



直播是一个实时互动的场景，吸引用户的关键在于直播内容本身

内容来源：西安弈聪信息技术有限公司(<http://www.xaecong.com>)

关键词：直播,电商,直播模式,电商属性

内容概要：

直播是一个实时互动的场景，吸引用户的关键在于直播内容本身。直播模式和电商属性有效结合，以促使更多交易行为的产生，是电商直播的核心诉求。设计要做的，就是帮助用户更好地获取直播内容，方便用户与主播进行有效互动，激发用户的购买欲望。这里我们主要从...

正文：

直播是一个实时互动的场景，吸引用户的关键在于直播内容本身。**直播模式**和**电商**属性有效结合，以促使更多交易行为的产生，是电商直播的核心诉求。设计要做的，就是帮助用户更好地获取直播内容，方便用户与主播进行有效互动，激发用户的购买欲望。这里我们主要从信息传递、互动方式及购物氛围营造三方面出发，提升直播间转化。

直播作为一种新的媒介，在和明星名人及有趣的内容结合后，形成一个天然吸流的能量球。我们要做的就是把这个能量球抛出去，把人带到我们的平台上来，这里的引流效果主要依赖精准推送和直播内容本身。



在购物过程中，从最初的信息接触到最终购买，用户会经历很多的接触点。直播要有效促进购买，首先要了解用户接触直播的路径，明确用户在不同路径节点的具体需求，通过满足该需求对用户的决策进行引导，最终促成转化和留存。用户路径取决于用户需求。根据购物目标，我们将进入电商平台的用户分为三种：目标明确型、半目的型和无目的型用户。

目标明确型用户有明确购买目标，比如：我要买iPhone7，进来的路径就是搜索>查看商品详情。直播在这里的作用，就像一个真人产品说明书，帮助用户获得更全面的商品信息，辅助决策。

半目的型用户有模糊的购买意愿，比如：我想买手机，但是不知道要买哪个，这时候进来的路径就是搜索+逛，尽可能收集更多的相关信息，明确购买目标。直播在这里的作用，就相当于一个导购，通过主播的推荐和介绍，促进更多转化。

直播通过实时的视频画面和声音来传递信息。相比于图文信息，直播信息具有很强的实效性，但同时，直播信息的传递也有很明显的局限性，同一段信息的传递，需要主播和用户同时在线。而现在，大部分用户的时间都是零碎的，无法做到用户与主播时间绝对同步，这就造成不同时间段进入的用户对直播信息获取的不完整，主播不得反复表述相同的信息。所以，我们首先要解决的是，如何让主播与用户之间更高效地进行信息传递。

由于直播是实时不间断的，要提高信息传递效率，我们可以在不影响直播主体（视频画面）展示的情况下，对用户普遍关心的信息，进行聚合固定展示，拓宽单条信息的覆盖面，减少信息传递盲区。

直播中传递的信息大致可以分为两类：既定信息和实时信息。既定信息是本场直播客观存在不会改变的，比如：主播、主题等；实时信息是主播在直播过程中实时产生的，比如：直播过程中大家都在问主播的身高体重，这类信息不一定属于主题范畴，但一定是某一段时间大部分用户关心的，并且随着直播的进程，用户关心的点会发生变化。所以，根据直播信息的特性，我们可以对既定信息进行固定展示，对实时信息进行机动展示（即在用户关心的时段固定展示）。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：[\[email protected\]](mailto:)