

# 抖音电商高效自播直播 带货实战技术培训教程

## 十二、直播达人橱窗经营指南

作者：妖娆哥

2030

---

# CONTENTS

**01** 达人橱窗价值功能介绍

---

**02** 达人橱窗经营策略技巧

---

**03** 达人橱窗选品渠道解读

---

**04** 达人如何做好橱窗营销

---

**05** 达人橱窗数据如何复盘

---

**06** 优秀达人橱窗经营案例

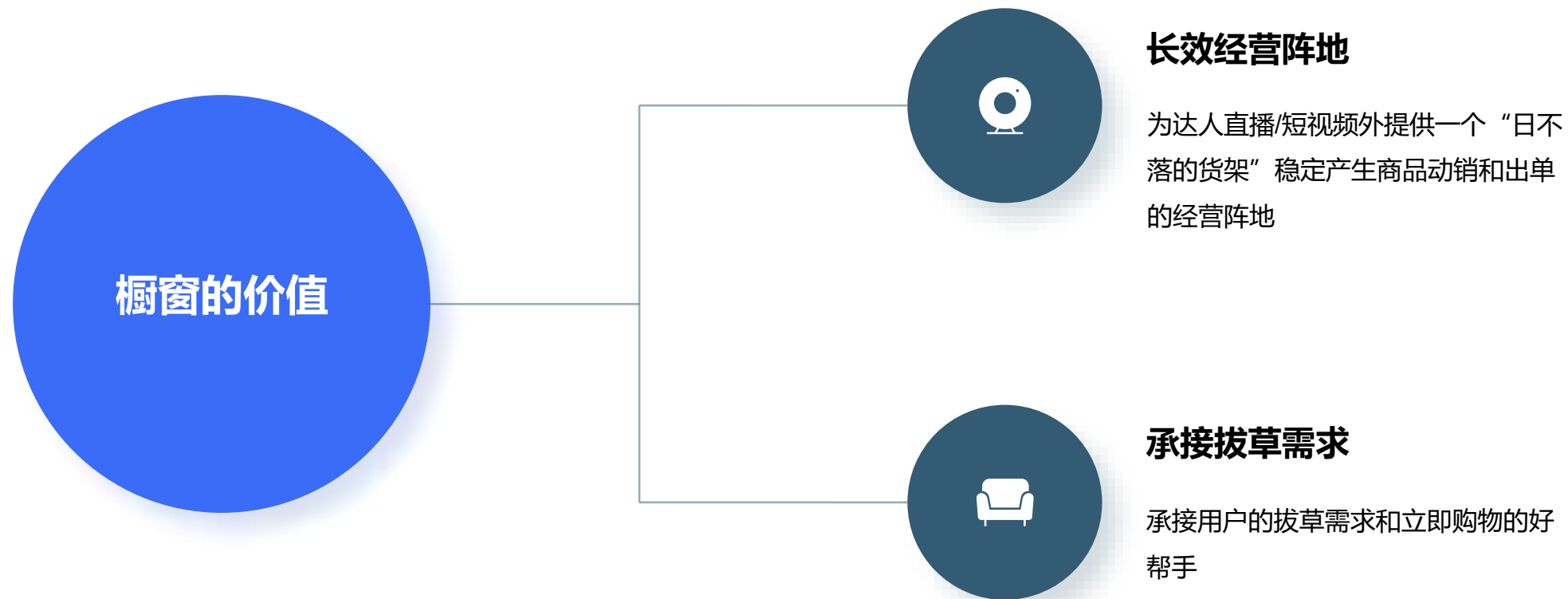
---

01

# 达人橱窗价值功能介绍

---

# 橱窗的价值



# 抖音橱窗功能分区解读——用户界面

## 种草

### 橱窗基础区域

橱窗首页

商品列表

商品分类

## 吸引

### 高级营销区域

直播爆款/  
主题清单

红包/福利专区

粉丝团

## 转化

### 信任感区域

优质电商  
达人认证

大家说

橱窗评分

## 分享

### 分享区域

橱窗上新单品

主题商品清单

橱窗视频好物

# 抖音橱窗功能分区解读——达人界面

## 商品管理

上品

商品分析

矩阵建立

一键托管

## 营销工具

吸引

直播爆款/  
主题清单

红包/福利专区

粉丝团

## 引流工具

获流

分享橱窗商品

短视频内容评论

用户综合搜索

## 数据工具

分析

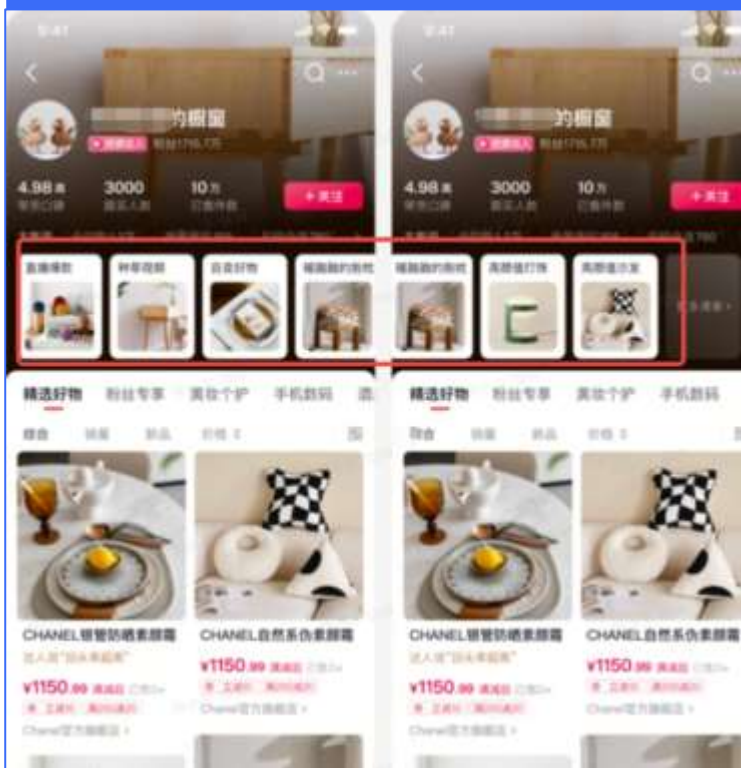
橱窗流量来源

商品成交

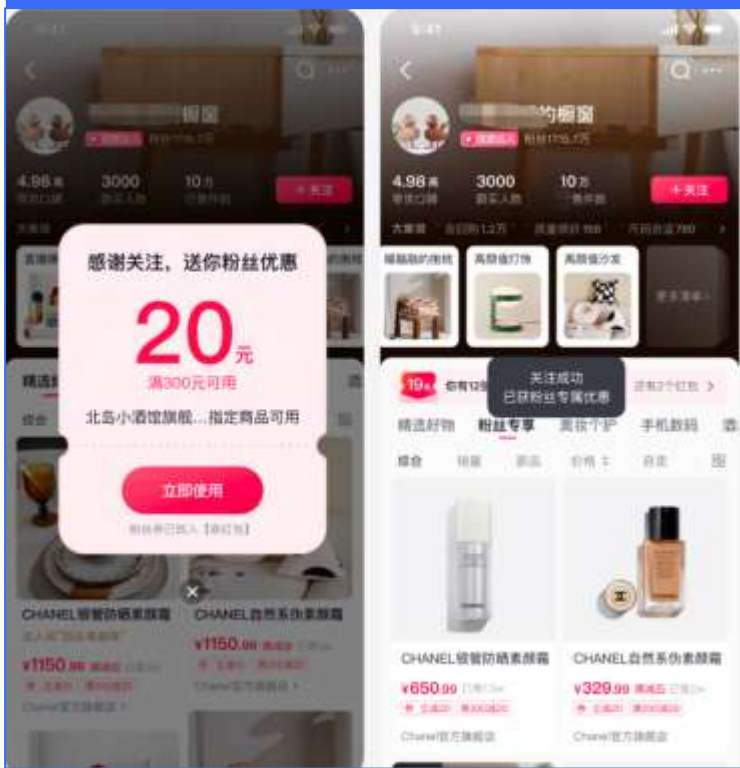
用户转化/特征

# 用户侧新版橱窗界面

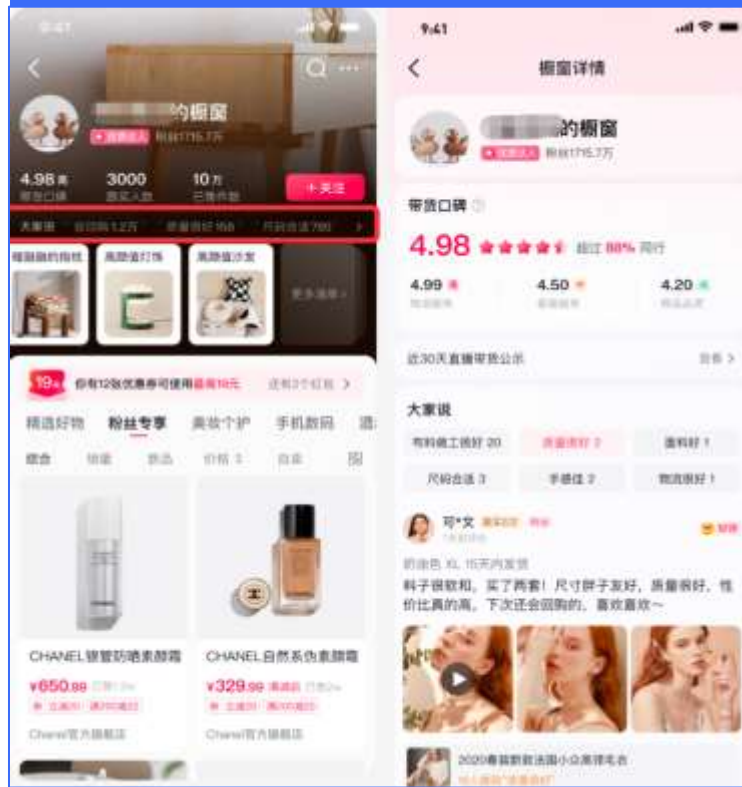
新增「气泡区」，升级种草视频、直播爆款区域  
丰富橱窗内容，美化橱窗页面，增加用户下单欲望



「粉丝专享」频道，显示粉丝券优惠  
吸引新人粉丝，提升粉丝粘性



展示「大家说」及橱窗详情  
强化达人人设，增强用户信任感，提升消费转化率



# 达人侧新版橱窗界面

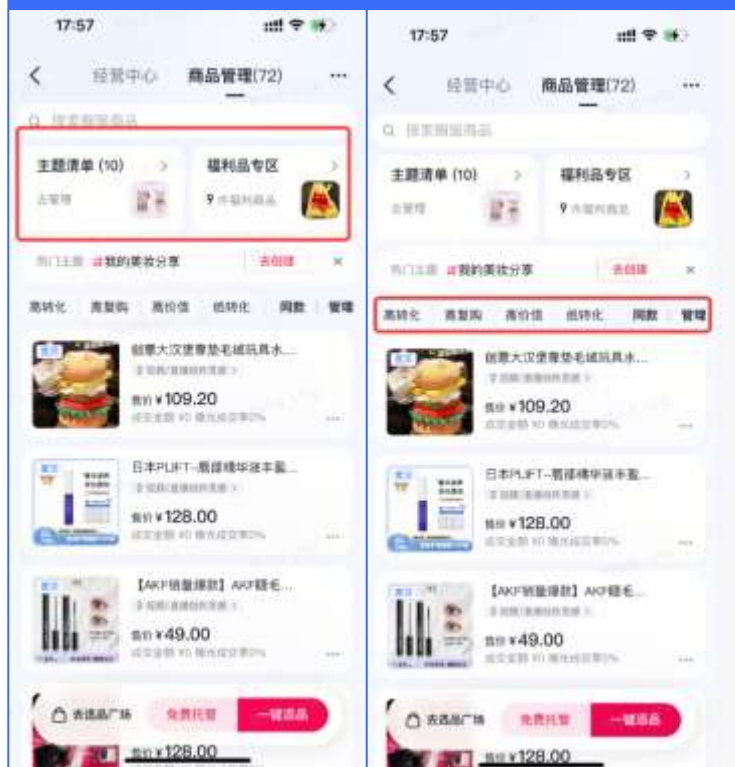
## 经营中心

了解橱窗概览数据、经营  
出单销售



## 达人管理商品明细/分类板块

分类预览管理橱窗商品/自定义组合对用户展示  
橱窗商品



## 橱窗分享工具板块

分享橱窗商品，获取流  
量增量





# 达人橱窗机会点



## 流量机会大

- 短视频纯种草商品没有挂车，引导粉丝去橱窗购买效率更高。
- 直播间隙、空档期没有收入？引导粉丝去橱窗购买，与直播守望相助



## 人力成本低

- 每周基本只要操作1-2次就可以，不耽误直播、短视频、图文带货的操作



## 竞争压力小

- 还有将近80%的达人还没有开始好好做橱窗带货，空间非常大

02

## 达人橱窗经营策略技巧

---

# 橱窗经营该如何做

**选好品**

有合适的商品才有吸引用户成交的可能

**多引流**

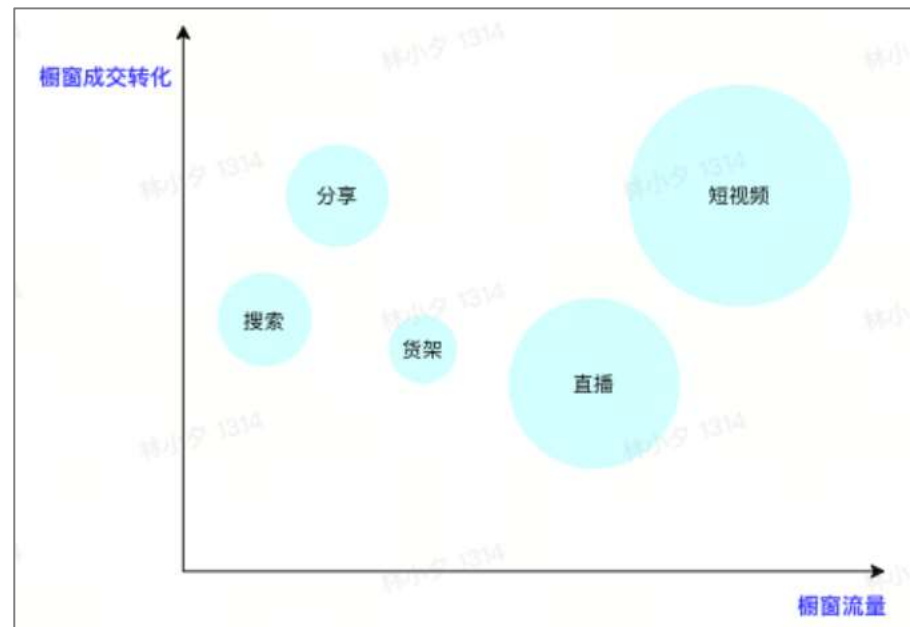
让用户知道你的橱窗

**善营销**

让用户更愿意在你橱窗购买

**勤优化**

发现橱窗经营问题并优化迭代



流量&转化渠道价值图

# 公域流量短视频经营策略

## 流量特点

**流量特点：**公域流量重要渠道之一，能给橱窗带来更多的曝光

**适用人群：**全量电商作者

**建议策略：**

- 日常以种草类为主，视频尽量基于用户使用场景，组合推荐产品效果更高

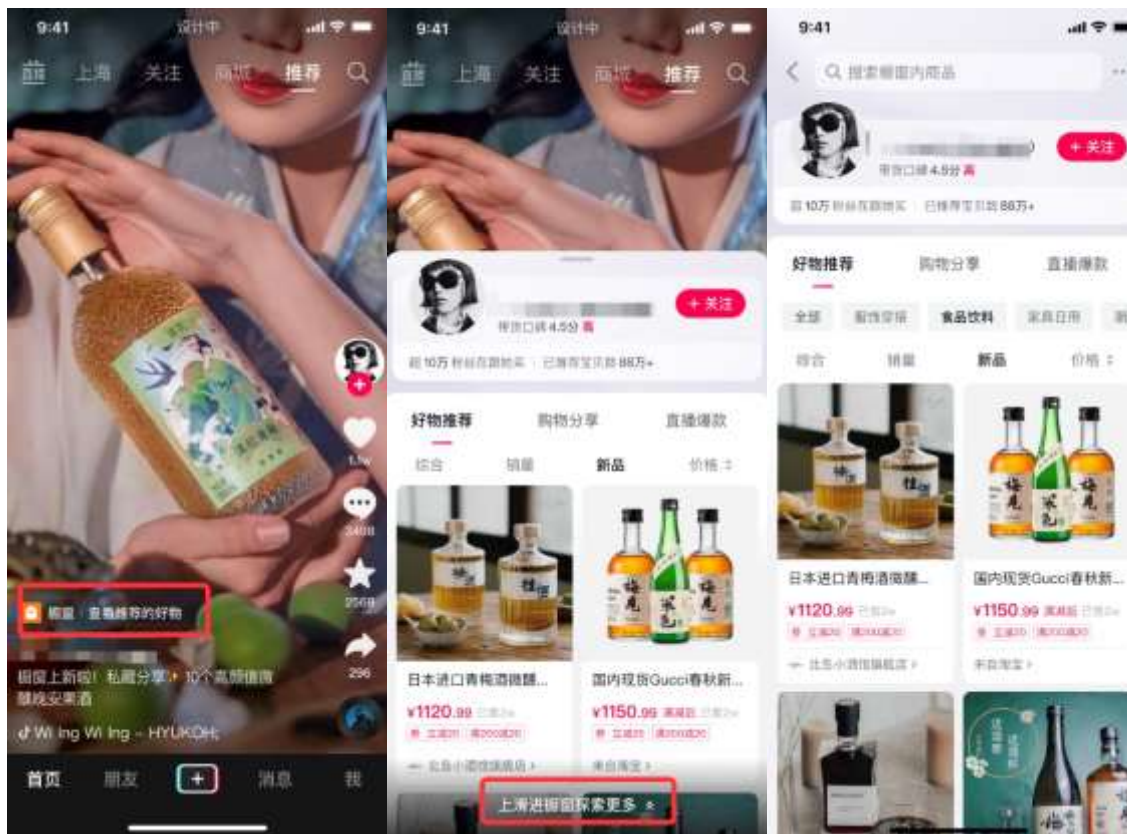
**重要程度：**★★★★

## 流量经营必备技巧

### • 短视频挂橱窗入口

**操作技巧：**

- 不挂车的短视频可以挂载橱窗，效率更高
- 种草短视频如果推荐多个商品，可以挂载橱窗，并在橱窗内对推荐商品做置顶操作



短视频橱窗流量入口示意

# 公域流量图文内容经营策略

## 流量特点

**流量特点:** 种草流量多, 用户更容易停留和逛橱窗

**适用人群:** 图文制作能力强电商作者

**建议策略:**

- 日常以专题或者热点图文为主, 挂载橱窗。橱窗内做好商品清单高效承接

**重要程度:** ★★ ★

## 流量经营必备技巧

### • 短视频挂橱窗入口

**操作技巧:**

- 种草高热图文挂橱窗, 多个商品橱窗更容易被转化
- 评论区回复用户购物需求评论, 置顶橱窗



图文短视频橱窗流量入口示意

# 公域流量评论区经营策略

## 流量特点

**流量特点：**被种草视频吸引且有购物意向的用户。是橱窗引流的重要渠道之一

**适用人群：**全量电商作者

**建议策略：**

- 日常定期维护高热短视频用户评论，做好粉丝运营。

**重要程度：** ★ ★

## 流量经营必备技巧

**操作技巧：**

✓ 优质的种草相关的爆款视频评论区可以补充上橱窗链接

✓ 爆款橱窗好物可以在短视频评论区挂载并回复用户

**案例效果：**

- 进橱PV环比增长**172%**
- 当天视频流量占比提升**40%**

(32%  72%)



评论区橱窗流量入口示意

# 公域流量直播间推荐页经营策略

## 流量特点

**流量特点：**承接直播中或者直播后没有满足用户购物诉求的用户。

**适用人群：**直播型电商作者

**建议策略：**

- 直播期间未满足的用户购物需求至橱窗成交

**重要程度：**☆☆☆

## 流量经营必备技巧

✓ 在直播过程中，除了当场售卖的商品，可以植入主播的对某些场景的理念，比如：护肤理念

✓ 下播后可以引导粉丝多关注橱窗并引导橱窗购买



直播间推荐页橱窗流量入口示意

# 公域流量抖音搜索页面经营策略

## 流量特点

**流量特征：**精准用户流，用户搜索达人昵称时候，展示页面会显示橱窗

**适应人群：**全量电商作者

**建议策略：**

- 如果橱窗有【定期上新】【设置橱窗红包】等操作，搜索页面会显示小红点，更能吸引用户点击

**重要程度：**☆☆☆

## 流量经营必备技巧

✅ 在橱窗定期上新商品，可以周维度1次

✅ 为粉丝设置橱窗红包



抖音搜索页橱窗流量入口示意



# 公域流量抖音商城经营策略

## 流量特点

**流量特点：**精准的电商用户流量，有明确购物需求，更容易被转化。

**适应人群：**全量电商作者

**建议策略：**垂类商品更容易被转化

## 流量经营必备技巧

- ✓ 历史带货商品加橱窗并置顶。
- ✓ 垂类达人可以用垂类商品引流转化



抖音商城橱窗流量入口示意

# 私域流量关注页面经营策略

## 流量特点

**流量特点：**私域经营重要渠道，粉丝精准流量，更容易在橱窗成交。

**适应人群：**全量电商作者

**建议策略：**

- 上新或者低价商品更容易转化  
粉丝进橱用户

**重要程度：**☆☆☆

## 流量经营必备技巧

- ✓ 稳定经营橱窗保持上新节奏
- ✓ 为粉丝设置橱窗红包



关注页橱窗流量入口示意

# 私域流量分享页面经营策略

## 流量特点

**流量特点：**私域的粉丝，潜在的较容易被转化为购物用户流量，精准且忠实

**适用人群：**私域经营能力强作者

**建议策略：**

- 定期分享，有上新可分享

**重要程度：**★★★★

## 流量经营必备技巧

### ✔ 分享橱窗到抖音粉丝群

分享整个橱窗到粉丝群，及时收集粉丝购物需求并添加商品至橱窗。

为橱窗获得额外流量增量

### ✔ 分享橱窗商品给好友

把好友意向商品加入橱窗，分享橱窗商品给好友，快速实现动销，轻松赚佣金



分享粉丝群 分享橱窗商品给好友

# 私域流量粉丝群经营策略

## 流量特点

**流量特点：**私域的粉丝，潜在的较容易被转化为购物用户流量，精准且忠实。

**适用人群：**私域强的电商作者

**建议策略：**可以定期分享橱窗新品和主题清单商品

**重要程度：**☆☆☆

## 流量经营必备技巧

- ✓ 定期分享橱窗链接到粉丝群
- ✓ 收集粉丝群粉丝的好物需求，设置专属的橱窗红包



# 直播间引流橱窗策略

## 策略一：直播心智养成

- 在直播过程中，除了当场售卖的商品，可以植入主播的对某些场景的理念，比如：护肤理念，这样单场直播如果没有合适的商品，可以引导粉丝多关注橱窗中是否有适合他的选择

## 策略二：下播前口播话术引导

- 即将下播的时间点，对直播不会有任何影响，且能承接直播间还未购买的流量，**建议作为每场直播结束的必备动作！！**
- 话术参考：“下播后爆款放在橱窗，价格一样的，大家想买的话，可以主页橱窗进去看下哦”
- 有条件的达人建议可以配合进行**橱窗购物的演示操作**，用手机操作或者打印对应的KT板皆可



03

## 达人橱窗选品渠道解读

---

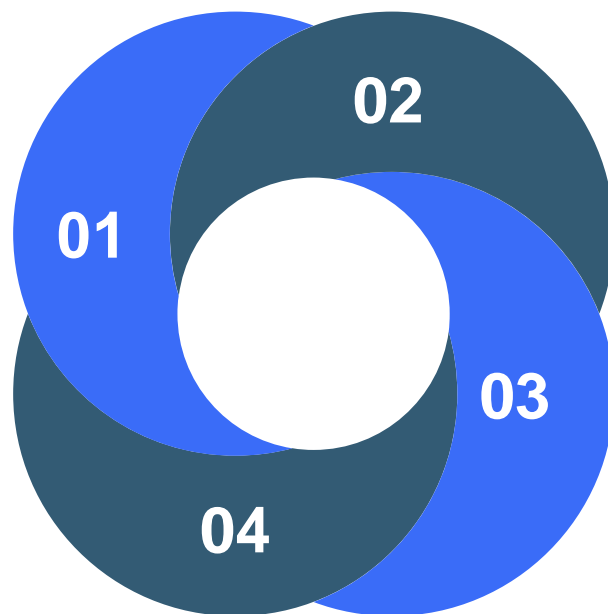
# 橱窗货品准备四大核心

## 选品思路

聚焦账号用户、粉丝兴趣偏好商品，日常走量、时下爆款、高佣商品平衡配置，选择高分、高评价、优质服务保障商品。

## 商品数量

至少保持20个商品，100个左右转化机加大；同品类商品≥15个时，有机会被商城云主题推荐



## 做好上新

每周至少上5-10个新品，即有机会获得推荐、搜索的额外流量！天天上新天天有

## 一键托管

开启一键托管，系统根据算法智能推荐商品加入橱窗，不费心不费力，轻松得分佣！

# 达人橱窗选品思路

## 做好账户定位 把握用户诉求

### 具体动作

- 核心用户资产：了解高潜/首单/复购用户的不同画像，提供该类用户的偏好商品成交榜单
- 产品功能地址：罗盘达人版-用户资产
- 粉丝画像分析：粉丝/新粉/成交粉丝画像，帮你识别粉丝偏好
- 产品功能地址：罗盘达人版-粉丝分析





# 达人橱窗选品思路

## 建立商品矩阵 满足用户诉求

### 具体动作

- **日常走量：**日常需求且高复购的商品
- **时下爆款：**结合账号定位，适当选择
- **产品功能地址：**使用精选联盟爆款榜查看行业爆款趋势
- **选品渠道：**橱窗好物和联盟爆款商品榜单



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/195311210013011203>