



农产品直播电商运营 策划方案

FRESH
RADISH
\$ 3 ¹⁰/_{LB}

BEETROOT
\$ 4 ⁰⁰/_{LB}

100%
ORGANIC

目录

CONTENT

01. 农产品直播电商市场

print the presentation and make it into a film to a wider field

02. 直播团队与选品计划

print the presentation and make it into a film to a wider field

03. 农产品直播电商规划

print the presentation and make it into a film to a wider field

04. 农产品直播营销策略

print the presentation and make it into a film to a wider field

05. 农产品直播销售计划

print the presentation and make it into a film to a wider field

Part 1

农产品直播电商市场

FRESH
RADISH
\$ 3 ¹⁰/_{LB}

BEETROOT
\$ 4 ⁰⁰/_{LB}

100%
ORGANIC

县域经济：抓住直播电商风口

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

作为国民经济的基本单元，县域经济的活跃度被视为国民经济的重要风向标。

2020年《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中提出“发展县域经济，推动农村一二三产业融合发展，丰富乡村经济业态，拓展农民增收空间。”

中国社会科学院财经战略研究院，2020年《中国县域经济发展报告》显示，全国百强县（市）GDP总和占全国的9.6%，有32个（市）GDP超千亿。

2020年受疫情影响，各地复工复产纷纷借助数字化手段创新，县市长纷纷走进直播间，通过“直播”为当地农副产品“带货”。“市长直播”、“县长直播”这种方式，能有效增强农产品的品牌效应提升农产品附加值，让更多农民走上致富增收的道路，也深受消费者欢迎。

淘宝直播

春播月

2020·3

春暖大地
直播希望

100位县市长齐聚淘宝直播
为原产地农产品代言



阿克苏：特色农产品，淘宝直播卖嗨了

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



2020年4月24日，阿克苏市市委常委、副市长袁建强和市委常委、阿克苏商贸物流产业园管委会党工委书记张欣走进“淘宝live 市长来了·阿克苏专场”直播间，化身“带货主播”，和淘宝主播一道宣传推介阿克苏市特色农产品。“我们阿克苏水土光热资源丰富，一年光照时间达2800多个小时，夏季日间超过12个小时。在加上11月份打霜后，昼夜温差大，所以我们的‘冰糖心’苹果才这么甜，糖度最低都有17度。”从产品产地优势到口感特色，与网友进行互动。

刚刚开播10分钟，直播间观看人数就超过了25万，原本14时就要结束的直播，架不住网友们的热情“攻击”，17种商品初一上架就被秒光，现场的店主们纷纷拿出电话调货，整场直播硬是往后延迟了1个小时才结束。众多网友评论留言，“最美阿克苏”“买买买”。

据统计本次直播观看量达40万人，达成销售订单3600余个。疫情影响下，直播带货，带火疆货，将阿克苏的特产推荐给全国网友，为巩固脱贫攻坚成果助力。

直播电商迈向万亿市场，成为拉动消费新引擎

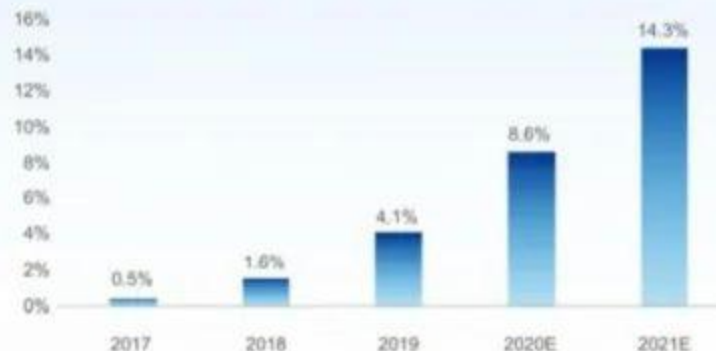
print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

- 数据显示，2020年直播电商整体规模将突破万亿，达到10500亿元，渗透率将达到8.6%；
- 据商务部数据显示，2020年我国重点监测电商平台累计直播场次超2400万场；
- 直播场景越来越丰富多样，产业带直播、农副产品直播、非遗直播、文化旅游导览直播等纷纷涌现。

市场规模今年有望破万亿



直播电商在电商市场中的渗透率



来源：毕马威、阿里研究院《迈向万亿市场的直播电商》2020.10

全国直播电商特色地图

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

- 直播电商发展与当地产业基础密切相关。
- 东南部沿海省份，制造业相对发达，直播电商主要品类为服装、鞋类等，如杭州女装、海宁皮革、晋江鞋业等。
- 中西部省份，气候、环境资源独特，直播电商以农副产品为主，如阿克苏苹果、中宁枸杞、柞水木耳等。
- 玉石直播异军突起，成为直播网红产品，如瑞丽翡翠、和田和田玉、岫岩玉石成为直播爆款产品。

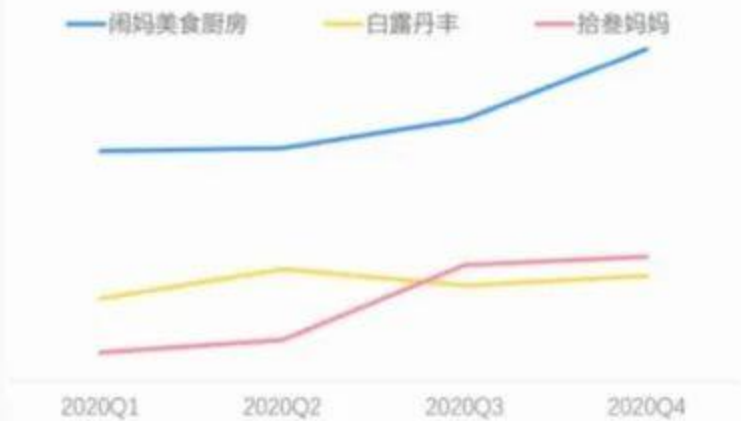


特色主播如三农主播、老年主播崛起

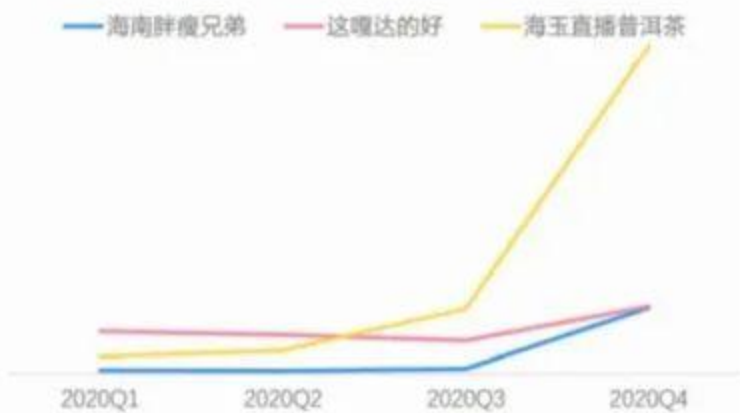
print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

- 随着直播场地和直播用户的拓展，农村用户和银发族也成为电商直播一大生力军，三农主播和老年主播展现出强劲的带货力。

2020年部分老年主播淘宝直播引导消费趋势



2020年部分三农主播淘宝直播引导消费趋势

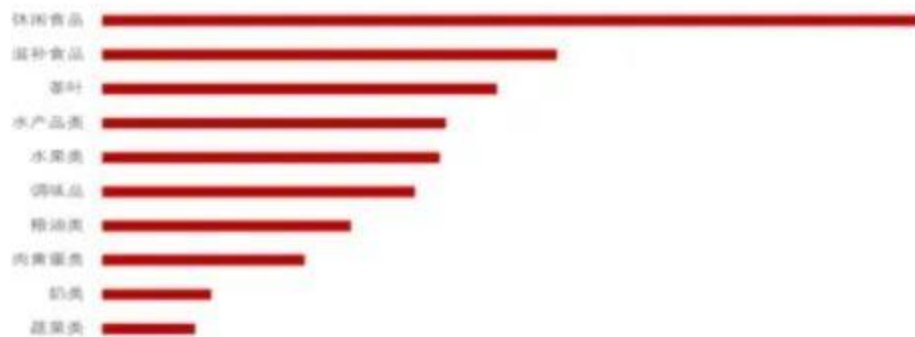


农产品电商销售概况

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

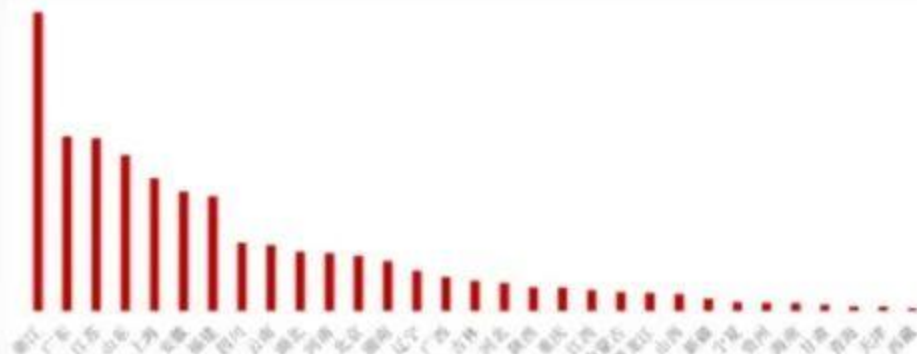
➤不同品类农产品电商销售情况

从品类来看，位居销售额前十的分别为：休闲食品、滋补食品、茶叶、水产品、水果、调味品、粮油、肉禽蛋、奶类、蔬菜。其中，水果品类中，丰县苹果在苹果中排名第一，赣州脐橙最受脐橙购买者青睐，烟台樱桃占樱桃市场总量的30%。



➤ 各省农产品电商销售排名

在农产品电商销售额前十省份中，浙江遥遥领先，位于第二到第十的是广东、江苏、山东、上海、安徽、福建、四川、云南、湖北，中部、西部地区各有2个省跻身前十





政策引导，促进直播电商有序发展

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

直播电商市场规模的迅速扩大与各地的扶持政策是分不开的。随着直播电商在推动消费、促进就业、创造经济新增长点等方面的作用日益凸显。

多地政府明确提出要打造“直播电商之都”“直播经济总部基地”，并将电商主播列入人才引进政策，出台了一系列相关人才培养的扶持政策，掀起一波发展直播电商经济的热潮。

据不完全统计，2020年全国有33地区（含省、市、区）出台了直播电商扶持政策。

- 5月26日，青岛市出台《青岛市直播电商发展行动方案（2020-2022年）》，打造成为中国北方的直播电商领先城市
- 6月8日，广州市花都区出台《扶持直播电商发展办法（2020-2022年）》，建成10大在国内有影响力的直播电商基地
- 6月10日，北京市出台《促进新消费引领品质新生活行动方案》，推动实体商业推广直播卖货等新模式
- 6月20日，杭州市余杭区出台《余杭区直播电商政策》，12条“直播电商”支持政策，打造直播经济第一区。对有行业引领力、影响力的直播电商人才，经认定按最高B类人才享受相关政策。
- 6月22日，义乌市出台《义乌市加快直播电商发展行动计划》，对知名直播平台、规模网红服务机构、自带流量的“网红”等，在金融、税收、人才购房、子女入学等方面给予支持
- 12月4日，上海市商务委出台《关于促进本市直播电商创新发展若干措施的通知》，激活直播电商上下游产业链，建设直播电商新型生态圈
- 12月14日，吉林省商务厅遴选出吉林省2020年度直播电商示范企业15家

目前农产品直播电商存在哪些问题

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



直播内容单一

直播内容缺乏新意,同质化严重,导致直播质量不高,产品销售不佳



产品缺乏特色

直播平台上的多数农产品质量相似自身特点不突出,缺乏对顾客的持久吸引力



售后服务不完善

农产品的直播销售将重心放在销售上,而忽视了更加重要的配送及理赔环节,导致整体评价低,口碑差,最终营销产品销售



缺乏监管发展不规范

目前直播平台对农产品直播内容的审核不严,缺乏有效的监管。农产品网络直播的内容同质化严重,“网红带货”存在虚假宣传,数据造假等现象。从交易端来看,部分直播平台的交易方式不规范,质量安全问题难以追溯,消费者权益极易受到损害,降低了农产品网络直播行业发展的整体质量

Part 2

直播团队与选品计划



公司介绍

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

- 企业宗旨：
 - 为客户制作精品，为企业树立形象，为员工提供机会，为社会创造财富。
- 企业理念：
 - 以质量求生存、诚信促发展，在学习创新中完善企业，在团结拼搏中成就未来。
- 企业精神：
 - 诚信和谐，务实求真，追求卓越，锐意创新。



公司电商事业部组织架构

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



直播电商团队分工

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



产品运营

营销任务分解
货品组成
品类规划
结构规划
陈列规划
直播间数据运营
一般作为直播负责人



活动策划

商品权益活动
直播间权重活动
粉丝分层活动
排位赛机制活动
流量资源策划



内容编导

商品脚本
活动脚本
销售套路脚本
关注话术脚本
控评话术脚本
封面场景策划
下单设计角标等妆容服饰
道具等



主播

熟悉商品脚本
熟悉活动脚本
做好复盘
总结话术
总结节奏
总结情绪声音



场控

直播设备调试
直播软件调试
保障直播视觉效果
发券表演等配合
后台回复等配合
数据即时登记反馈

产品展示 (图片仅供参考, 具体请列举自己的商品清单)

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

干货



特产



水果



产品优势

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



农产品直播电商选品策略

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field.

便于保鲜、储存、运输的农产品

目前只要是电商运营，自然就需要物流运输，新鲜的农产品在密封的快递箱里，经过抛摔碰碰一路传递，你要考虑能否新鲜完好的送到消费者手里？特别是在天热和天冷的时候！干货类的不易碎的，例如粉丝，杂粮，干辣椒等都比较适合电商；新鲜蔬菜里叶菜类的蔬菜是最容易变质的，因此也是最难上线的，目前很少有人敢做；根茎类的农产品，相比较比较好运输，好储存，像红薯，土豆，姜等都比较好做。所以，这方面是农副产品电商要重点关注的一个方面。



农产品直播电商选品策略

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

有卖点的新、奇、特农产品

电商产品要有卖点，并不是说所有的农副产品都适合做电商，譬如土豆，因为土豆种植面积比较广泛，在消费者心理也是偏低端的食材，电商土豆加上运输和包装费用，比去超市买还贵，如果你的土豆和超市一样，消费者为什么会从网上买呢？但是，如果你的土豆富硒，那就不一样了，消费者自然也不会和超市普通土豆比价，消费者买也不仅是冲着土豆，而是冲着营养去买了。新奇特的农产品像，贝贝南瓜，果冻橙，小甘薯网上都卖得很不错。其他像食药同源的农产品，未来也会有很大潜力，都可以挖一挖。这也是农村农副产品电商的选品方向。



农产品直播电商选品策略

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

区域性强的，不可替代的农产品

这个就比较好理解了，做电商的农副产品，像南方的一些水果，北方的一些特产，甚至只有某地才有的特产。这些区域性强的产品，线下通过层层分销，配送，到消费者面前的时候，价格比原产地已经翻出了许多倍，而电商可以直接实现原产地到消费者，这其中就有很大的价格优势，对于消费者是很具有吸引力的。你看现在网上卖的猕猴桃，冬枣，水蜜桃，芒果等等各种水果，包邮到家，平均每斤的价格甚至比去当地超市买便宜一半，自然能吸引很多消费者下单，就是这么简单的道理。



Part 3

农产品直播电商规划

FRESH
RADISH
\$ 3 ¹⁰/_{LB}

BEETROOT
\$ 4 ⁰⁰/_{LB}

100%
ORGANIC



不同平台直播带货各有特色

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



淘宝直播

电商带货平台
头部主播高度集中
薇娅、李佳琦为代表



京东直播

电商带货
目前无代表人物
近期大力发展



小红书直播

种草基地
生活方式的分享
创作者的舞台



抖音直播

内容变现
以内容方式进行营销
开始招揽头部主播



快手直播

“老铁文化”
头部主播相对分散

直播店铺开通

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

➢ 依托现有店铺开通直播权限即可开播；若无店铺，则根据行业属性，准备资料，选择合适的平台开设店铺，并尽快开通直播权限。以下为主流直播电商平台布局情况，选择适配的平台进行直播，有条件的可以选择多个平台矩阵直播，以便择优选择合适直播平台。

平台	淘宝	京东	蘑菇街	快手	抖音	拼多多	小红书	微博	微信
入局时间	2016	2016	2016	2018	2018	2019	2019	2019	2019
平台基因	搜索+电商	搜索+电商	电商	社交+内容	算法+内容	游戏+电商	内容+社区	媒体	社交
直播载体	淘宝直播	京东直播	蘑菇街直播	快手直播	抖音直播	多多直播	小红书直播	微博直播	视频号直播
交易载体	淘宝/天猫	京东	蘑菇街	自建小店/淘宝/京东/有赞...	抖音小店、淘宝、京东	拼多多	小红书商城	微博小店、淘宝、有赞	小程序商城、有赞...
商品品类	淘系全品类	京系全品类	服装为主	平价日用百货为主	美妆+服装、品牌商品	全品类	美妆+品牌	大时尚品类	全品类
用户规模	移动月活8亿	活跃购买用户3.87亿	年活跃用户2660万	日活用户3亿	日活用户4亿	年活跃购买用户数5.85亿	月活用户1亿+	月活用户5.5亿	月活用户11.5亿
战略要点	中小主播扶持，商家扶持（含线下门店）	提升商家直播渗透率，赛马机制孵化优质机构及主播，搭建直播生态	助力中腰部主播崛起，联动供应链基地，搭建代播服务体系	搭建自有闭环，垂直类流量倾斜，平台服务升级，启动品牌化升级	成立电商部升级商业化，培育头部标杆，鼓励达人参与，新规拉高带货门槛	平台流量倾斜，直播权限全面开放，定向邀约MCN机构合作	垂直类流量扶持，权限全面放开，交易只允许导向自营商城	整合直播平台，帮助主播打造微博影响力，明星直播	目前微信已经将视频号与小程序、企业微信号打通，下一波直播电商红利即将到来

直播电商整体运营规划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



直播电商运营计划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



直播电商阶段运营目标

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

总体
目标

前期目标

规范部署内容试运营

规范运营阶段（1个月）

内容
工作

•对视频介绍页面模板及封面进行维护，从图片配图风格等多方面形成品牌独有特点的统一化风格。

用户
印象

让用户逐步了解并喜欢品牌，热爱生活与运动，倡导健康的的内容特点。

中期目标

增进用户黏性

强化提高阶段（2个月）

•在运营的过程中，收集用户数据并加以分析，针对用户行为了解内容偏好，根据用户偏好，短视频热门等内容形式调整视频内容

具有一定功能特点，不仅能带来欢乐更能有实用性的风格，增强粉丝互动，并获得更多喜欢。

后期目标

提升关注

成熟、稳定阶段（3个月以上）

•不断优化内容质量，增强线上互动，增强可产出更多多样化内容满足喜好，如增加粉丝互动、直播活动、福利赠送等等。

在长期内容引导下，不仅获取稳定粉丝人群，通过适量的广告投放增加更多粉丝关注。

Part 4

农产品直播营销策略



产品运营层面

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



选品策略



以XX、XX为直播电商引流款，主要以吸引观看、福利活动为主，再辅以销售转化好、复购率高的XX产品为利润款。



产品检测



农产品无公害检测认证，每一个出厂销售产品都经过专业机构严格的无公害检测，保证产品质量。



产品品质



产品是核心问题，保证产品的数量、更新、性价比，品控的把握是决定农产品直播营销长远发展的基石。

供应链层面

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



供应商渠道

产销一体化，自产自销，并与当地种植/养殖户合作，获得了当地源头资源的供货支持，因此在产品渠道方面有着真实材料与品质体系保障。



物流发货

已完善成熟的发货系统及打包人员，产品售出的流程在：送检--打包--物流 均可在 24 小时-48小时内完成产品邮寄。



售后服务

在购买后产生退换需求，直接与小店客服联系沟通便可解决。我们有 24 小时轮班在线的客服工作人员，提高售后服务及便利解决客户的需求。

直播电商营销策略

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



推广投放

直播电商的多样化，商家自播的模式选择广告投放渠道将平台用户引流到自己的直播间，增大精准目标客户，提高转化率。



KOL营销

与 KOL 达人主播合作，消费者在自己信任的主播陪伴下，边看边买，产品的优劣认知快速且直观，下单率高。



助农直播

通过官方平台、当地政府组织的助农直播活动，引起观众情感共鸣、激发购买欲望，“价”与“量”的结合能让“品牌”与“销量”双丰收。



直播电商活动营销计划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

以月度为主题进行**促销**，展开1-2次**活动**，同时补充各类**官方活动申报**

	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日	31日
1月																														春节	春节
2月	春节	春节	春节	春节	春节									情人节/元宵节																	
3月								妇女节						白色情人节																	
4月					清明节	清明节	清明节																								
5月	劳动节	劳动节	劳动节								母亲节																				端午节
6月	端午节/儿童节	端午节													父亲节			父亲节													
7月	建党节																														
8月	建军节	七夕情人节																													
9月						中秋节	中秋节	中秋节		教师节																					
10月	国庆节	国庆节/重阳节	国庆节	国庆节	国庆节	国庆节	国庆节																								
11月											双十一																				
12月												双十二													圣诞节						

节假日促销活动年度时间表（放大表格查看具体数据）

直播电商产品促销活动策划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

开业活动

店铺准备就绪之后，投入运营的第一周，举办开业直播活动，活动为主，卖货为辅，开业活动以吸引观看为主。

平台活动

参与直播平台活动，并利用平台营销工具引流、宣传产品和销售，这样可以提升品牌知名度和产品销量。

活动策划

直播活动

每场直播无论大小都应策划相关活动，主要是为了在直播过程中提升直播氛围，留住用户，提升销量。

品牌活动

进入销售旺季，策划店铺品牌主体活动，以满就送、套餐优惠、优惠券等方式进行全店营销。

直播电商品牌推广活动策划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



双十一活动

参加所在平台双十一电商大促活动，做好每一场直播，提升商品销售和品牌形象。



双十二活动

参加所在平台双十一电商大促活动，提高产品销量的同时进行全店促销，提升品牌知名度。



年货节活动

通过年货节电商直播活动，加大推广力度，对产品进行促销和品牌打造。



直播电商带货模式

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



1

店播模式

店铺自播的模式，主播为员工或老板

2

达人带货（联盟分销）模式

与网红达人合作，由网红主播直播带货分销商品，共同分润

3

店播+达人带货模式

店铺自播与网红达人带货，两个模式并行

4

店播+（自有）矩阵号直播模式

由一个主账号+多个子账号共同直播的模式，子账号导流

5

店播+（自有）矩阵号直播+达人带货模式

所有直播模式并行，可以测试每种模式的效果

直播带货销售思路

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



直播带货销售思路

- 1、**场景联想**主要是描述顾客常见的商品使用场景，以便引发顾客需求
- 2、**产品卖点**主要是产品的原料、工艺、功能、对顾客的好处
- 3、**品牌优势**包括品牌创立时间、品牌的愿景、有多少粉丝
- 4、**直播优惠**是在店铺前台零售价的基础上，给直播间下单顾客特别的优惠，通常通过优惠券、买赠、返现等方式实现，为了让顾客觉得直观，通常采用计算器、手机屏幕计算、纸张手写等方式比价，让顾客觉得划算
- 5、**产品评价**主要披露这款产品总销量、总评价数量，引发顾客从众购买心理；对于文案比较出彩、比较逗比的评价，可以挑选2-3个出来念给观众听
- 6、**限时限量**起到催单作用，告诉顾客只有直播时间内在直播间下单才能享受优惠，过了直播时间只能以正常下个下单

农产品生产体系

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field





农产品销售体系

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



Part 5

农产品直播销售计划

FRESH
RADISH
\$ 3 $\frac{10}{LB}$

BEETROOT
\$ 4 $\frac{00}{LB}$

100%
ORGANIC



直播电商销售目标计划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field



01

商家自播

结合直播营销方案，计划推广投放的模式进行账号自播，规划每个月直播计划不低于25场。

02

KOL网红达人直播

联合KOL达人主播进行单品寄播+专场合作模式推动销售业务，欲计划每月合作专场 3-10 场。

03

助农直播

参与官方平台或当地政府组织的助农直播活动，积极参与，获取流量扶持，平均每个月直播3-5场。

04

全年目标

直播销售额的达成保守以单品寄播作 10w-30w 的月目标，自播及 kol 专场合作的月目标计划为 60w-150w，直播销售额的年计划不低于 500w。

直播电商年度销售目标计划

print the presentation and make it into a film to be used in a wider field

农产品直播电商年度目标销售计划

农产品直播电商年度目标销售计划														
计划	时间	第一季度			第二季度			第三季度			第四季度			合计/平均
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	12月
销售计划	销售额 (单位: 万元, 下同)	30	40	50	50	50	60	60	70	70	70	120	100	770
	月总所需推广费用	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	12	10	77
	月总销售订单	6000	7000	8000	9000	9000	10000	10000	12000	12000	12000	20000	16000	131000
	日均推广费用	0.10	0.13	0.17	0.17	0.17	0.20	0.20	0.23	0.23	0.23	0.40	0	2
	日均销售额	1.00	1.33	1.67	1.67	1.67	2.00	2.00	2.33	2.33	2.33	4.00	3.33	2.11
	日均销售订单	200	233	267	300	300	333	333	400	400	400	667	533	4367
	平均客单价	50	57	63	56	56	60	60	58	58	58	60	63	59
直播计划	月总直播计划	28	32	33	41	42	44	45	45	46	46	63	63	528
	自播计划	25	25	25	30	30	30	30	30	30	30	40	40	365
	助农直播计划	0	2	3	3	4	4	5	5	6	6	8	8	
	KOL直播计划	3	5	5	8	8	10	10	10	10	10	15	15	109
团队计划	直播电商负责人	1												30
	直播运营	2-3个, 负责店铺、短视频平台运营, 直播运营						4个						
	运营助理	2个, 协助运营、主播, 直播过程监控						2-4个						
	推广专员	2, 根据直播效果负责广告投放, 推广, 数据分析						2-3个						
	短视频拍摄	1个, 负责短视频拍摄, 产品视频拍摄						2个						
	短视频制作	1个, 负责短视频后期制作						2个						
	脚本文案策划	1个, 负责直播产品脚本策划, 活动策划等						2-3个						
	美工设计	2个, 负责视觉营销和商品图片						3-4个						
	直播主播	2个, 轮班制, 不播的时候熟悉产品和脚本						3-4个						
	客服	2个: 早晚班各1个			2个: 早晚班各2个			5-8个						
仓储	2			2-4个			3-6个							
运营规划		起步期: 完善基础			巩固期: 优化改进			发展期: 稳定发展, 沉淀积累			冲刺期: 冲刺准备, 全力爆发			双击上方表格图标打开表格



