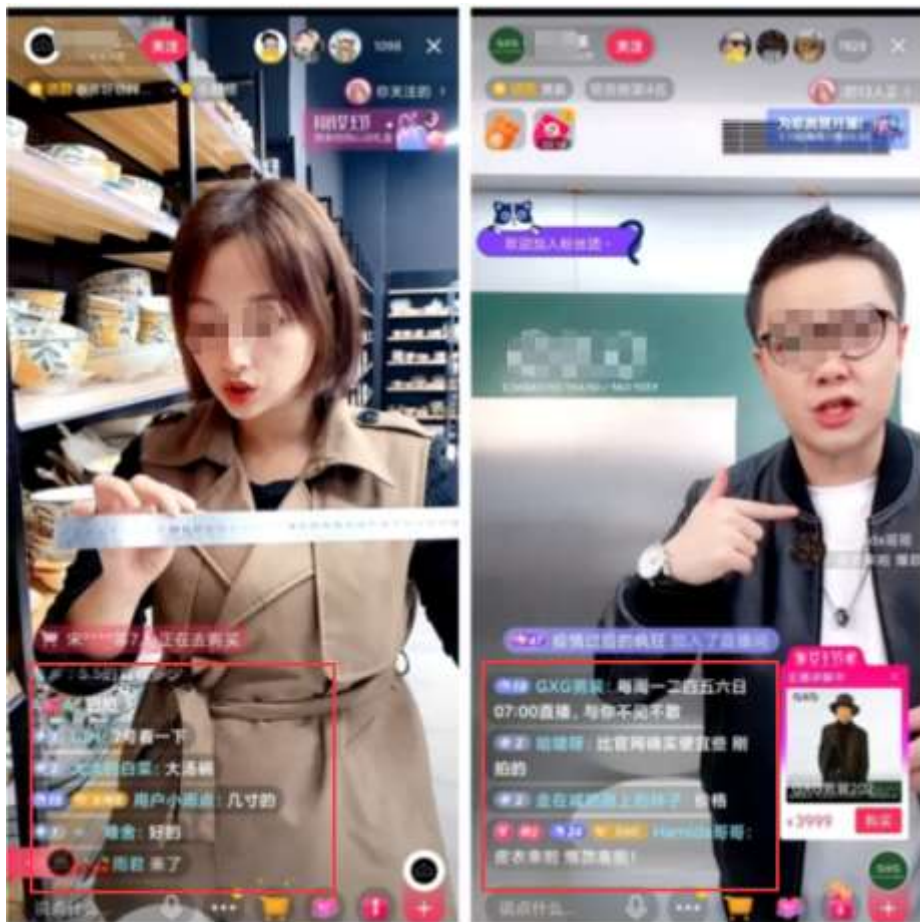
- 种草节奏-产品上架前充分输出产品要点
- 收割节奏-产品开卖后迅速引导粉丝下单

粉丝互动

- 留人-将粉丝停留在直播间
- 转粉-把流量转化成为粉丝
- 转化-将直播间产品销售出去



场控岗位职责



镜头氛围把控-屏控

氛围把控

- 留人氛围-利用直播间福利预告等手段制造会场氛围
- 上架氛围-产品上架时烘托期待感氛围
- 秒单氛围-爆品开秒时引导哄抢氛围

评论导向

- 点单导向-不断在直播间散布需求旺盛的导向
- 互动导向-不断在直播间引发粉丝刷屏

节奏跟进

- 跟进主播的售卖节奏，充分执行脚本节奏要点,推进或舒缓关键节点。

直播助理岗位职责

屏幕协同-屏助

主播辅助-助播

- 协同讲解-补充讲解主播未充分讲解到的产品点
- 协同展示-不同色款的上身展示或功能型产品的使用演示
- 协同售卖-充分展示产品卖点，引导粉丝下单

场控辅助-场助

- 辅助场控进行氛围的烘托，制造节奏点需要的直播间氛围

客服辅助-客助

- 协助回复粉丝提问，解答粉丝对于产品的疑问，包括产品售前和售后等相关问题，在文字、声音、画面三个纬度进行解答



直播中端岗位



运营

直播整场统筹



中控

直播后台操作



投放

商业付费投流

直播运营岗位职责

人员统筹

- 统筹协调直播间人员岗位和工作,包括岗位的铺排,人员的协同配合,直播各项工作的分配,以及主播等核心岗位的把控

货品统筹

- 梳理直播间货品结构,把控直播间货品质量,整合直播间货品类型, 打造直播间货品梯度

流量统筹

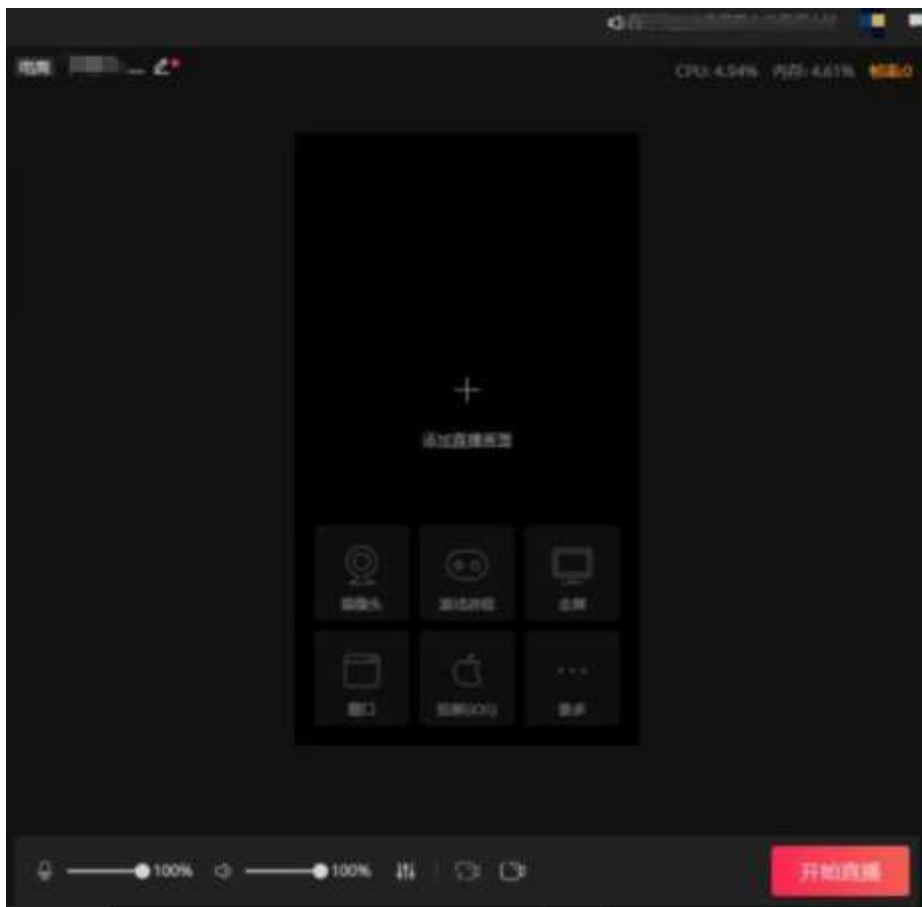
- 规划直播间各流量入口的预算, 安排公、私域流量的承接方案、调整付费流量和免费流量的比例

脚本统筹

- 整合直播间脚本,明确直播目的, 规划直播呈现,确认直播话术,, 把控直播间执行的各个要素



中控岗位职责



后台操作

链接操作

- 产品上架-配合直播节奏上、下架产品
- 产品改价-配合直播节奏进行产品价格的调整
- 产品库存-配合直播节奏调整产品的库存

活动操作

- 优惠券的发放福袋等
- 福利的设置与调整

画面呈现

- 贴片设置-根据直播内容适时进行调整相关贴片
- 视频插播-根据直播内容适时播放相关视频内容
- 背景轮替-根据直播内容适时调整直播背景

投放岗位职责

商业投流

预算规划

- 根据直播规划建立相应的商业投流计划

人群定位

- 根据直播定位规划相应的流量人群

创建计划

- 根据预算和人群建立相应的推广计划

优化效果

- 根据直播的反馈实时进行计划的优化调整



直播后端岗位有哪些



商务

商务对接招商



客服

售前售后客情回复



内容

创意内容策划

商务BP岗位职责

商务对接

达人对接

- 链接匹配平台达人，进行直播间货品的联动和品牌曝光

供应链对接

- 寻找匹配符合直播间的供应链，进行货盘的组合配置及更新

主播对接

- 对接各品牌,选择与主播人群相匹配的货品进行招商，丰富直播间产品线



客服岗位职责



客情回复

问题答疑

- 对客户提出的产品相关问题进行答疑回复

售后处理

- 处理订单的售后问题,包括退款换货、遗失补发、中差评、好评维护等等

粉丝群维护

- 建立和维护粉丝群组,引导粉丝氛围、安抚和调动粉丝情绪,包括活动召集、福利发放、抽奖公示等

内容岗位职责

创意策划

视频创意策划

- 创意策划账号的各种视频，包括引流视频、产品视频、吸粉视频等等

直播创意策划

- 策划直播间内容创意玩法，结合直播活动给粉丝不一样的卖货体验

场景呈现策划

- 直播间硬装效果，直播间贴片和动图设计，主播的妆容创意。



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/118121033010006065>