# 抖音带货拍摄总结范文(优选29篇)

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-04-10

*抖音带货拍摄总结范文 第一篇首先是选品，每次直播先列好清淡，按顺序一个个的讲解，尽量避免在直播过程中插入其他产品，可能会打乱后续直播的节奏，这是比较考验主播临场应变能力的。选品之后就要明确优惠信息，有哪些折扣，以哪种形式展现，是否吸引，这些...*

**抖音带货拍摄总结范文 第一篇**

首先是选品，每次直播先列好清淡，按顺序一个个的讲解，尽量避免在直播过程中插入其他产品，可能会打乱后续直播的节奏，这是比较考验主播临场应变能力的。

选品之后就要明确优惠信息，有哪些折扣，以哪种形式展现，是否吸引，这些都是直接触达消费者的利益点，不能含糊。

然后需要预热一波，公布直播信息到社群，或者社交平台。包括直播的产品和优惠信息，毕竟前期多点人知道多点曝光也是好的。前期还是不要在黄金时间去和大主播抢流量，错开直播时间好点。

情况允许的话在直播过程中和进入直播间的粉丝打打招呼，提醒关注，回复别人的问题。要多进行互动，不仅是你，粉丝也是需要存在感的。另外刚开始直播，难免没什么人气，在没有人为推广的前提下这是正常情况，所以不要觉得尴尬，心态要好，直播的节奏可以放慢点，毕竟万事开头难。

如果一个人讲太枯燥，可以试试两人合作，以聊天对话的形式讲解产品，但是两个人就比较考验默契度，所以最好准备脚本，先按稿来演练，你会发现气氛会轻松很多。两人分主次，主讲的`讲解产品，另一个负责接入话题，做辅助。

关于产品卖点，先梳理好，适当的通过聊天话题引出来，这样多直播几次，你就能锻炼好在镜头前的表达能力。好的主播，心理素质都是比较强大的，你对自己有自信，别人才能相信你。（前提是不卖假货）

还有一个比较关键的点，就是适时的引导下单，比如关注、送礼、抽奖、催单这些，都是为了最后成交，所以要把控直播的度，在讲述完产品和优惠信息时，需要有引导成交的步骤。刚开始的引导是会比较生硬，因为根据优惠形式的不同，引导下单的策略也会不同，没有太通用的方式，但是首先要有这个意识，就是最后都是为了成交。

最后就是尾声了，结束之前，回顾一下产品，预告一下明天的直播，再提醒关注，好好说再见，结束总比开始容易。这就不赘述了。

还有就是经常复盘，除了看数据，也要看自己整场的表情动作语言啊什么的，包括机位的调整，灯光，镜像等问题，你懂的。

最后一点，就是坚持，不要老想着一夜暴富，那么简单的话，我就不用写这段内容了。

**抖音带货拍摄总结范文 第二篇**

一年的时间很快过去了，在一年里，我在电台领导、部门领导及同事们的关心与帮助下圆满的完成了各项工作，在思想觉悟方面有了更进一步的提高，本年度的工作总结主要有以下几项：

一、认真学习，提高自身素质及业务水平。作为一名播音主持人，我深知一举一动，一言一行都会对周围的同志产生影响。

二、文字语言的表达上，注意口语规范化的练习。通过练习使我具备了一定的文字总结、统计分析能力，在具体的工作中也形成了一个清晰的工作思路，能够顺利的开展工作并熟练圆满地完成播音主持。

三、学会总结经验和技巧，提高工作效率。电台播音主持对我来说是一个全新的工作领域，我清醒地认识到，播音主持工作是承上启下、沟通内外、协调左右、联系四面八方的枢纽。

在工作的这段时间里，同事们教会了我很多行之有效工作方法和技巧，自己就牢牢记住，在操作过程中面对出现的问题也要好好思考分析。我想只有通过不断的积累经验，总结失败的教训，才能不断提高自己工作的能力。

面对繁杂琐碎的大量事务性工作，我注意加快工作节奏，提高工作效率，主持节目时能冷静办，力求周全、准确、适度，避免疏漏和差错。

虽然在我在工作上取得了一些成绩，但我认为还有一些不足之处。一是我缺乏学习的紧迫感自觉性。二是在工作较累的时候，有过松弛思想；三是工作中有些随意性，主观臆断，这也是自己政治素质不高的表现。

新的一年里我为自己制定了新的目标，一是加紧学习，更好的充实自己。＂严格把握好关口＂，在困难面前＂守住成果才是胜利之道＂。

**抖音带货拍摄总结范文 第三篇**

>1、直播间安排

人员安排、

主播A（负责主播以及控场）、主播助理B（负责粉丝群、红包发放及准备主播演示产品）

直播主题安排、

1，上新介绍

2，粉丝福利

3，产品介绍

4，粉丝互动

直播时间、晚上8:30-3 直播标题、根据直播具体情况。

>2、直播内容安排

内容安排如下、

1、固定时间一元秒杀\*\*元无门槛优惠券

2、上新特惠粉丝，新品半价限时限量抢购

3、做游戏赢取高额优惠券

4、有趣问答，爆款棉T恤特价送

5、话术准备

引导关注、如果喜欢主播记得走一波关注哦，关注量和点赞量达到xxx就抽xx位宝宝送奖品啦！

**抖音带货拍摄总结范文 第四篇**

1、不试不知道，一试吓一跳，这么便宜的笔哪里找。

2、大家好，我是一名新主播，还有很多不懂的地方，如果有什么地方做的不够的希望你们多多见谅，如果有喜欢听的歌可以打在公屏上，会唱的话我就给你唱，不会我就就去学，感谢大家的支持。

3、千山万水总是情，我是某某你爱不爱!朋友，某某了解一下!帮忙点个关注，感谢有你。(语气轻快)

4、我是某某，青春靓丽，吹拉弹唱样样强，还有一身正能量!感谢大家前来捧场!(配合动作)

5、欢迎来到某某直播间，点个关注不迷路，把持不住开守护，事不宜迟赶紧行动!(求关注)

6、欢迎 某某来到宝宝的直播间，喜欢主播的点个关注哦!(简洁型)

8、欢迎某某进入直播间，咦~这名字有意思/很好听，是有什么故事么?(解读观众名字)

9、欢迎某某进来捧场，看名字应该是老乡/喜欢旅游/玩某某游戏的，是吗?(找共同点)

10、欢迎某某的到来，我直播间第一次见到这么厉害的账号，前排留影合念啊!(抬高对方身份)

12、不管你的病有多重，只要点关注，包管你腰不酸了腿也不疼了想不康复也是不行了!

13、有钱的捧个钱场，没钱的捧个人场，空闲的`捧个留场，喜欢的捧个情场，最重要的，给你们一个笑场!(搞笑)

14、欢迎来到某某直播间，主播带你飞，喜欢主播的点关注噢。

16、十年修得同船渡，大家一起点关注。百年修得共枕眠，刷刷鲜花不要钱。

17、三分喜欢点关注，七分喜欢刷礼物，情到深处开守护。鲜花刷一刷，能活八十八;礼物走一走，能活九十九!YY不倒，陪你到老。来来来，咱们聊起来。谢谢大家的支持!

18、玩归玩，闹归闹，别拿点关注开玩笑。点关注，不迷路，主播带你回家住。来来来，聊起来，谢谢大家的支持!

19、欢迎各位帅哥美女们来到我的直播间， 进来直播间的是美女，还是帅哥呢?刷刷弹幕让我看到你哦~

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展7）

——电商直播带货策划书 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第五篇**

>1、直播选品

带货、带货，直播带货的关键一定要有货，所以直播前，选品很重要。

直播商品价格通常区别于正常售价,直播产品组合结构也很重要,通常分为:引流款、利润款与品牌款（标品、非标品）3类。

引流款：又名“钩子款”、“秒杀福利”，一般指价格低至1元、甚至0元的产品，帮助直播间拉新。

利润款：又名“高价款”，产品以盈利为出发点，利润高。

标品：具有统一市场标准的产品，价格透明，比如手机、电脑、家电等都属于标品。

非标品：没有明确规格和型号的产品，比如女装、女鞋等。因为产品款式、创意、服务、质量不一样，价格差距大。

>2、直播预热

要想直播间有人有转化，必须为直播间预热，把引用引流到直播间，所以直播前一定要做预热。

发布预热短视频，视频中可通过特色产品或优惠福利吸引用户。

提前1-3天在微信、微博等渠道预告直播时间及主题、宣传预告。

直播计划开始前5天投放预热视频做加热，投放前1小时小预算开启直播计划，渡过计划冷启动。

>3、直播脚本

直播中流程怎么安排，话术怎么设计，优惠券发放多少，抽奖设置几轮，这些都要提前安排脚本设计。

前期不会策划直播脚本，最快的方法就是模仿别人的直播脚本方案。精心整理了40套直播脚本方案模板，包含品牌脚本、产品脚本、行业脚本等各种脚本形式。

如果你在参考这些模板策划脚本时，遇到任何问题，也可以直接私聊，一对一沟通具体的方法！

>直播中做两件事：留住用户，促进成交

>1、留住用户

把用户留在直播间，就需要各种留人互动方式。

a、新老粉丝进入直播间要关注并欢迎；

b、直播中多设置几轮抽奖送福利；

例如，开播时抽奖，留住第一波进入直播间的观众；直播中抽奖，调动直播间氛围，提升直播间热度；直播尾声再抽一波奖，为下次直播做预告，也有利于粉丝参与下一场直播的开播。

如果你的抽奖效果好，也可以根据条件设置多轮抽奖和方法。

c、引导粉丝点赞关注直播间；

d、积极回复用户提问，提升粉丝直播观看体验；

e、发红包吸引粉丝参与直播互动

例如，开场发红包；主推产品发红包，增加主推款人气，促进销售等。

>2、促进成交

直播中留住用户后，一定要快速通过各种促单话术和技巧，促进成交，提升直播间销量。

>秒杀型促单

在粉丝出现疲态时开始秒杀，炒热直播间，调动其粉丝的积极性。注意秒杀产品一定要是用户的必需品或者是极具吸引力、性价比高的产品，用户才会有兴趣参与秒杀。

>优惠型促单

推荐主推款时发放优惠券，一边介绍一边让助理演示优惠券领取方法，并强调优惠的唯一性，促进成交。

>价格刺激促单

**抖音带货拍摄总结范文 第六篇**

说起直播带货,无人不知的李佳琦 薇娅;

据称，李佳琦15分钟卖掉15000支口红；10秒钟卖出10000瓶洗面奶，5个半小时斩获353万元营业额；

这些带货能力，是前无古人的,甚至马爸爸也不能与之相比。

刚开始很多人觉得直播带货行业是旁门左道，很多人不屑参与其中。由于疫情的缘故，很多人被迫困在家里，恰逢其时，给直播带货行业带了春天。

有相声说得贼溜的罗永浩老师，因为之前做锤子手机的时候欠下巨款，不得不投身于直播行业带货。以天价坑位费，获得众人关注。

>选品

对于大部分主播并没有自主选品的能力，只有重量级的头部主播才有选品议价的能力。大多数都是商家主动找有流量的主播，洽谈价格以及坑位费。因此，对于产品的质量以及用途，主播很少深入了解。

>信仰

直播带货，只要依靠粉丝对主播信任，在与主播互动的过程中，了解产品用途。许多人仅仅相信主播这个人，而不是真正的了解产品。在直播的过程中，和卖广告有点类似，很有可能在直播的过程中夸大产品的作用，并有很多促销活动。

>分成

最近和一个做产品推广的朋友吃饭，一些护肤品的直播分成可以高达70%。这些和产品也主播的带货能力有很大关系，只是说明一点，主播与商家有着巨大的利益相关。因此在购买主播推荐的产品的时候，需要充分了解产品是否是真的需要。一不小心被主播卖了，还帮他数钱。

>总结

直播带货是现在的一个非常热门的一个风口，此时已经有大量的资源影响着后续的发展。从混沌初开，到一片红海。并不是所有的主播都在赚钱，也不需要盲目相信主播的推荐。自己真实需要才是购买物品最基本的理由，还需要看是不是真的适合自己。

**抖音带货拍摄总结范文 第七篇**

>DW直播大纲概述

>1、开场环节

直播刚刚开始，最重要的目标就是暖场，提升直播间的人气。暖场的时长可以控制在5~15分钟，这个阶段就需要主播跟粉丝问候打招呼。抽奖发福利，跟粉丝友好互动，大概提前说下今天的直播间产品有哪些亮点。

会不会暖场，也是考验主播能力的一大标准。很多直播团队不重视暖场，其实这种观念是错误的。一般暖场做的好，拥有了初始流量，才能为后续的直播卖有潜力的爆品，高客单价的商品做铺垫。

在暖场期要准备好暖场话术，开场抽奖玩法，直播间整个卖品的大概介绍，本场直播间的大奖福利介绍等等。

>2、正式售卖环节

在正式售卖的环节可以分为：售卖初期，售卖高潮期，售卖结尾期，每个部分的时长可以根据自己直播间情况做分配。

在售卖初期，主要的重点还是慢慢抬高直播间的卖货氛围，让用户参与直播间的互动。所以在这个阶段很多直播间会抛出低价引流款，让粉丝将弹幕发起来，在直播间里面形成百人抢购的氛围。

这样做让刚进直播间的人，一下子就能感受到直播间火热的氛围，人人都有从众心态和看热闹的心态，让新用户先停留，就能创造爆单机会。

当进入售卖高潮期时，这个时候直播间的卖货氛围和人气都起来了。

直播间的售卖高潮期堪比卖货的黄金时段，一定能要抓住时机。这时一般建议选择卖高性价比，价格非常具有优势的产品。其次，高客单价和低客单价的产品相结合。

如果主播所卖的商品价格有绝对优势，不少主播会直接将其他\*台的商品价格截图打印下来，在直播间展示，打消消费者对价格的顾虑。对于很多价格敏感型的用户来说，这一招非常有用。

同时，在售卖高潮期要注意售卖的产品要高低价格相结合，满足不同消费能力的用户需求，把人留住。

在创造出高额的销售额时，也不要忘记了放出大奖，刺激粉丝继续下单，拉高整个直播间的声势，让更多的人进入直播间，冲一波流量和销量。

一场直播下来，流量有高有低很正常。当卖货到了后期，直播间的流量开始下降，就进入了售卖结尾期。

在售卖结尾期时，用户开始感觉有点疲乏，就可以用秒杀、免单吸引用户的注意力，拉高用户的下单率。同时，这个阶段还可以做潜力爆款的`返场。

>3、结束环节

到了直播即将结束的时候，开始准备收尾工作，一般时长是15分钟。这个阶段可以再送出一点小礼品，回馈已经下单的粉丝。还可以为下一场直播做简单的预告，并且针对粉丝呼声很高的产品，告知粉丝可以下次能否安排返场。

另外，不要忘记最后引导粉丝关注主播直播间，强调每日直播时间，引导粉丝准时进入直播间。最后再次感谢粉丝的支持，跟粉丝告别下播。

以上，就是一场直播间大概的执行流程，根据这个流程分阶段来写大纲脚本，整场直播就会显得有条理多了。

>单品的直播脚本

>提炼产品核心卖点

在写单品脚本的时候，要写的内容要包括：

商品链接号码、商品名称品牌信息、商品原价、直播间福利到手价、优惠力度、赠品情况、库存情况以及产品卖点等等。

单品脚本最好是用表格的形式写下来，这样可以很好地呈现商品的卖点和具体信息，避免主播在介绍产品时手忙脚乱，混淆不清，提升运营团队之间的配合效率。

另外，直播间的销售情况是动态的，如果某个单品销售情况良好，就要及时商讨是否需要临时再加库存。脚本只是一个大纲，具体要跟当日的运营人员灵活配合。

>总结

一个直播脚本是否优质，需要经过真实的直播来检验，所以每场直播下来需要及时复盘，不同阶段下的数据和问题。分析在不同节点过程中，直播间的优点和缺点，然后进行脚本改进和优化。

通过多场直播的锤炼，就能形成一套适合自己直播间的脚本制定策略，更高效地让脚本服务于直播，助力销售额不断攀升。

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展4）

——带货直播流程方案怎么写 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第八篇**

>直播的四个核心数据：

>1、时长率：每次直播的时长。

比如，每次直播时间都很稳定60分钟以上，每周直播2-3次，那么抖音就会认为你是一个优质的主播。

>反面案例：

你今天直播4小时，明天直播10分钟，后面一个月都不直播，即时你直播的数据好，系统也认为你是个不称职的主播。

更可能的原因，是他的脚本设计，支撑不了他能够持续直播，而且内容不重复。

>正面案例：

薇娅，李嘉琪，他们的选品中心，提供大量的商品支撑他每天直播。

某些天然珠宝类目，翡翠蜜蜡，每个产品都不相同，即时一个一个介绍产品，也能保证顾客可以每天来看。

设计的直播脚本，能不能支撑你的主播，每天直播足够的时长用户还能看的津津有味，这是直播间脚本设计的第一要素。

>2、留存率：主播最核心的价值体现，就是直播间能留住人。

哪怕你钓鱼的技术一塌糊涂，但是看到你直播钓鱼的人，都是垂钓爱好者，他也会停下来看一会。

所以，提高留存率的核心是人群垂直。

你直播的内容和抖音给你的人群标签，是匹配的。

所以，直播间脚本设计的第二要素，是直播脚本的设计不仅要有趣，支撑你每天直播几小时，直播的内容还不能乱七八糟，要针对单一人群。

>3、互动率：粉丝在直播间的点赞，评论和打赏的数据。

看直播和看电视最大的区别是三个字：参与感。

所以，提高互动率的核心，是脚本设计的时候，要让粉丝参与到直播中来。

主播经常说的台词：“感谢某某送的嘉年华”。

看似不经意间提一句，但却能让花钱的粉丝，觉得钱花的值。

>4、涨粉率：稍微有点名气的主播，在直播的时候，都觉得大家都知道我，认识我。

但实际上，如果你直播的内容，都针对老粉，你的涨粉率就会很低。

而且，真实当中每次直播后的数据显示，大部分直播间最大用户来源，是直播推荐，也就是没有关注你，不知道你的人。

所以为了提高涨粉率，我们直播间的设计，直播设置当中的个人介绍特别重要。

用一句话让进直播间的人知道你是谁，为什么听你直播，先引起兴趣。

直播脚本的设计，既然考虑“大满足”，又要考虑“小满足”。

使用手机看直播的，大部分是碎片化时间，如果你是一个长内容，新用户随时进来，前面没接上来，2分钟听不懂就走开了。

就像王者荣耀之所以让人上瘾，就是因为你有10分钟时间，争一局游戏的输赢，这是小满足。

如果你有一个月时间，可以打很多场，争一个赛季的`王者段位，这是大满足。

>综上所述，在设计直播间脚本之前，先问自己三个问题：

1、我们的观众是谁？

2、设计什么样的脚本，能提高直播间4要素？

3、人气上来之后，用什么方式变现？

举个例子，我弟弟的老婆是线下教别人化妆的，我觉得可以考虑搬到抖音直播间，那脚本设计的思路是：

>1、思考和调研，会在抖音学化妆的人是谁？

比如，学会给自己化妆，学会给别人化妆赚钱等等。

为什么做脚本之前，先要做调研？

如果，我们脚本设计的对象是自己学化妆，和学化妆赚钱，人群不同，脚本设计的方向是不同的。

从这两类对象分析，自己学化妆人群广，她更想学化妆技巧。

但是，学化妆赚钱的，想学的不仅是化妆，还有怎么把化妆变成一个月入过万的兼职，所以更愿意花钱学。

如果我们想针对后者，那我们就不需要是教化妆最厉害的老师，只需要是教化妆中，最会赚钱的就可以。

>2、设计什么样的脚本，能够提高时长，留存率，互动率和涨粉率？

时长：思考直播什么内容，能够让他们每天看你直播不腻味。

留存：只针对学化妆想赚钱的人，介绍每个化妆的名称，成本和建议收费价格，和其他化妆主播差异化定位。

互动：直播间点赞多少，可以抢我现在用的特价化妆工具，榜一可以免费领取价值多少的课程。

涨粉：怎么在直播的同时，让广场推荐过来的人认识你，关注你。

所以要给自己的直播间想个口号，比如：关注xxx，化妆师里最会赚钱的。

>3、人气上来之后，用什么方式变现？

可以是教化妆的教程，学完之后给化妆师联盟的认证证书，还可以是整套外出化妆工具的带货，甚至是某个化妆工具的推荐的带货。

好了，我们今天的贾真5分钟就分享这么多。

知道了抖音直播间算法之后，知道匹配算法的核心不是刷，而是设计的脚本尽量去匹配算法。

那么以后，每个设计出来的直播间方案，你自己问自己3个问题，如果都能答出来，那就基本能保证直播效果：

1、你直播间的观众，是谁？

2、你的直播脚本，有没有保证直播时间，提高留存率，互动率和涨粉率上的设计？

3、你用什么产品，怎么变现？

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展3）

——直播带货脚本范文详细 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第九篇**

抖音和其他自媒体平台一样都有自己的规则，而最根本的规则就是你的账号定位和领域垂直问题，用大白话来说就是，你要坚持在一个领域里去更新作品，你的定位要清晰，要别人一眼就能看出来你是做什么的，相信这一点大家都应该能做到吧。

综上所述在你下定决心运营抖音的那一刻开始，你就要给自己设定目标，每天要搜集一定的素材，因为这样就可以提前录制好视频，在精心剪辑视频过后，配合着合适的时间发布出去就会容易很多了。

在抖音中有三种类型的视频容易获得用户的认可：

第一种是搞笑类视频，这类视频多为团队操作，也有很多企业会采取这样的策略进行品牌曝光，不过如果你本身创意多多不妨也可以试试。

第二种是个人才艺展示，这种更适用个人，无论你有什么特殊才艺都可以持之以恒的去拍摄更新它，比如你唱歌好听请你坚持每天唱一首，比如你跳舞不错请你每天坚持跳一跳，再比如你会玩什么乐器也可以每天玩一玩，总之就是要坚持，别新鲜两天就撤了那就功亏一箦了。

第三种打造个人品牌，就是纯专业知识输出，比如你是律师，每天可以分享一些人们不长知道的法律法规，比如你是卖车的则可以介绍一些买车的潜规则，开车小常识之类的，这些在抖音上可是都有经典案例。

当确定了自己定位以及领域，那么就可以结合前面几篇讲过的对账号进行养护了，以及确定自己合适的时间去发布视频，每天更新几个视频没有特别规定，但最好中间上传时间间隔长一点至少半小时到一小时左右。

**抖音带货拍摄总结范文 第十篇**

很多人对直播有个误解：有一台手机随时都能直播!

从概念上来说没有问题，但是如果你想做一场有质量、有转化的直播，需要准备的很多。

例如，

直播开场如何避免冷场?

直播卖货怎么上链接?

直播抽奖如何设置?

直播流程如何安排?

直播促单怎样利用促单话术?

俗话说：凡事预则立，不预则废。想要解决这些问题，你必须提前策划直播带货脚本，将每一个环节都安排妥当。

这些工作内容我们必须在开播前准备好，才不会让直播现场翻车，完全不知道一场直播下来做了什么。

要做好这些准备，我们就需要提前策划直播脚本。

下面我们就一起来看看直播脚本策划怎么做。

首先看看直播脚本模板：

引出话题--产品讲解--转场过滤--产品讲解--单品回顾--结束预告

上图所示为某例直播的直播脚本模板范文，产品一样，大纲基本一致，主要包括：时间、地点、主题、主播、预热方案、产品详情、产品引导话术等等内容。

我们参照直播脚本模板范文来为直播做准备，基本上一个完整的直播流程就成型了。

做直播时按照直播脚本流程走，一场直播就能顺顺利利的完成。这就是直播脚本的作用。

>下面我们一起来看看，一个完整的直播脚本怎么策划，以下为直播脚本策划的参考步骤

>1、明确直播主题

你的这场直播是新品上市，还是回馈粉丝?是分享直播还是带货直播?粉丝能从你的这场直播中看到什么，获得什么?

>2、直播给谁看

做好粉丝画像，明确直播对象。你这场直播主要是给谁看?是年轻用户群体，还是中老年用户群体?以男性为主，还是女性为主?

>3、确定直播节奏和看点

你这场直播对产品、福利、时长等顺序、节奏怎么安排?先发福利还是先说产品?产品时长控制在多长时间?福利抽奖有几轮等等。

>4、确定直播预热方案

预计要为直播引流多少?用什么方法进行预热引流?文案预热还是短视频预热?多方案预热还是简单预热?

>5、直播人员分工、设备

直播需要哪些人?主播?复播?场控?等等，根据你的直播性质和需求合理搭配直播人员，并分工合作。

另外，直播间要准备哪些设备，直播间怎么布置等等，也要提前进行设置。

>6、控制好直播的预算

直播需要多少预算?直播中要发放多少优惠券的面额等等进行把控。

当你按照这个流程，把细节准备妥当后，一场有质量的直播基本就已经成型了。

>而如果你想提升直播质量，就需要在细节上把控方法，例如如何安排节奏?如何给直播间引流?如何进行产品解说?

>1、聚人气

在直播脚本中，开场前30分钟的主要任务就是聚人气，欢迎互动、介绍自己、介绍主题和介绍福利。

一定要在直播开场时迅速积累人气，你也可以在脚本中，机上一个开场抽奖的环节，这也是薇娅直播间常用的套路。

开场抽奖的条件是当直播间人数或者点赞数到达某个数值，就启动抽奖，这样也可以触发用户帮你转发直播间聚集人气，快速点燃直播间氛围!

>2、留粉丝

直播带货脚本的第二阶段，就是要想办法如何留住粉丝，我们可以通过宣传优惠利好的消息，以发福袋、送礼品等方式来留下粉丝。

>3、推产品

这是直播带货脚本中的重要环节，要对产品卖点、使用场景、产品背书、客户反馈以及直播优惠等方面来深入的介绍产品。

在这个环节中，要对每个产品的介绍的内容以及时间长短进行严格的把控，并且在直播时也要严格按照脚本规划来执行。

>4、解顾虑

对产品介绍结束后，就要开始解决用户的一些顾虑，比如产品的价格、售后保障等等，尽量的解除消费者下单的顾虑，提高直播间的转化。

>5、催单

可以通过提醒限时限量等方式来催促消费者下单购买。如何让这部分客户更好的转化，是需要我们很多卖家研究实战的一个重点!

**抖音带货拍摄总结范文 第十一篇**

在户外活动直播时，想法和现实虽然会有差距，但是只要你坚持就会有收获。首先需要做好充足的准备，我们抱着忐忑的心来到我们的新操场，开始期待与紧张，更有一种好奇，好奇我们亲身实践的直播是什么样的感觉。

在开始时我们做好前期的准备工作，需要有好的场地与好的设备，再者需要准备好自己的产品与要说的话，在前期准备就绪后，需要每个组五分钟的时间进行直播虚拟带货，虽然是第一次虚拟直播，但是我们的表现也不是很差，在其他人没有直播虚拟带货的时候，认真吸取他们直播时的闪光点，从中可以看出在直播时需要放的开自己，了解自己要说的产品特性，前提需要有好的表达能力，反应速度与应变能力

更需要一些信息的积累量。在直播时了解到需要认真且耐心的解答他们提出的问题，在介绍产品时需要有一定的亲和力与对产品特性的熟悉感，才能更有力的说服他们去买自己的产品，在遇到突发状况时，需要冷静的去解决，这样才能够使自己的直播更加顺利。

直播需要对自身的产品与自己的能力有一定的自信这样在他们面前更有一定的信任去买你的产品，虽然这只是一次虚拟产品直播，但在真正做直播时候需要熟练自己的产品与组织好语言表达能力在最后做好亲身实践，让他们相信这个产品就是像自己说的那样，让这些观看的群众相信自己所说的。

在自己闲暇的时候看看同行是怎么做的，吸取经验，做好笔记，把好的段子与内容进行记录，让自己提现出来价值，服务好身边的每一个用户，把自己做到最好。

现今的直播带货不仅是一种现象，更是成为了一种职业。虽然今天的虚拟直播时观看的人很少，但我们还是充满热情的在做直播，如果想要在直播带货的领域里发展好就离不开较高的热情与一定的耐心

做任何事情都是如此，需要自己不断的努力与长时间的积累与总结，自己的直播带货路程才能走的更长久，更远，这就需要有一个长远的规划，计划每一步应该怎么往前走，如何往前走，即使观看的人数很少也不能轻易的放弃，坚持久了，会有越来越多的人看到的，虽然看起来遥远，但只要坚持做下去，它就近在咫尺。

直播05-25

**抖音带货拍摄总结范文 第十二篇**

>直播脚本模板的干货内容，

内容包括：

1、彩妆直播脚本

2、厨卫用品直播脚本

3、数码电器直播脚本

4、家用品直播脚本

5、洗护产品直播脚本

6、护肤产品直播脚本

如果你是做以上6种行业直播的，可直接模仿套用，很简单实用；如果你是做其他行业直播的，那么，你也可以参考杂交以上直播脚本，代入到你的行业里去制作你的直播脚本。

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)扩展阅读

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展1）

——带货直播脚本 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第十三篇**

一、短视频拍摄思路

现在抖音短视频拍摄的套路大多数都是以“低”于路人的姿态来制作视频，这种“低”有很多表现方式，比如说：“愚蠢”的行为和不良的言论，来换取观看者“秀”智商的优越感评论;比如“卖惨”，“失意”，“失败”，来换取观看者的同情心和优越感，也可以说一些：“自黑”“招黑”言论，来引起观看者的“回复”和“优越感”，总之一切都是为了吸引用户。

当然还有一种就是“炫富”，炫富不能靠言论，实物往往更能吸引用户，毕竟现在都相信“眼见为实”，这种经常能在抖音看到，一些用户拍摄抖音会出现各种“豪车”、“奢侈品”、“名表”，主要的目的就是炫耀自己来吸引用户。

想要做好短视频一定要清楚人性和心理，拍摄方式和方法不能过于单一，要时不时根据用户改变拍摄策略。

二、如何创作短视频内容

这几个月观看了大量的短视频作品，发现最近最受欢迎是模仿类创作，模仿类作品内容同质化很高，对于新手来说复制文案，在原有的文案中加上自己的想法，这是目前最受1、清晰度

如果连清晰度都保证不了，系统肯定不会给予你推荐，不给你推荐就无法让更多的用户看到，相反如果你的视频清晰度很高，用户不会产生视觉疲劳，系统也会给你推荐大量的人流量，有很多小伙伴拍摄后剪辑和上传导致视频清晰度很低，所以上不了热门。

2、标签领域

做短视频之前一定要考虑账号的目的是什么，你是为了“转化”还是“引流”，做短视频一定要有自己的目的，根据自己的目的来制定短视频的领域。

3、表现力

之前有一些小伙伴用一些小技巧套路让自己的账号完播率和复播率非常高，但是过了一段时间账号的各项数据就开始纷纷下滑，想要让自己的内容好还是要用心，账号偶尔上虽然数据很好看但是没有什么用，持续稳定上热门才是王道，毕竟玩抖音目的不是为了看数据，而是为了变现。欢迎的一种创作模式。

**抖音带货拍摄总结范文 第十四篇**

接下来我们一起看看如何设置开头吸引点，开头吸引点设置有以下几种套路：

吸引点一：提出疑问。这可能是我们最常用的方式了，“你有没有这样的体验......”在没有品牌溢价的情况下，我们如何让产品更有吸引力，那就是位用户创造差异化的新奇体验和独特的信息位。只有开头吸引了用户，我们接下来才有介绍产品其他卖点的机会。

吸引点二：威胁警告。“后悔现在才入手XXX”、“千万不要买这种XXX”这几乎是所有品类通用的吸引点模板。

吸引点三：直击痛点。我们也可以通过罗列痛点来吸引用户，进而介绍我们的产品。例如“女生都懂的尴尬瞬间”、“上妆前用防晒最怕的就是不干爽和假白”。

吸引点四：产生好奇。当我们找不到产品信息位时，我们就必须强行为产品附加信息位，这对新品牌来说格外重要。例如“竟然有人说我长得像大明星”

吸引点五：情绪价值。这种吸引点通常适用于老品牌或国货品牌。例如“国货之光XXX”、“国产XX的时代终于来了”、“很多人在问老牌XX还在吗”

吸引点六：解决问题。这类吸引点的核心在于赋予产品本身不具备的功能或赋予产品在不同场景下的对应功能点，需要注意的是我们设置的场景本身必须是具有流量的，而这类产品通常都是决策成本与客单价偏低的高频产品，我们需要对比自己产品是否符合这一特征。例如“男生邋遢的原因找到了”、“女朋友总是不理你的原因找到了”、“XX的解决方案找到了”。

吸引点七：价格优惠。价格优惠是一个通用吸引点，品牌活动时常常会用到。例如“这家品牌方真的太疯狂了，打骨折了”、“有活动的时候你不买、没活动的时候你嫌贵”。

吸引点八：场景需求。大家也可以将产品的信息位放到生活场景中。例如“追剧的时候一定要准备一包好杏干”、“下班点外卖不如来包懒人菜”、“一个人的时候XX”。

吸引点九：送礼方向。设置送礼场景可以吸引非产品使用人群的用户。“谁说男朋友不需要送礼，他们只是口是心非”、“男生的礼物可以不贵，但一定要对”。

吸引点十：信任背书。在开头中搬出明星、名人等作为背书也是所有品类通用的一种吸引点。“XX明星都在用的XX”、“XX明星推荐的果然是yyds”、“闺蜜推荐的XX真是好用”。

、决策关键环

如何寻找决策关键环，大家可以从使用人群、购买人群、内容关注人群这三个角度出发。

多数产品素材都是从使用人群的角度出发，即产品是谁用，我们的素材逻辑就从谁的角度出发，来打动谁。

除使用人群外购买人群也是值得关注的，美妆类高客单价产品就可以主打购买人群，如情人节、三八妇女节等等，营造送礼场景，影响男性消费决策。

还有一类是内容关注人群，转化这类人群的核心在于先吸引流量，再从中转化。以养生产品为例，我们可以用壮阳这一点来吸引流量，但我们需要注意的是，如果是利用人性弱点、流量密码之类的素材吸引来的流量，转化效果取决于产品与素材的契合度。

**抖音带货拍摄总结范文 第十五篇**

为了让我们学习先进的教育教学理念和先进的教育教学技巧，我有幸于20xx年xx月xx日参加了由中心教育处组织举办的20xx年中小学骨干教师培训班，这次培训主要是针对我们学校的中小学教师进行的专项培训。本次培训主要有三个部分：一是教师的职业道德、教师的`专业技能;二是教师对教材的处理与组织、如何进行教学设计;三是教师如何与家长沟通、如何进行家庭作业与教学指导的方法。本次培训的内容十分丰采，既有对教学的规划与组织、如何做好教学设计、如何做好家庭作业与教学指导的指导，又有专业知识、技能技巧与案例分析。这次培训给我们创造了一个极好的学习机会，让我们能聚精会神地汲取各种新的知识和理念，在浓厚的学习氛围的熏陶下学得津津有味，真是“听君一席话，胜读xx年书”。

本次的培训内容很多，既有对教育教学的规划与组织、也有对教育教学的案例评析，更有对新课程理念下的课堂教学与课后反思，更有对教育教学中的疑惑与困惑的专家与同行们的精彩点评，这些都是我思想认识得到进一步提高的前提。在培训期间，我还积极地与同行交流，认真地与同行交流。在交流中不断提升了自己的认识，促使自己更好的进行教学。现将自己的心得体会总结如下：

本次的培训让我们学到了很多的新理念，也感受到教育的理念和精神。我们在培训中聆听了很多优秀教师的课例和讲座，他们都为我们今后的教学提供了丰厚的经验和理论的支持，这些都是我们今后教学中需要努力学习和借鉴的。在我们的教学中，我们不仅要教会学生知识，更要教会学生学会做人。而这些培训又让我们在这些方面得到了很大的提高，这些都将会是我受用一生的宝贵财富。

在培训中我也深深的感到自己在教学上是有一些不足，在教学过程中如何与家长沟通交流也是我今后需要努力的方向。只有通过不断的学习，才能提高自己的教育教学水平，才能提高学生的素质。只有不断的进取，才能提高自身的教学水平。教育不能只是简单的知识的传授，更应该是学生学习的引领者。“学高为师，身正为范”，这正是我们每一位教师都应该追求的。

新课程标准对教师的素质提出了更高的要求，新课程对教师提出了新的要求，要求教师要有终身学习的意识，把不断学习作为自身发展的源泉和动力。首先，教师要具有终身学习的理念，拥有自主学习、自我学习的观点，掌握吸收新信息、新理念、新方法，并善于运用新的教学手段。面对新课程，教师要改变传统的“应试教育”，要培养学生的创新能力，以创新的精神和实践能力，适应社会发展的需要。教师要树立终身学习的目标，在不断地给自己“充电”，要多阅读教育教学杂志、书籍，广泛涉猎各种知识，努力提高自己的文化素质和各种专业技能。其次，要充分了解学生，研究学生，通过交流沟通学生的学习动态，及时掌握他们的学习情况和心理动态。

教师要想提高自己的教育教学水平，就必须自觉地养成终身学习的习惯，不断地增强自身素质，不断地提升新的教育观念，以适应新时期教育的要求，这样才能满足新时期对教师的新要求。因此我们要把学习放在重要的地位，树立终身学习的目标，不断地给自己“充电”，要多看书、多学习，要多向有经验的教师请教，多参加学校组织的形式多样的培训活动，提高自身的专业素养。

通过这次骨干教师岗前培训，我认为提高自身的职业素养十分重要，我们要在以后的教育教学工作中以优秀的教师为榜样，加强自身的师德修养，爱岗敬业，热爱学生，为人师表，不断地提醒自己，鞭策自己，力争成为一名优秀的人民教师，使自己具有良好的师德风范。

总之，通过这次的培训，让我学到了很多，让我看到了自己还有很多的不足，在今后的工作中，要学习的东西还很多，站在课改的前沿，对学生负责，对学校负责，对自己负责。

**抖音带货拍摄总结范文 第十六篇**

1、抖音的审核机制；去中心化

抖音就是一个典型的去中心化的平台，这也意味着任何用户都是可以通过抖音这个平台展现自己，都是有机会成为拥有百万粉丝的大咖！

只要产出原创内容、作品受欢迎，就会有越来越多的人关注。

2、抖音的权重机制；智能分发

智能分发，是抖音机智都一大亮点！

无论你要做什么类型的账号，平台会根据账号的权重来对你新发布的视频给予一定的初始推荐流量；

优先推荐给附近的人与账号本身的粉丝以及你关注的人，之后是根据分析平台所以用户的标签以及你内容的标签进行初始的智能分发。

接下来就是等待推荐后的反馈结果了，也可以说你的作品进入了一个冷启动的状态！

3、抖音的推荐机制，叠加推荐

第二点提到了初始流量分发，先把作品推荐给部分用户，然后等待用户反馈结果，从而来判断这条内容是否受到用户的欢迎！

如果在这条作品在初始分发后反馈给平台的结果是受欢迎的，那么平台会把这条作品进行二次分发，此次分发的流量覆盖会更多、更广泛，这也是作品能否上热门的关键点之一；

反之，如果初始反馈没有效果，那也就不会得到平台的二次推荐了！

4、抖音的推荐流量池；逐步加大流量

抖音的流量池有着等级之分的；低级流量池、中级流量池、高级流量池、不同权重的账号会被分配到不同的流量池，当然也就意味着将会获得不同的推荐量!

账号被分配的高低，取决于发布内容的受欢迎程度。

对于新账号来说，前5个作品的反馈数据非常重要，平台会根据这5条作品的反馈数据进行分析，来确定账号内容的质量，在进行分配到相应的流量池中！

也可以说，前5个作品可以决定账号能否做起来。

**抖音带货拍摄总结范文 第十七篇**

转眼20xx年我在xx的学习、试用已经结束，为了更好的开展接下来的工作，我就试用期的工作做一个全面而详实的总结，目的在于吸取教训、提高自己，以至于把接下来的工作做的更好，完成公司下达的销售任务和各项工作。

>一、试用期完成的工作

1.销售情况

上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，xx市场完成销售额xx万元，回款率为xx%;

低档酒占总销售额的xx%，其中以xx、xx、xx销售为主;中档酒占总销售额的xx%主要以xx及xx为主;其中x月份销售额为x万元，占总销售额的xx%;x月份销售额为xx万元占总销售额的xx%;x月份销售额为xx万元，占总销售额的xx%。

2.市场管理、市场维护

根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，一定程度上杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的营销策略，在各终端张贴了舍得酒统一的xx价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。

按照公司对xx陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、对我公司产品的陈列进行了相应赠送政策宣传，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3.市场开发情况

4.品牌宣传、推广

为了提高消费者对“xx”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，张贴xx宣传海报xxx余张，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌xx家，现已制作完成x家;

对于公司的旅游参观政策进行了积极有效的落实与人数统计，积极配合公司对xx区客户到本公司旅游参观的向导工作，此次一系列工作对公司的历史文化有很好的宣传作用有力提升了品牌形象及品牌认知度，让家乡人民进一步认识与了解我公司。

5.销售数据管理

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存，使得的每月计划更加客观、准确。

在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

6.市场竞争品牌调查统计情况

根据现有市场调查统计得出，xx、xx、xx及xx等系列酒是我公司中低端产品的主要竞争品牌，尤其是低端简装酒当中以xx、xx酒为我公司低端市场的有力竞争者，其市场占有率高.

市场流通速度快，很大程度上影响了我公司xx、xx的市场占有率及市场流通，这也为我公司低端简装产品的推广设置了巨大障碍。

xx公司最近执行市场优惠政策：连续或一次性进xx、xx等系列酒达xx元可获得xx一台，达x万元可获得价值xx元xx一台。

xx以单品单行x盒为基准，陈列x种及x种以上产品送xx。

>二、工作打算

尽管在试用期当中做了大量的工作，但由于我从事销售工作时间较短，缺乏营销工作的知识、经验和技巧，使得有些方面的工作做的不到位。鉴于此，我准备在接下来的工作中从以下几个方面入手，尽快提高自身业务能力，做好各项工作。

1.努力学习，提高业务水品

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是xx营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。

其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2.进一步拓展销售渠道

xx市场的销售渠道比较单一，由于种.种原因大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。接下来在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道进一步拓展。

在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3.做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。

了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个xx市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4.与客户密切配合，做好销售工作

**抖音带货拍摄总结范文 第十八篇**

在这半年的时间里面，我很高兴自己能够成为公司的一员，在领导的关心下同事的帮助下和自己的努力下，我各方面都得到了一个进步。也能够很好的完成自己的本职工作了。

一是重点学习了产品知识；二是学习了与电子商务部门相关的规章制度；三是在前辈指导下联系实际学习电子商务的工作技巧，注意收集相关信息。对公司领导各次会议中的讲话总是认真聆听，汲取养分，收获颇丰；四是尽可能地向周围理论水平高、业务能力强的同事学习，努力丰富自己、充实自己、提高自己。可以说在这半年中，由起初的凭借兴趣入门逐渐过渡到现在能独立处理部分事物并对这项工作始终持有浓厚兴趣。

我的主要工作内容是客户的服务，我一定要熟悉店铺里面所有的产品信息，这样才能够更好的接待客户，处理一些售后的问题，一开始在淘宝平台上的运用，搜集产品的信息，做好充分的准备，客户的接待是一个很重要的环节，产品的输出的直接窗口，在这一段时间的操作里面，我都是保持着巨细靡遗的态度，也总结出了一些交流的技巧，逐渐的形成了日常的工作体系，订单的达成和售后的处理过程，现在已经有比较高效的工作速度了，在售后的问题里面，能够有效地解决一些普通的问题，对于一些复杂的问题，我也会虚心的向同事请教。

我在这段时间的工作中慢慢的变得成熟一点，我也认清了自己的不足的地方，以后我一定会好好的努力改正。克服自己年轻气躁的问题，做好脚踏实地，提高工作的效率，也不会怕多做事不怕做小事，会在实践中慢慢的提高自己。

**抖音带货拍摄总结范文 第十九篇**

本次活动由旺苍县总工会联合四川蜀道山珍电子商务有限公司，利用抖音直播平台举办“川工带川货、会员享实惠”惠农直播劳模专场，也是今年该县工会系统五大职工思想主题宣传教育系列活动之一。为做好本次直播，县总工会等单位筹资万元分别补贴在茶叶、木耳等9款17种品类的川北特色农产品上，既能满足职工基本居家生活需要，又能满足提升生活品质所需。活动中，许多产品的价格低至折，部分特价产品价格低至元，深受职工会员喜爱，直播历时3小时，人气一路高涨。

今后，县总工会将进一步发挥劳模先进示范作用，探索以“工会+劳模+直播+带货”的形式实现线上线下互联互通，为本土品牌代言，助力消费帮扶和乡村振兴。

**抖音带货拍摄总结范文 第二十篇**

抖音直播文案可以大致分为4类：欢迎、感谢、暖场、宣传文案。如果你是做直播带货，还有带货文案。

下面我们来具体了解这些文案该如何设计。

>抖音直播欢迎文案

在直播中，用户的第一印象是非常重要的。

如果你能设计一个具有吸引力的直播欢迎文案，可以留住更多的用户!

欢迎的文案主要是集中的直播开场中。在正式进入直播主题时，大家首先需要对来看自己直播的用户表达欢迎。

文案举例：

1、 哈啰，大家好呀，欢迎大家能来我的直播间，喜欢主播的可以先点个关注哦~

2、 欢迎各位小伙伴们来到我的直播间，主播是直播新人，请多多包涵哦~

3、 欢迎各位帅哥美女们来到我的直播间，关注主播不迷路，一言不合就分享!

>抖音直播感谢文案

保持一颗懂得感恩的心，可以帮助主播树立一个更加生动鲜明的形象。

无论是有新人进直播间、还是有人给你送礼物打赏，主播都要表达自己的感谢!

文案举例：

1、 欢迎新来的小伙伴哦，谢谢大家能来看我的直播!

2、 感谢XXX小伙伴送来的礼物哦!非常谢谢!(可以直接点名感谢!)

**抖音带货拍摄总结范文 第二十一篇**

>直播脚本制作

直播脚本能保证直播流程顺利进行，并能推动直播卖货的高效转化。同时，遵循直播脚本，可以避免像如长时间的尬场等意外。

那抖音直播带货脚本怎么写呢?在分析了100个抖音直播带货脚本模板后，猫哥总结了这些直播脚本写作技巧，一起来看看吧!

就像电视剧、电影、综艺节目等都会有剧本一样，按照剧本走，让整个拍摄的流程得以顺利进行。抖音直播带货也是一样的。

要想一场抖音带货直播能够顺利的进行，并能够最大化的实现直播间的转化，背后也是需要脚本作为支撑的。

>一般我们的直播脚本脚本有两大类：

单品直播脚本

整场直播脚本。

>1、单品直播：顾名思义是围绕“产品”来写的，产品卖点是核心;

以服装为例，解说商品时可以围绕尺码、面料、颜色、版型、细节特点、适用场合、如何搭配来讲，解说过程中与粉丝进行实时互动，及时回答粉丝问题。

建议大家以表格的形式写下来，品牌介绍、利益点强调、引导转化、直播间注意点都是表格里应该有的。这样能清晰地展现“重点”, 方便团队对接工作。

>2、整场直播：整场脚本是对整场直播的脚本编写，在直播过程之中，

最重要的就是对我们的直播套路进行一个规划和安排，重点是逻辑和玩法的编写以及直播节奏的把控。

整场直播大概4~6个小时,中间是不会休息的。

其中包含了，直播流程，直播脚本，直播文案，直播话术，带货技巧等等、、、、、、

那么，抖音直播带货脚本具体写作方法。

一个直播间比较通用的直播脚本，主要包含以下要点：

>1、直播目标

本场直播希望达到的目标是什么，需要数据化的具体要求：观看量、点赞量、进店率、转化率、销售额等等。

>2、人员安排

要注意直播参与人员的分工，比如：

主播负责引导观众、介绍产品、解释活动规则;

助理负责现场互动、回复问题、发送优惠信息等;

后台客服负责修改产品价格、与粉丝沟通、转化订单等。

>3、直播时间

定好直播时间，并严格执行，建议直播时间段固定一些，并能够准时开播，如此能够促进粉丝按时观看直播的习惯。

直播时间到点后，注意不要恋战，即使还没介绍完产品，也要放到下一场直播，这也是一种留悬念的营销方式。

及时预告下次的直播，让粉丝持续关注下一场直播，促进粉丝观看习惯养成的同时，还能让粉丝对主播保持新鲜感

>4、直播主题

定下本场直播主题，就跟写文章一样，保证直播在预设的主题方向上进行，确保主题不会跑偏，切忌东拉西扯闲聊，不然显得很没营养。

比如主题是唇膏，就要突出颜色、涂唇膏的技巧，效果等。比如我表姐是做养发馆的，那直播的主题可以定防脱，那就围绕防脱说。

>5、流程细节

直播脚本，具体到分钟，比如8点开播，8点到8点十分就要进行直播间的预热，和观众打招呼之类的，包括产品的介绍，一个产品介绍多久，尽可能的把时间规划好，并按照计划来执行，

>6、主推产品的选择

梳理产品的卖点，在产品卖点中梳理产品的特点，包括产品功能卖点，及产品的价格卖点，帮助主播在介绍产品时给粉丝的信息更为真实和准确。

>7、优惠和活动

优惠信息和活动，在活动环节提示主播活动和玩法，能够更好的调动直播间的气氛以及引导粉丝消费

>8、直播分享

直播开始后，注意直播分享，分享群体包括直播粉丝群、商家粉丝群等多元化的分享推荐渠道，确保每个渠道都能正常连接上直播间。

同时，分享利于直播间维护，也可以避免主播尬场，随时可以与粉丝交流，带动直播间的气氛。

>9、活动总结复盘

直播结束后，及时跟进订单、奖品名单公布和发放、做好粉丝维护等，确保用户的消费体验。

特别是在发货环节，一定要及时。另外，可以调研粉丝对于本场活动的评价，便于改进优化。还可以对直播视频进行剪辑，包装成一篇推文，进行多渠道的宣传。

除了上述要点外，还要注意直播脚本绝不是永远固定的，每一场活动都会有变化，所以每一场直播都应该做一份直播脚本。然后，以每周为一个单位，每周更新一次玩法。

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展9）

——线上直播带货方案 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第二十二篇**

第02步：抖音规则账号定位之前，优先知晓平台的规则。抖音规则是你运营抖音号的红线，坚决不能触碰，一旦触碰，不管你的作品有多么的优秀，不管你的账户有多少粉丝，一样会受到平台的惩罚，比如：删除、限流、封号……

第03步：抖音算法掌握抖音算法，也就掌握了抖音的精准流量入口，让你不再缺少精准客户，所以，你制作的每一个视频都要围绕抖音算法去设计内容，将热门因素设计到内容当中，你的作品就会更容易火。

第04步：发布策略作品是影响热门的关键，除此之外，发布技巧也起到了决定性的作用，发布技巧非常简单，关键在于细节，这些细节同样也影响了作品的播放量、点赞量、评论量、涨粉量、完播率，也是提升上热门的必备条件。

第06步：粉丝运营作品发布之后，陆续有粉丝关注、咨询，这时候就要维护好这些粉丝，做好你与粉丝、粉丝与粉丝之间的互动，提高账号的活跃度，这样信任你的忠实粉丝就会越来越多，在后面变现、转化的时候才会更容易。

第07步：关注同行关注同行是我们的杀手锏，虽然你已经打好了基本功，但是在运营自己的抖音号之前，先看看同行是怎么运营的，通过研究同行来调整自己的想法、思路，操作的时候少走弯路、少违规。

第08步：账号定位从你刚刚注册的第一个抖音新号开始，不管是个人抖音号、还是企业抖音号，首先要做好抖音账号定位，接着要找到一个可持续创作优质作品的切入点。

第09步：账号布局不管是个人号还是蓝V企业号，账号定位之后，还不能立刻发作品，而是要对自己的抖音账号进行布局，尤其是运营2个以上的抖音号都要提前布局，不能这里搞一下，那里搞一下，越搞越乱，越搞越迷茫，账号布局就可以杜绝这种现象。

第10步：创作内容抖音从本质上来讲就是内容营销，靠内容来获得流量（热门）、靠内容来涨粉、靠内容来带货，想要获得更多的粉丝，就是在内容上 下功夫，别想走捷径，踏踏实实做内容才是长久出路。

第11步：素材收集素材是内容的重要组成部分，每个视频都要用到，你把搜集素材的方法学会了，你根本就不缺素材，整个行业都是你的素材库，任何一个细节、任何一个关键词都可以成为你的素材，随时为你所用。

第12步：视频制作在制作视频的时候，在达到自己目的的前提下，能用手机剪辑，就绝对不用电脑剪辑，能学会手机剪辑视频就使用手机剪辑就行了，手机剪辑视频效率高，而且很方便，1个人可以同时运营2个以上的抖音号都很轻松。

**抖音带货拍摄总结范文 第二十三篇**

>一、提高站位，高度重视，全力开展直播带货活动

新冠疫情暴发以来，传统供销渠道受阻。为切实做好农产品线上销售工作，五常市政府高度重视，采取多种方式，助力农产品销售，带动农民增收，缓解疫情带来的影响。五常市政府“一把手”在疫情防控工作极其繁重的情况下，不忘农民、不忘农产品的销售，在指示相关部门全力做好直播带货的组织工作的同时，亲自进直播间，为五常市农产品助力打call。

>二、强化组织，统筹安排，高效推进直播带货活动

>三、总结经验，加快推进，持续做好直播带货活动

通过这次市长直播活动，使五常的米企尝到了甜头，使农民认识到直播带货的美好前景，从大米厂家，农民合作社，到种粮大户，掀起了一波直播带货的热潮。市政府通过电商中心陆续开展了5期新媒体营销培训课程，引进了专业直播培训机构，为有意愿的人员进行免费专业培训。五常市将在这次直播的基础上，进一步借助电商平台高效、安全、健康、绿色、智能、生态的优势。继续为农产品销售提供特色服务。在“后疫情”期探索更多农产品销售模式，完善交易服务、支付服务、物流配送及供应链服务，探索农产品电商非接触性优势与农产品实体经营组织相互融合的农商互联新模式，开拓农产品销售渠道，助力农民增收。

**抖音带货拍摄总结范文 第二十四篇**

>一、来之前的抖音理解

在来抖音之前，我个人的理解是粉丝＝钱，粉丝越多那么你挣的钱越多。进来后也发现原来有90多W粉丝的人，也不会变现的笑话。现在改变了认知。虽然知道抖音很多人都在做，也知道很多人都亏了钱，不过还是觉得自己能成功。可能是因为我相信我终将富有一样希望以后不是一个笑话。来之前觉得没有那么复杂，应该凭自己的认知+来之前对抖音的学习和理解，应该还可以。不过事实证明，还是有点难的，没有那么简单。同时也证明自己很多知识是知道，不过不会？也没有实践过，验证自己的想法。

>二、近日收获

每天都在进步，并且所有人都在你追我赶的努力。生怕被别人超越，希望自己变强大，想有钱，先值钱的理念植入我们每个人的人心。知道自己不聪明，也不懂，就很认真的学习。知道什么是运营，也总结了自己的运营。不过学到皮毛，不是精髓，还需要自己去实践反馈自己的知识体系。自己已经迈出第一步，开始独立制作抖音视频，已经开始比别人还在观众阶段的更近了一步。当下自己的选择是否正确？用MVP的模型验证自己的思维逻辑，去试错，毕竟现在成本不高。

老大对情绪的控制：虽然对王导和秋桦有一定的情绪，不过整体来说比我控制的好多了，而且还能发现我的致命弱点，开心改正错误。公司老大的思维：我非常佩服，居然有这么多我没有的知识（同理心、客观、知识落地、清晰的表达、对欲望的洞察力、无欲则刚的能力）和落地的东西，非常很值得我学习，我也在思考为什么他会有这些我没有的东西。

每日精进：老大用3个月每日选题、文案、拍摄、剪辑等运营，连续做了3个月，成了非凡的人，与我们拉开一个很大的差距。我在跟进，虽然还有一大段距离，不过我会努力的。

老大对抖音的理解和运营的理解：未来的抖音发展走向。非常深，并且对当下公司的各方面考虑都比我全面，这也是我非常值得学习的点。整体思维。

>三、现在问题

公司沟通问题：上下级沟通的问题，导致效率底下，发现脑袋和身体不一的情况。目前得到一定改善，不过还不够。需要用更好的解决方法解决，提升公司效率，降低沟通成本。很多公司其实都死在了沟通问题上。

内部统一问题：股东内部方向不够统一，这样我们有时不能理解一些问题。

我们新员工问题：我已经来了2周，其他2位同事已经来了快2个月了，实际进展不大。

外部营销问题：在分清我们与用户界限问题存在分歧，基本上我们自己那些该做和不该做，没有清晰的界限。用户该怎么配合？配合到那种程度，是有一定问题的。用户该做什么，自己还放在什么位置和学到那个运营程度，用户是不清晰的。很多都是他们以为，不过以为都是错误的，前期没有沟通到位，导致后续沟通存在很大的成本。效率低，接待新用户进步缓慢。对那些用户该接和不该接目前我们员工没有一个很清晰的框架。

方向问题：公司战略规划，核心价值观，竞争力可能员工没有理解的很清晰。

当前公司存活问题：由于公司进入抖音不久，并且没有一个很好的用户案列，一切停留在思维上，没有去反馈验证。目前在当前用户使用来看，运营不是很理想。并且当前只有老大一人会运营，导致公司进度缓慢。

>四、未来方向

一切以价值为导向，以用户结果为导向，将实现公司正向反馈，先让公司活下来。没活下来，一切都是没用的。利用MVP模型逐个实践之前思维模型将很快并且很小成本的验证思维。不对马上改，第一时间反馈，缩短公司摸索进程。

以最快时间验证培训机制，将我们几位新员工带入运营角色。让我们快速上手后去验证我们的抖音知识体系。分担老大压力，让公司全面运营，并且有接待更多用户的能力。

**抖音带货拍摄总结范文 第二十五篇**

今年因为受到疫情的影响，培训的业务一直处于低谷期，今年直播非常火，而教育界的三大难题之一——线上线下相结合，所以我也尝试了直播，截止目前，做直播两个多月。

先总结下昨晚的直播情况，在这之前，直播相对来说是做的比较熟悉，流程等也是很很熟悉，但做着做着，就会遇到瓶颈，所以就会想往更高的一个层次，水平发展，进步。主播做的好不好，除了自己看回放之外呢，还得听听观众给你的评价，打分，从观众的角度看主播的水平，优点，待改进的地方，更加客观真实。

在这里先不说合作方人数邀约的情况，本次总结只说一个点——直播问卷调研。直播前的兴趣需求调研，直播后的满意度调研，只有知道观众的喜好，才能改进直播的流程，内容包括奖项设置等。在做直播前的问卷调研，要先把问题归类好，比如客户信息，合作商信息，产品方面，直播方面（内容，奖项等），站在观众的角度，他们作答的时候就不会东一类西一类，这点很重要。

**抖音带货拍摄总结范文 第二十六篇**

1、玩归玩，闹归闹，别拿点关注开玩笑、点关注，不迷路，主播带你回家住、来来来，聊起来。

2、有钱的捧个钱场，没钱的捧个人场，空闲的捧个留场，喜欢的捧个情场，最重要的，给你们一个笑场！

3、欢迎来到直播间，点关注 不迷路，一言不合刷礼物！

4、宝宝们， 关注走一走， 活到九十九 ，礼物刷一刷主播带回家。

5、关注主播不迷路，主播带你上高速！

6、你应该谢谢我，我要是长得好看你还怎么活啊?我的丑让你的颜值上了一个档次。

7、十年修得同船渡，大家一起点关注。百年修得共枕眠，刷刷羽毛不要钱。点关注，不迷路，主播带你回家住，主播带你见岳父。三分喜欢点关注，七分喜欢刷礼物，情到深处开守护。小守护，更显酷，挨踢时候扛得住。粉丝多，别吃醋，文明发言斗礼物。毛毛刷一刷，能活八十八；礼物走一走，能活九十九！酷我不倒，陪你到老。来来来，咱们聊起来。谢谢大家的支持！

8、爱要怎么说出口，倒在杯里全是酒。我一口一口又一口，醉死我也不放手！

9、他强任他强，我吃我三狼，他吊任他吊，我偷他大鸟。

10、我的优点：勇于认错；缺点：坚决不改。

11、生活将我们磨圆，是为了让我们滚得更远。

12、你泼给我的冷水，我定会烧开了给你泼回去，不信等着瞧。

13、老婆无味，情人太累，小姐太贵，没事开个同学会，拆散一对是一对。

14、人美话不多，美里没话说。

15、人多人少，气势不倒。

16、榜一榜二带榜三，一看就知道不简单。

17、上过电视，登过报，全国人民都知道，某某最可靠。

18、走过南，闯过北，关注榜一不吃亏。

19、一等谈情是初恋，野外作业全带电。

20、妹子两腿细细，身怀绝技。

21、大眼睛，双眼皮，一看就是讲究人。

22、千山万水总是情，点个关注行不行！

23、你不知我长短，我怎么你深浅

24、如果你容不下我，说明不是你的心胸太狭窄，就是我的人格

**抖音带货拍摄总结范文 第二十七篇**

>1、确定直播主题

首先，我们要确定此次直播的主题及目的，活动是为了吸引用户关注提升品牌知名度还是为了实现转化提高销量，有了目标才能制定后续计划。通常情况下，可以根据不同的时间节点和大促活动定主题。

>2、前期准备

通过目标来精准定位人群和市场，结合自己的产品圈定目标用户群体，为直播带来最大的流量提升，也防止团队在后续实施时出现偏离。给你的直播间人员进行分工，包括小助理以及直播管理员等。让他们做好直播间的场控，及时活跃直播间的氛围。

>做直播需要了解以下几点

1、0基础快速上手，实现变现

2、挖掘自身的优势，快速找准自己的定位

3、结合自身性格和特征进行人设的策划，在粉丝心中留下深刻印象

4、掌握内容创作的套路，被粉丝持续关注的同时轻松带货

抖音直播带货脚本范文 (菁选2篇)（扩展5）

——抖音直播脚本文案 (菁选2篇)

**抖音带货拍摄总结范文 第二十八篇**

入 门 篇1、新注册的号为何不能马上发作品，需要先养号？

在正式开始发布内容前，最好先养号3-5天，主要的目的就是为了增加账号的初始权重。养号就是模拟真人行为，点赞、关注、评论、分享、看直播 ，在线时长，也就是说并不是我每天关注一个点赞一个这就算一天，是根据你抖音在线时长，也就是说你前期刷个几百条 ，但是刷的内容要和你定位相关。

影片+字幕型、人声配合字说型、图片滑动型、真人出镜+字幕型

横屏的是16:9，竖屏的是9:16

粉丝的多少，与作品的多少没有直接关系，有时发太多还会起到反作用，形成的刷屏让粉丝形成审美疲劳。所以，宁愿花一周打磨好一个作品，而不是7天做21个作品。

需要有1000粉丝才能开通。

同时满足这三个条件：≥ 3000粉丝+≥ 10个视频作品+实名认证

这个是抖音主动邀请运营者开通的，一般粉丝量要达到几千到上万不等都能收到。（不过，不以万为单位的粉丝量级开直播，基本等于照镜子。）

DOU+是一款内容加热工具，说白了，就是抖音官方的广告投放平台，可以帮你把视频推荐给更多潜在用户。

第一，前五个视频没起来基本就会沦为僵尸号，也就是后面发出的视频得不到什么推荐量，即使有爆款视频出现也是偶尔走运，大部分视频的4项指标都低的可怜。

第二、别刷粉、别刷赞、别刷任何量，千万别刷！

第三、牢记第二条。

搬运视频是一个捷径，但是有的时候捷径并不适合所有人走，有些人能火是有很多运气成分在里面，短期可以玩玩，对于长期做号是很危险的。最保险的生产方式还是踏踏实实做原创。

抖音禁止合作的黑名单行业

准入的白名单的行业

以及入驻的审核标准

**抖音带货拍摄总结范文 第二十九篇**

从公司最初下定决心要开设抖音短视频这块的营业起头，直到现在，差不多曩昔泰半年了。在这泰半年的时候里，见证了抖音在中国市场甚至全球自媒体信息平台上的活跃度不竭提升。也吸引了大量商家的眼球，纷纷将眼光转移到这个新的平台上，抓取流量。

在打仗了各行各业的从业职员和老板以后，本身也在运营一些抖音的账号，所以想要把这段时候学到的、打仗到的事物做一个简单的分享。希望一些技能可以帮助到更多运营的同学。此次首要想和大师分享的一共又四点内容，都是从现实操纵上的技能。

>1、首先，关于账号的颁发内容的偏向。

我倡议选定自己最擅长的题材，早期不要太在意变现，先把流量做起来。肯定内容的垂直范畴，最间接和简单的方式是选自己擅长和领会的范畴。比如懂车的可以做汽车范畴内容，擅长唱歌的可以做音乐范畴，领会历史的可以做历史范畴……若没法间接去肯定垂直范畴，运营者也可参考抖音内的爆款，或是尝试做蓝海范畴内容。何项俊指出：“抖音蓝海范畴中的母婴、汽车、教育培训、医学科普、法令常识科普等，都有很是广漠的远景；而红海范畴中的测评、美食、美妆等，只要具有充足新奇的形式，照旧很是值得投入，由于广告变现远景好。”比来一段时候，经常会碰到流量难做的题目，很多小伙伴都埋怨这块合作太剧烈了，数据要想踏踏实实的做很难做上去。实在，像抖音这类的短视频平台都还有增加的空间，陪伴着5G技术的提高，智妙手机越来越智能化，想必视频类的交互方式将继续扩大影响范围。所以还有机遇，但关键是内容生产自己能否有充足的吸引力。

>2、其次，一个重要的步调是“养号”。

“养号”和“权重”都是抖音官方不认可的说法，可是这并不代表注册完账号便可以发内容，由于轻易被判定为机械或营销号。“内容优良的话，即使被系统判定过，前面还是有机遇出爆款，权重并没有牢固的纪律可言。”

所以究竟什么是“养号”？

很多业内助士的`了解是，运营者需要尽能够地“模仿一般活跃用户的行为”，比如完整填写材料、天天刷抖音、批评、点赞等。收集上有总结出一些法则，比如“天天早中晚刷垂直范畴内容30分钟”、“关注最少X个竞品账号，批评XX个感爱好的视频”等。但这些法则实在都是因团队和账号而异，养号简直可以经过关注、点赞和批评同范例的内容，同时吸引粉丝点到自己的主页并关注，具体数目只需像一般活跃用户即可。

>3、再次，当你的号申请了，一切的预备工作都已经做好，就是颁发内容的时辰了。

想在抖音上获得粉丝，延续生产优良内容的才能才是关键，“播放量、逗留时长、完播率、复播率、批评率和点赞率，这是抖音对于视频风行度猜测的维度。“三秒反应定律”——三秒还没引发我的留意大概感动我，那我会绝不犹豫的划过你。那假如内容不吸引消耗者，就没有完播率，更没有点赞和批评等。做过抖音运营的都晓得，“播、转、点、评”的重要性，只要这些数据上去了，抖音平台才会给你更多的流量。

那这些爆款的内容该若何打造？有木有迹象可循呢？答案是：有！抖音的保举算法是将“用户喜好的内容”不竭推到他们眼前，但爆款内容背后本质还是用户对优良内容的爱好。

爆款视频的四条“可循”原则：

原则一：感情上发生共鸣。

哪怕是BGM的传染，还有画面的带入，一刷到马上引发大师很是激烈的感情波动，才能促使点赞的行为发生。

原则二：形式上要创新。

抖音是内容迭代很是快的平台，只要最有新意的形式才能脱颖而出。

原则三：热门大反差。

热门永久是大师关心的话题，加上出乎意料的反转，能让结果翻倍。

原则四：互动合拍。

小号和大号合拍，可以吸引更多流量。大号和大号更能发生“1+1＞2”效应。

除此之外，账号内容差别化、公布稀缺的热门内容也是制造爆款的重要路子。抖音上不乏大量同质化的内容，想要在如此庞大的内容池中被留意到，有两种方式：

一是需要做出区分于头部同范畴账号且更胜一筹的内容形式。

二是运营者可以寻觅平台内热门但介入人数不太多的活动，快速跟进做出一些风趣的内容，便有机遇被算法保举。

>4、最初，关于一些小的细节上，要做到“邃密化”。

高频次更新，把握流量高峰点。延续又稳定的内容输出，可以获得更多的播放量，有助于涨粉。“最少一周五更。”而天天更新的时候，也很有讲求的。抖音有3个拜候高峰期：午时12点前后、早晨6点前、夜里10点前后，在这三段时候内公布内容，也有机遇获得更高的流量。

指导粉丝介入互动，公布内容时成心识地指导用户批评与互动，是抖音邃密化运营中的重要一环。在配的笔墨中设想一些成心机的提问，大概指导大师聊聊对事务人物等的看法。还要配上热门的标签，由于这些标签都自带流量。

除此之外，抖音平台本身也设想了一些鞭策的助手“DOU+”功用，DOU+是平台内的官方助推方式，可以为内容带来一定水平上的曝光和流量增加。可是对于早期运营的账号，投放DOU+是个需要慎之又慎的决议。

假如需要投放DOU+，我倡议遵守“少许屡次”“小额多投”的原则。不竭给你的号“注流”。假如消耗了一些金额结果不明显，则建立立马停止加热，踏实做账号。

一个新的平台出现，开初是布满着应战的，但与此同时，也有包含了很多的商机，希望能帮助到有需要的同道，在抖音上收获流量，也能收获经历。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！