

做过传统运营的人都知道，一个店铺做的好不好

核心点和产品供应链有绝对的关系。

其次才是团队，最后是资金！

这里的产品供应链不仅仅指的是不是一手货源，还有就是产品架构。

那怎么才是正确的直播间产品架构呢？

第一次握手成交的产品

其实大部分直播间前期从 0 开始，都需要一个磨合的过程，不管你卖是什么，都要先学会设计 1 个产品 ----- 第一次握手成交的产品。

新直播间刚开始都难，因为是 0 粉丝开始的，平台推荐不管你是什么直播间，都会给你推荐流量，只是给多给少的区别。所以，你想啊，直播间就等同于一个档口，你开了档口，总会有人进来看，你要让他停留，最好用的就是能让成交！只有成交了，他就是跟你形成一次交易，就有了一定的信任度。有了信任度就对你主播有印象，下次刷到优先点击进直播间的几率就高。

想要让他跟你成交，你的这个握手成交的产品价格一定要低，而且必须是本直播间的常规产品。比如你是播翡翠

手镯的，你的握手成交产品必须和翡翠相关，可以是小的吊坠或者翡翠耳钉等；如果是播包的直播间，你的握手成交产品必须和包相关，可以是钱包，零钱包。

备注：这个产品设计，一定要用心，对你的直播间定位人群有用，另外单价低，性价比高，最好你还有利润。

比如，不是让卖珠宝的直播间，你必须设计 10 块钱的翡翠。而是利用你的货源优势，取高性价比而且低客单价的产品。

而且握手成交不一定是一款产品，而是一个品类产品。这个产品系列设计的好坏，直接影响到你的直播间发展趋势。



孤品模式

先科普一下什么是孤品模式，就是产品单款单件！每介绍 1 个产品，主播就喊扣 X 号，有人扣了后的第 1 个人形成成交，拍下备注主播给的编号。

如果人稍微多点，在形式上就形成了抢拍模式，也就是另一种意义上的饥饿营销。所以做直播间，除了个别品类，货源就成了关键点，比如服装前期最好是做尾货，因

为性价比够高，款式够多，不用压货。珠宝更简单了，他们相互之间都可以货源互换。女包和服装一样的道理。

款式必须好

除了食品类，其他大部分类目的直播间，都会被误导，觉得只要我的价格够便宜，一定会形成成交。

这里我们要分析我们的人群，从大范围来说，来看直播的，女性占比最多，至少要达到 80%以上。女性是绝对的视觉消费者，她买东西很不理性，为什么？因为情绪，情绪高的时候他能买买买买，情绪不高的时候，也有买买买的。

所以，他看到你直播间的产品，不一定是性价比高，还偏向于够好看！喜欢！

以前有个商家问我，为什么我的手镯，手串那么便宜卖不出去，我进去直播间一看，直播间全部卖的是一模一样的水晶手串，而且镜头下放一大堆。这看 2 个就视觉疲劳了。。。

所以做直播的，尤其前期孤品模式，最好做到款式好，而且做到他永远不知道下一款是什么！

价格阶层必须有

我们很多直播间，一直都在卖 1 个客单价的产品，或者 2-3 个客单价的产品。比如卖珠宝的，全场下来就是 100+；300+；500+

举一个例子有一个商户是卖蜜蜡的，全部都是手串，价格就是上边几百块钱的，我问他是真货吗，他说是真的；我说你有没有更好的货，他说有，价格太高了，没敢拿出来。我问多少，他说几千。

这里问题就来了，如果简单的只设计几个成交单价层，那你成交会越来越困难。为什么？

因为没有对比！

你想让你下边的低客单价成交，就必须设计高客单价的产品，比如像上边的那个朋友，再弄 2 个客单价的产品，一个 2 千左右的，一个 2 万左右的。

主播介绍的时候，每介绍 5 个左右的百元客单价，就介绍一次千位数和万位数的。不要怕没成交。这 2 种单价的产品，就是用来做对比的，拉高粉丝的心理期待。而且说不定会有老粉成交。还有，就是高客单价的产品优先具备好看，其次再具备性价比。

品类齐全

做直播间，是玩粉丝营销，一个铁粉能顶 10 个新粉的成交。所以就回到了刚才那句话，老粉不成交，当一个直播间做了一段时间，老粉就算天天买，总有买够的时候。

那总不能让他不消费了吧。这也是很多直播间头疼的事，一段时间的老粉，买了后，很长时间就不见人了，去哪了，跑别人直播间了。还来不来？来！买不买，不一定！

所以品类一定要齐全。我们要做的就是让他在我直播间买买买到不买的周期拉长，消费金额拉高！

比如女装类，买够了上衣，你还得有裤子，半身裙，连衣裙，毛呢外套，羽绒服等等。其他我就不举例了。。。

现在大家明白了吗，产品架构很重要哦！当然做任何事我们都要坚持，都要积累经验，在过程中去成长，最后去拿结果哦！