

电商平台冰城主播生态调查(上)

眼下直播正成为搅动电商业态的新势力,一批年轻人梦想再造神话
流量生金年代 哈尔滨的“李佳琦们”

□本报记者 万佳 文/摄

主播李佳琦5分钟卖出15000支口红,既是他个人努力,也是赶上了电商直播风口。阿里公布的数据显示,今年“双十一”由直播带来的成交额近200亿元,有一半电商通过直播获得新增长。

直播已成为新的营销方式,推开哈尔滨某个不起眼的居民住宅的大门,你就有可能偶遇个把电商主播。在这个没有门槛的行业,如今正有大批年轻人涌入,他们把李佳琦作为个人奋斗目标。

A 瓜皮小帽,大金链子……
主播人设是这样出炉的

还离房间很远,就听见有人语速极快地亢奋吆喝:“宝宝们,快下单吧!我的天啊,只有几套了,这个价可是错过这个村就没这个店了……”在哈尔滨南岗区哈尔滨天路文化传播有限公司直播间内,淘宝官方台“巴巴有宝”节目正在直播,哈尔滨小伙谭楚琛头戴瓜皮小帽、鼻上架着阿炳式的墨镜、脖子上套着夸张的大金链子,正在进行每天固定的淘宝直播。在网上,谭楚琛给自己起的花名叫“桃子”。“双十一”期间,“桃子”一举打掉粉丝几千万的老主播,直线上升为当日“排位王”。



主播“桃子”在直播中。

“排位王”是淘宝直播“赛马淘汰制”产生的。“淘宝直播平台把商品按门类分成服装、村播、乐家乐活等多个大赛道,各直播间在本赛道内按照粉丝量、销售量、粉丝在线时长等数据进行热度排名,每次只显示排名前50名的直播。”哈尔滨天路文化传播有限公司首席执行官于萍说,对于像“桃子”这样的新人主播,“排位王”这种激励带给他的是一种荣誉感和成就感。而对直播团队和公司来说,排位靠前意味着会有更好的资源位,比如打开直播首页,最先看到的可能就是排位靠前的直播间。

“我是今年7月份开始试水直播的”,下了直播的“桃子”换下“逗比”的造型,恢复到原来安静、斯文的状态,据说这个“逗比”造型是直播团队在尝试各种造型之后最终确定的。“之前给‘桃子’试过知识分享型的、斯文的、装酷的、甚至还有乡村风和居家主夫型的,都不太理想。”于萍说,通过直播期间转粉率和粉丝在线时长等数据,我们发现“逗比”造型在直播时更占优势,“其他造型可能

一次直播只有几千人观看,平均在线时长也就十几分钟。换成这个造型后,转粉和时长基本都增长了3倍—5倍。”于萍说,经过团队复盘总结,得出的结论是,这个形象基本代表了全国网友对东北人的定位:具有幽默感、自带喜感、爱开玩笑、天生活泼。

因此,从今年10月份开始,“桃子”立起“逗比”的人设,“这个形象的好处在于,在直播中放得开,就像跟粉丝面对面聊天似的,产品都是唠嗑的时候顺带说的。这样不仅与粉丝互动更融洽了,卖产品不显得那么唐突,也更容易让人接受。”“桃子”说,在坚持直播一个月后,他实现了每场平均5万常规粉丝量,最多一场下单几千单的业绩。

“宝宝们,现在东北零下十几摄氏度,这温度给你们发出去的东西都会冻得钢钢的,所以我们现在给你们发的,都是不怕冻的,宝宝们放心下单造吧。”“桃子”主要卖食品类商品,因此他的粉丝以“吃货”为主,爱吃会吃的“逗比”主播这个标签正好符合他的定位。

另一位年轻主播“二猫”经常刷李佳琦、薇娅等知名主播的直播,关于人设,她是这样认识的,“别人进去主要是看商

品,我进去则注意他们节目的节奏,主播的语速和技巧。渐渐地我发现,他们成功的秘诀在于‘强人设’,就是在直播中树立一定的个人形象,以与其他同类主播相区别。”

在实践中摸索出最适合的主播人设,应该算是直播成功了一半。“简单来说,通过主播人物设定可以让自身的定位更加鲜明立体,让粉丝通过一个关键词或者一句话就记住你。”于萍说,也就是说,你要么是与众不同的,要么是让人印象深刻的。说到李佳琦,粉丝们都知道,他之前是欧莱雅柜台的彩妆师,给人的感觉就是很专业且有魅力。

于萍说:“主播的人设,与直播节目的内容和主播的个人特色有关,还和直播的受众有密切关系。”受众对主播人设的需求更为直接。一般来说,粉丝人群画像是以二线城市学生、宝妈和家庭主妇为主,这类人群生活节奏慢,有时间刷视频。他们会根据自己的需求对主播有一定预期,“比如,学生会记住那些号称‘价格全网最低’‘款式最新’等关键词的主播;而宝妈则会关注‘安全’‘性价比’等有经验主播。”

B 主播们的生活
直播、复盘 3点睡觉是常态

每天平均6个小时的超长直播,让“桃子”成了一打开话匣子就停不下来的人。除非打断,否则别人根本插不进去话。实际上,他的这些标准主播式声调、语速都是对着镜子练习出来的,“直播时说话不能像平常说话那样,声音必须要大,要有鼓动性;说这句话的时候,同时要想着下句接着怎么说。”“桃子”说,一个优秀的主播需要全身心投入。每天少则三四个小时,多则十几个小时内容输出,主播及其团队要提前一天熟悉产品属性,直播后还要

连夜进行数据复盘,完善直播流程。“除了睡觉,几乎都在忙这一件事情。”

每次直播,“桃子”在淘宝直播间一般会推荐20种左右产品,他主攻零食、水果、杂粮类原产地农副产品,其中哈尔滨本地产的农副产品占30%左右。“桃子”说,“每一天的直播都是全新的。”每次做直播,跟上一次直播在推荐产品、推荐节奏、与粉丝互动等方面都有所不同,这些都是根据直播实时数据做出的轻微调整。“比如,过去直播我们通常把所有

产品点一遍,然后再互动,但后来我们发现这种方式效果不是很好,网友会觉得乏味、很枯燥,因此停留的时间相对短,觉得后面也没啥可看的了。现在节目的呈现方式是把商品放到直播‘中场’,产品穿插在直播过程中的,这样能留住一些想买东西的网友,给人的感觉更好玩,也不是太唐突。”

尽管工作很辛苦,但每个月能拿到保底四五千元的月薪,还有额外的奖金,没有上过大学的“桃子”已经很满足了。早两年进入电商直播行业

的“大碗”对此有更深的体会。两年来,“大碗”几乎每天都开几个小时的直播,每天直播、复盘后,凌晨3点睡觉已经成为常态。今年“双十一”期间,“大碗”和团队一起直播了35个小时,这对普通人来说很难坚持。“直播的成功,是靠整个电商的成熟‘孵化’出来的。许多人只看到互联网发展的井喷式增长,却没有注意到只有达到一定量的积累才会上升到井喷状态。”“大碗”说,无论哪个行业,只有坚持做下去的人才会迎来事业的春天。

