直播电商已经逐步秒杀传统电商，而直播也成为进军独角兽的利器

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,直播电商,互联网,吸流

内容概要：

如何将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。传统电商经过多年的发展逐步演变成互联网电商，随着直播的火爆，一些嗅觉灵敏的先锋者便将直播和电商结合起来，也就是我们现在说的直播电商。直播作为一种新的媒介，在和...

正文：

如何将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。传统电商经过多年的发展逐步演变成互联网电商，随着直播的火爆，一些嗅觉灵敏的先锋者便将直播和电商结合起来，也就是我们现在说的直播电商。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。

要将电商和直播这两个不同的因素相结合，首先要找到两者之间的连接点。电商需要人，那就要用直播吸引更多的人过来；商品要卖出去，那就用直播来卖更多的商品。这里我们从“引流”和“转化”两个点出发，对直播与电商的结合点进行了梳理。

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影响，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，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，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。

不得不说，直播电商已经逐步秒杀传统电商，而直播也成为进军独角兽的利器。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。就目前来说，电商直播最大的优势是导流，做得好能够产生极大的效益。在其他直播方式未成长起来前，电商直播最有可能是下一个爆发的细分市场，目前该领域玩家较少可乘机尽早布局。

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: