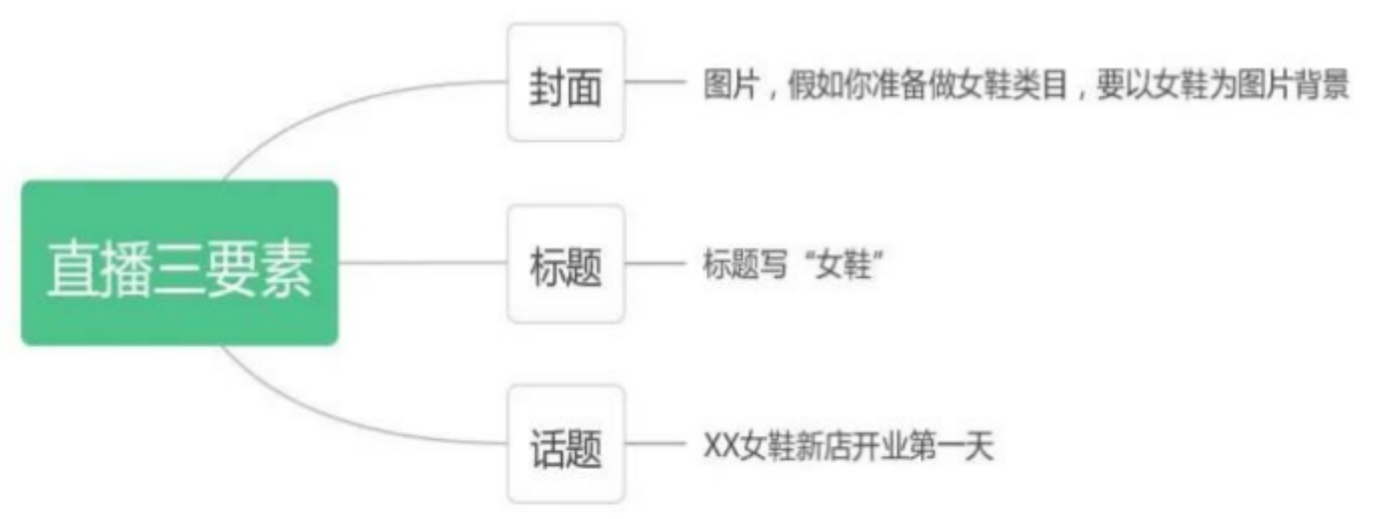
正价平播起号

首场直播三要素



直播三要素
- 封面 —— 图片，假如你准备做女鞋类目，要以女鞋为图片背景
- 标题 —— 标题写“女鞋”
- 话题 —— XX女鞋新店开业第一天

突出你的关键字、关键词，被抖音大数据收录，刚开始抖音官方不知道你是做什么的，这是给自己贴标签的第一步，让官方知道你是做什么的，后期才会给你推精准流量。

目录

01. 第一场：过风控
02. 第二场：节点
03. 第三场：点对点拉新
04. 第四场、五场
05. 第六场
06. 第七场

01
第一场：过风控

抖音号推流的八个入口

直播推荐　视频推荐　关注　同城
个人主页　商业化　搜索　其它

推流入口

直播推荐

- 玩直播的核心端口
- 占比越高越好
- 占比达到90%以上，账号会有热度、广场曝光度。

推流途径

短视频（作品）推荐

◆不发视频，降低占比。

推流途径

关注

◆禁止通过同一个IP和关注进入，平台可能认定你存在S单。

推流途径

同城

◆双关同城（抖音关＋手机设置关）

◆进来娱乐粉，不是精准粉

◆同行进入，会压制你

◆不影响直播推荐进入

推流途径

商业化

◆禁止发红包福袋（羊毛党）

◆投抖＋、千川等付费

推流途径

搜索

◆禁止通过搜索进入直播间

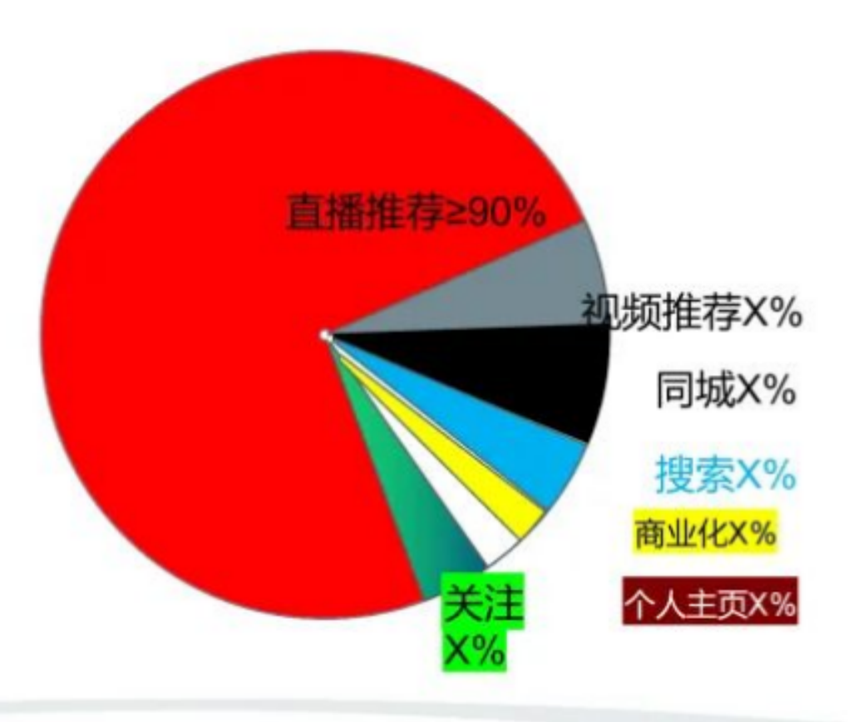
推流途径

其它

◆红包引来的

◆其它平台进来

◆转发链接、分享直播间（禁止）



第一场：过风控

① 1、全部使用自然流，不能使用付费流，自然流和付费流都是流量，免费的流量都接不住，花费的流量仍接不住，这是流量承接的问题。一开始就使用付费，前期可以拉起来流量，承接不住就会死掉，七天螺旋就是这样，成活率低。
2、不要低价起号。如果低价起号，前期可以拉起来流量，转款时人都跑了，造成转化率低，官方不再推流。

② 场观人数拉到300，直播时长不低于2小时

02
第二场：节点

第二场：节点

1. 平台是有记忆功能的，24小时一个节点，开播时间要固定，为了抖音极速流量。

2. 上三款产品

A、爆品，是通品（不挑人）、性比价超高，决策周期短，可以拉稳定流量。

B、福利品:拉互动停留。

C、利润品

以上三款产品可以构成直播间流量内循环1-2-3-1-2-3-1.。。。

03
第三场：点对点拉新

第三场：点对点拉新

前期：中控70%，没有延迟，助播。主播30%，6--9秒延迟。

人气来了，中控30%，主播70%。

注意口碑分。正常情况下30单出口碑分。要保持4.8以上，不限流；4--4.8限流；4分一下投流投不出去。

UV值。决定权重。直播间飘❤、点灯牌都是UV值。UV值1合格，3优秀。

成交密度，五分钟刷新一次。

04
第四场、五场

第四场、五场

01 拉精准。方法：拍作品，作品介入、双频共振。拍作品关键时间点：1、前1--3小时拍，在视频中介绍大体的直播内容和开播时间，预热直播间；2、开播半小时拍，可以引人进入直播间。引流的同时给账号打标签。

02 赛马机制：同类目、同权重、同流量层级的号统一赛道竞争，官方会把精准流量给最好转化、变现的号

03 作品投100抖＋到达人相似，选择涨粉。占比如果超大，1、及时隐藏作品；2、拉时长。始终直播推荐占比超过90%。所以，不能依赖于作品引流，也不能依赖于付费。

05
第六场

第六场

拉时长

有流速（AAA来了）为了拉场观峰值，破流量层级，可以增加流速。
一般在第六场遇见极速流量（大而泛），直播间主推爆品来洗流量（主播话术）

发红包

例如：有没有一直在我直播间想给我卡灯牌却没有抖币的，我现在发一个红包去领，然后给我卡个灯牌；只有粉丝团可以领，设置十分钟可领，设置领取”主播威武“这样就完成了”新增“停留”活跃度三个作用

拉停留

停留3秒靠场景（手段、鸭鸭羽绒服在珠穆朗玛峰直播，曝光率40%），30秒靠产品（选品是王道，点击率10%），60秒靠主播，带货直播间留人要50---60秒（主播能力）