

附件 1-5

电子商务专业教师岗位试讲内容

教学内容:

第五节：直播营销

（教材：网络营销 高等教育出版社 汪永华主编）

重点：直播营销，可自备教具及自备案例，可适当删减增加需要的少部分内容。



国家职业教育
电子商务专业教学资源库



扫码学习
“网络营销”
在线开放课程



“十二五”职业教育国家规划教材修订版

国家职业教育电子商务专业教学资源库转型升级配套教材



高等职业教育在线开放课程新形态一体化规划教材

网络营销

(第二版)

主编 汪永华

高等教育出版社

二三十次，那么，今天话题营销的回复数量可达到几百次，每个人互动久，还愁没有人气吗？这样的话题营销不仅仅是在增加企业的论坛曝光度，同时是一种很好的营销论坛的方式，很多论坛都采用这样的方式，效果的确很好。

（四）正确引导回帖

如果之前企业在一个论坛中进行话题营销，那么，该企业可能会遇到争论，其实，争论是一件好事情，因为企业可以通过争论增强其论坛互动性与曝光率。但是，特别对不知名企业来说，通过论坛途径进行病毒式营销，如果适得其反，反而会给企业带来不好的影响。

例如，有的论坛会拿出一些比较热门的话题来讨论，这样的问题必然会引起很大的分歧，然而，作为一个论坛的管理者，如果掺和进去，和网友进行争论，甚至出现了过激行为，这首先会给网友一个不好的印象，网友们不会觉得这个管理员做不到位，而认为这个论坛做得不好。因此，在做论坛营销的时候，千万不要拿石头砸自己的脚。

（五）多增加新内容

如果一个论坛没有很好的内容，那么，企业凭什么去要求网友关注呢？对于论坛的管理，应积极鼓励版主去管理好自己的论坛。作为一个论坛的版主，必须经常点击自己发布的帖子，查看有几条信息，多发信息、进行动态更新，只有这样，才能带来更多的新鲜血液，从而保持论坛的活跃度。

第五节 直播营销

一、直播营销概述

直播营销是指在现场随着事件的发生、发展进程同时制作和播

2. 企业需要更立体的营销平台

在过去几年，很多企业、政府机构已经将在微博、微信开通账号，将其作为企业品牌营销和文化传播的标配。不过，这些传播主要还是基本以图文为主的，这可能远远不够。图文始终不够立体，用户看到的还都是静止的画面。在如今这个信息化的时代，单纯的文字传播很可能被忽略，而现在视频直播正在兴起，正好弥补了以前企业进行营销传播时的缺憾，在微博、微信之外，多了一个更为立体生动的营销阵地。

3. 网友看视频、玩视频的习惯养成

无论是移动互联网时代的机遇也好，还是企业营销的需求驱动也罢，最重要的根基就是用户愿意在这个平台上进行“玩耍”。越来越多的人愿意在视频平台上花费时间创造内容和浏览内容，这都得益于用户习惯的培养完成。

二、直播账号搭建与运营

直播的流程与直播账号紧密结合在一起，一般有以下几个流程：

（一）精确的市场调研

直播是向大众或个人推销产品，推销的前提是企业深刻地了解到用户需要什么，企业能够提供什么，同时还要避免同质化的竞争。因此，只有准确地做好市场调研，才能做出真正让大众喜欢的营销方案。

（二）企业自身优缺点分析

企业要正确分析自身的优缺点。做直播，如果营销经费充足，人脉资源丰富，可以有效地实施其想法。但对大多数企业来说，可能没有足够充足的资金和人脉储备，这时就需要充分发挥自身的优点来弥补缺点，一个好的项目也不仅仅依靠人脉、财力的堆积就可以达到预期的效果，充分发挥自身的优点，往往能取得意想不到的效果。

（三）市场受众定位

能够产生结果的营销才是一个有价值的营销，企业的受众是谁，他们能够接受什么营销方式等，都需要做恰当的市场调研，找到合适的受众是做好直播营销的关键。

（四）直播平台的选择

直播平台种类多样，根据属性可以划分为不同的几个领域。如果做消费品类的产品，直播推销衣服、使用化妆品将会带来意想不



课件：直播营销策划
与实施

到的流量。所以，选择合适的直播平台也是关键。

(五) 良好的直播方案设计

做完上述工作之后，成功的关键就在于最后呈现给受众的直播方案。在整个直播方案设计中，需要销售策划及广告策划的共同参与，让产品在营销和视觉效果之间恰到好处。APP直播场景的搭建如图6-25所示。在直播过程中，过度的营销往往会引起用户的反感，因此在设计直播方案时，如何把握视觉效果和营销方式，企业还需要不断商酌。



图6-25 APP直播场景搭建

(六) 后期的有效反馈

营销最终是要落在转化率上，实时及后期的反馈要跟上，同时，企业可通过数据反馈不断修整方案，将营销方案的可实施性不断提高。

三、直播广告投放

近些年，网红直播已经成为市场发展的一种趋势和潮流，各类直播平台的兴起让越来越多的人开始认识“网红经济”。网红主播开始走进大众的视野，到现在为止，网红直播已经走向了商业化，带动了这一行业的迅速发展。而对于广告主来说，有商业价值的地方自然就有他们的投资，于是人们可以看到越来越多的网红直播与品牌推广产生了联系（见图6-26），这些网红主播们为广告投放增添了又一新的途径。

在互联网时代，越来越多的网络用户开始体验各种直播平台，成为各种网红主播的粉丝，这也加快了网红经济的进程。与传统广告截然不同，网红直播过程中的广告植入不仅让广告与观众产生互

