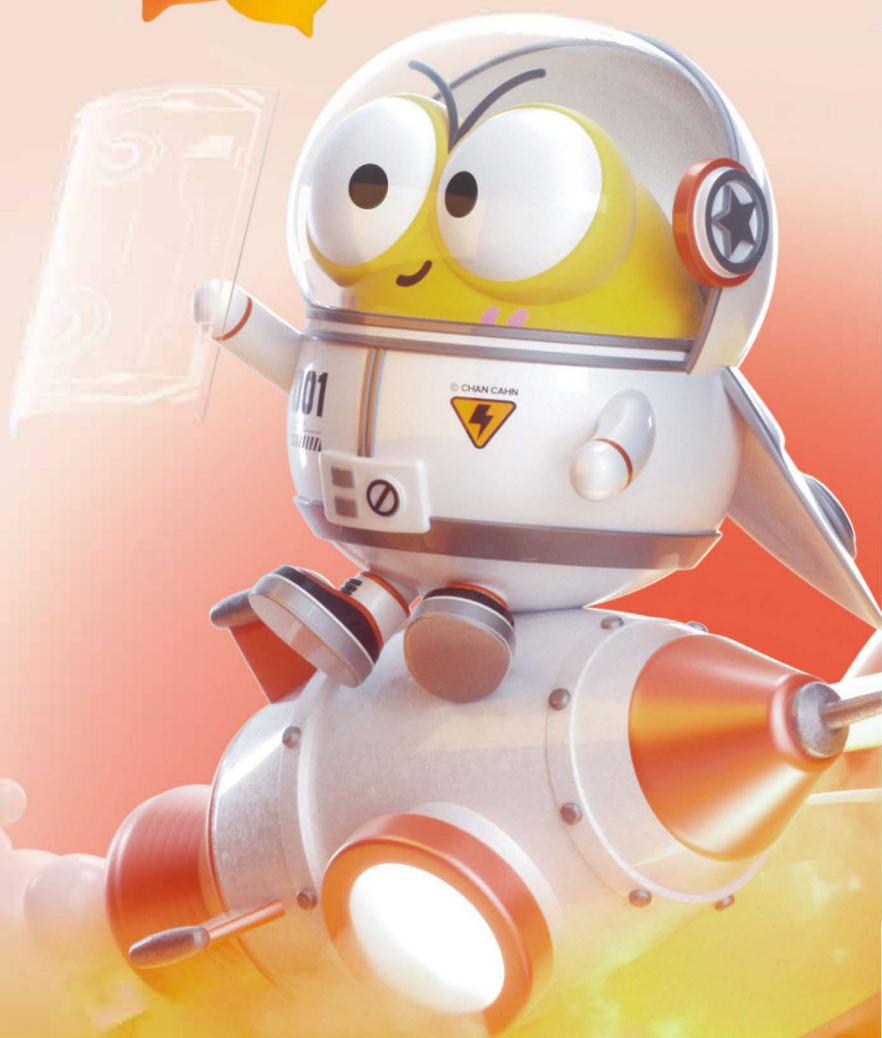


蝉妈妈星球

抖音电商 常见问题手册

内容精选于电商实战者高频问题解答



—
100 个抖商常见问题

6 大核心内容解析

CONTENTS

目录

—

1.0	账号篇	P.05- P.09
2.0	直播篇	P.11- P.17
3.0	视频篇	P.19- P.25
4.0	流量篇	P.27- P.33
5.0	达人篇	P.35- P.37
6.0	店铺篇	P.39- P.45

1.0

— 账号篇



Q1

看对标的账号流量结构，付费占比高，就能判断账号是靠纯付费拉起来的吗？



看对标账号流量结构的话，建议从前往后看，不要从后往前。从这个账号最前面一场开始看他的流量结构，曝光，场观递增，直播时长，单量增长，基本就能判定出这个账号的流量路径了。



不一定的，但是可能性极高。如果从起号开始，就是保持高付费趋势，那基本确实是依靠付费的。但是也一定要结合转化情况，有可能其实付费投放效果一般，一旦降低预算或者停止投流，流量直接断崖式下降，这就证明其实流量承接能力有限，只靠纯付费很难拉起来。

Q2

账号限流如何排查？



账号播放量长期卡在 100-500，很多人就会怀疑自己的账号是不是被限流了。如果有这方面的怀疑，可以查看最近 7 天之内发的作品浏览情况来进行限流的排查，如果视频没有被外推（粉丝播放量占比 100%，或者浏览用户中，后面的标签都是“回关”），那大概率就是被限流了。如果有浏览用户后面的标签是“关注”，就说明没有被限流。



限流一般都会有官方消息通知



其实不叫做“限流”，而是单纯因为作品质量太差，没有流量。限流更像是一个数据尚可的视频，触发了更高级别的流量推荐，同时也触发了更严格的审核，原本通过审核的地方，被卡审限制流量推荐。例如某条街拍风格的视频，背景中有一路人抽烟镜头，该镜头短短存在 1 秒，由于视频本身质量较好，很快到达 10 万播放，但是这时视频被限流了，因为这个镜头。

Q3

如何检测账号是否正常？



进入抖音安全中心检测账号【我】-【设置】-【账号与安全】【抖音安全中心】。此方法可用来账号自测，如果没有安全提示，可判断此账号没有问题。也可以通过视频播放量或尝试 Dou+ 检测账号。像播放量小于 200，基本可判断自然流量有问题。发布作品后，可以点击加热投放作品，看看是否会出现“不建议推荐”的情况，如果有则证明作品是有问题的

Q4

要养号吗？真的有用吗？



不需要养号。账号注册后完善各种信息，明确定位即可制作发布作品。注意以下几点：第一，一卡一号，绑定手机号后不要频繁切换设备；第二，完善个人资料，让用户知道你是干啥的，过往有哪些成就；第三，明确账号 IP 定位，头像、背景图、简介，让粉丝一眼就知道你是干啥的，发布内容要垂直。

Q5

抖音不够 500 有效粉怎么办？



1、首先查看自己有效粉是否达标：打开抖音账号后台「我」页面 -- 右上方的三条杠 -- 「抖音创作者服务中心」 -- 右上方的这个齿轮 -- 点击「查看标签使用要求」 -- 查看真实有效粉丝数，如果当天涨粉后，次日的 17:00 点抖音会昨日更新有效粉丝数据；2、如何获取有效粉？方法 1：发作品涨粉，通过发作品吸引用户关注点赞获取粉丝量。优势：用户精准。弊端：涨粉速度慢；方法 2：通过直播的方式，来快速涨粉，前提是有基础粉丝；基础粉丝指，主页显示几百或几千粉，但依然无法满足 500 有效粉。优势：涨粉快。弊端：对于没有基础粉丝的用户而言，这个方法很困难。方法三：通过抖音巨量千川投流，这个方法需要成本，毕竟是花钱买抖音的流量，来实现涨粉的目的。优势：涨粉快，节省时间。弊端：需要投入成本。



多发布优质内容

Q6

冷启动期要怎么做？才能保证计划快速跑起来？



首先分析产品的人群画像，精准的定向可以帮助计划快速转化快速度过冷启动。如果是直投直播间，计划消耗预算尽量集中，可以适当提高价格或用小额浅层转化目标带深层转化跑量；如果投放短视频素材，则可以根据素材的数量多大件一些计划做测试。



除了千川的设置之外，人货场等因素也需要关注，这些属于基础条件，包括：主播、直播间、产品、口碑分等，这些对投放效果也有直接影响，建议做好人货场，保证口碑分 4.6 以上

Q7

老号之前跑的比较乱导致定位混乱，该如何处理？



调整直播间，根据想要内容定位去进行货盘和主播话术调整。主推爆款承接款，把不相关的产品、内容全部下架。同时配合投流，前期低预算多计划去精准投放，建议专业计划覆盖人群 3000W 人次左右，避免通投的情况，后期增加极速推广模式智能探索人群，实时盯住直播大屏，保证付费流量不能压过自然流量，进行周期性优化。

Q8

一个身份证可以实名认证几个账号？



正常来说一个身份证只能实名认证一个抖音号，不过也有一种说法是通过注册抖音火山版小视频来进行第二个账号的实名认证。但是火山版抖音和抖音其实是两个不同的程序，而且带货的形式也不一样。所以严格来说，一个身份证号，还是只能实名认证一个抖音号的。

Q9

没做起来的老号，能拿来用吗？



其实账号的新老并不重要，重要的是在短时间内建立起账号的垂直度、健康度、活跃度，提高账号权重，让系统把你的账号判定为优质账号，后续将为你推送更多精准流量，带动账号数据。拯救抖音老号主要有这几步：1、思索长期运营账号的定位，定位明确才能够给账号打上足够垂直的标签；2、处理老作品，不要急于一次性删除全部作品，看看之前作品中有没有符合现在定位的，如果符合就保存下来，如果不符合就分批隐藏；3、找到对标账号，去参考一下竞品账号，仿拍你所选领域中最近点赞量最高的短视频。最好也找新号，粉丝 1-3 万，作品尽量日更的那种；4、重新搭建五件套。按照账号定位、人设、发展方向重新搭建自己的主页，背景图、昵称、简介、头像、性别都要符合你的账号定位，打造出想要的效果。切忌最后不要带太明显的营销广告性质以及私信、引流等操作，太难看的吃相会引发用户的反感；5、3-7 天时间活跃账号，给账号打上标签，保持更新频率，保证内容垂直，可以投投 DOU+。

Q10

要养号吗？真的有用吗？



不需要养号。账号注册后完善各种信息，明确定位即可制作发布作品。注意以下几点：第一，一卡一号，绑定手机号后不要频繁切换设备；第二，完善个人资料，让用户知道你是干啥的，过往有哪些成就；第三，明确账号 IP 定位，头像、背景图、简介，让粉丝一眼就知道你是干啥的，发布内容要垂直。

Q11

删除视频是不是会影响账号权重？看到网上有人说删除视频会被降分，降低权重



抖音权重是官方内部计算的数值，没有什么具体的查看方式，官方也没有明确说明。但是根据经验推测，删除视频是会影响推荐的，因此有不想让观众看到的视频，建议选择隐藏而不是删除。

Q12

什么是冷启动期？



一个新账号前几场开播时，会发现直播间的流量很少，一场直播的总场观也就 200-500 之间，并且这些流量质量很差。因为你是一个新直播间，系统不会把优质流量匹配到一个能力未知的直播间！开始只会推送泛流量，泛流量的特征就是非精准用户人群，比如刚注册抖音的用户，同城、关注、没有历史购物记录或低客单的人群。冷启动期系统正在学习什么样的人群会在你这里停留购买，你的账号对于系统来说是一片空白，它不知道你这个账号到底要在抖音上干嘛，所以系统在学习中。如果在这个阶段你能够通过系统给你的推流或者说你去采买的一些精准流量，这部分流量在你的直播间产生停留，购买成交，那这个时候系统就会给你打上标签。

Q13

我有产品，要如何在抖音上卖货？



可以去工商局办理个营业执照，然后开店。另外从去年起，抖音也逐步开放了个人店带货，自然人身份也可以入驻带货。开店只是第一步，如何卖出去才是最难。

抖音电商个人店开放招商公告

2023-03-01 14:15:39 | 电商运营团队

尊敬的各位商家：

为了更好的满足广大消费者的购物需求和广大个人商家的经营需求，提升平台商品的丰富度，自2023年3月1日起，平台将试行开放个人店（入驻主体为自然人）入驻。

个人商家自3月1日起可通过 [招商入口](#) 操作入驻，入驻指南参考 [《个人店入驻指南》](#)，入驻规则如下：

(1) 入驻要求详见 [《招商标准及入驻规范》](#)；

(2) 开放类目明细详见 [《个人店铺限制经营类目明细表》](#)；

注：试运行期间，个人店仅支持货架经营，直播/短视频等带货形式、精选联盟推广等功能将在后续逐步开放，敬请关注平台后续规则通知。

最新公告参见：[《抖音电商个人店开放招商公告（二）》](#)

Q14

新号起号如何找对标账号？

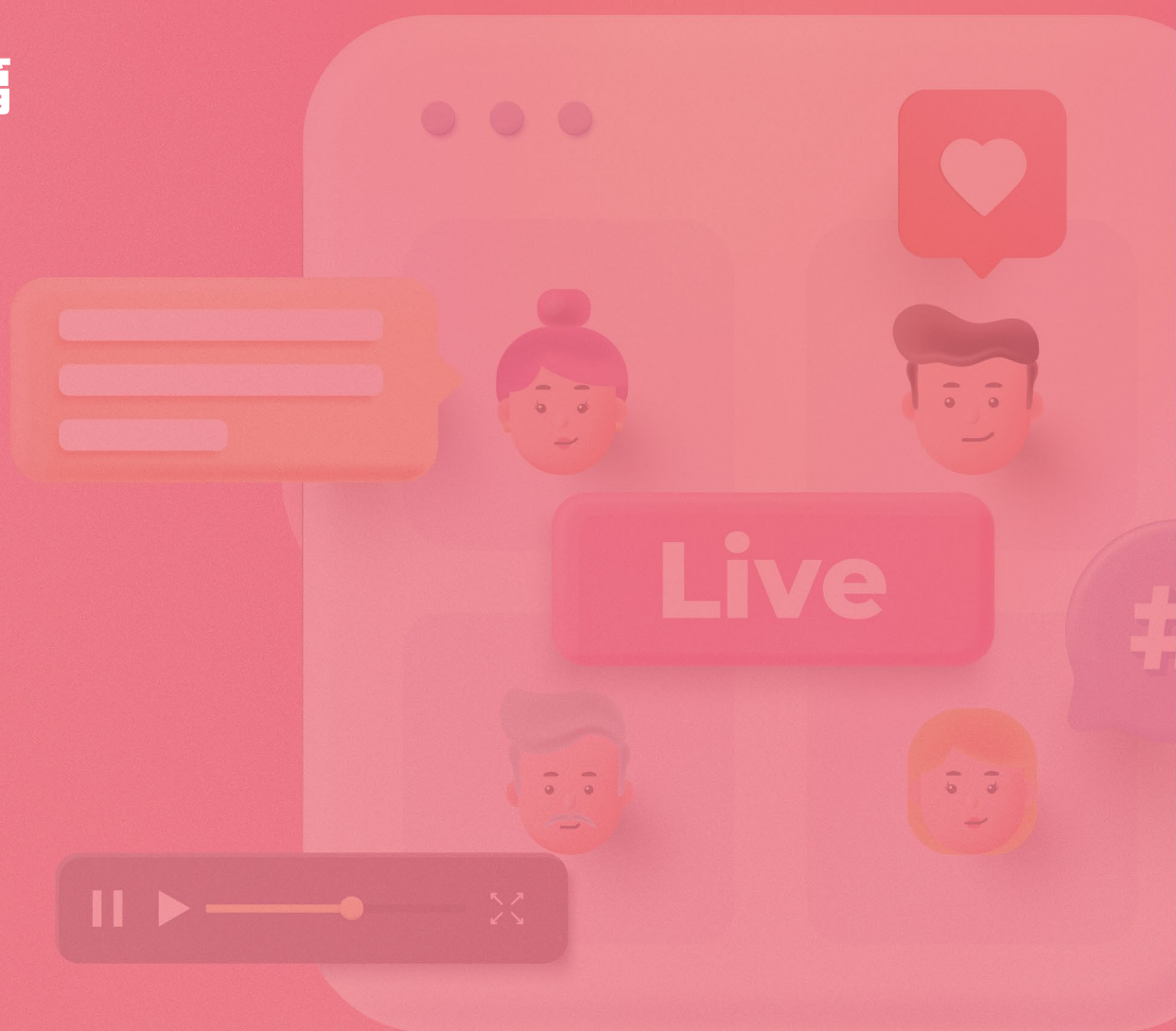


可以找一些“黑马”账号，就是那种粉丝不多，但是销售额很高的账号，这种账号要么是有成熟经验的团队，来起新号，要么是产品过硬，打法单一但有效。这种很适合新手去对标学习。同时优先看本行业（可细化到三级行业）的同行，如果比较少或者没有，可以跨行业参考其他同行。蝉妈妈可以直接查黑马账号。



2.0

— 直播篇



Q1

关于抖音直播间挂福袋，有相关要求或者建议吗？听说在新号冷启动阶段最好不要用福袋，容易把标签打乱是真的吗？



是的，除非你的转化很好可以挂一下，新号如果你想打开自然流量不看重转化也可以，最好用高转化的品推，这样影响小一点

福袋使用的策略可以看下；建议少用，不是不用，配合拉浅层没问题

福袋具体使用之场景使用

01开播福袋 (吸引到引流款)	02开款福袋 (加急已拍)	03转款福袋 (看一下几号链接)	04憋单福袋 (抢不到，再上一波)
一定是大额福袋留人	设置评论话术，带来羊群效应下单	通过扣评设置转款话术，引导主播转款	通过模仿用户需求，评论用户需求，继续开款

福袋具体使用之时间流程

1.新用户进入提醒	2.离开福袋还有较多时间	3.福袋快开奖阶段	4.福袋发放阶段
主播正常直播，副播针对新人进直播间欢迎，并提示福袋活动，做到用户在直播间留人	- 告知用户走了福袋名额不在计算 - 诱导告知前几轮很多粉丝抢到了福袋 - 短暂性塑造福袋价值 - 配合抖币发放，吸引用户停留	- 提示用户倒计时，产生用户期待 - 继续塑造产品价值	- 恭喜福袋的领取用户，并引导扣评 - 再次重新塑造福袋价值 - 告知很快还会上福袋，按时还有机会

Q2

直播间人均停留时间比较低怎么办？



参考优秀案例提升主播话术讲解留人能力：包括即时回复用户咨询，丰富商品卖点讲解等，从场景、产品、活动三大方向入手优化内容呈现和话术等



停留时间短，首先要思考直播间的内容输出，需要明白一个道理，纯带货直播间的停留时长就是会比其他直播间的低，所以在这个前提下，直播间没有节奏和玩法，停留时长将会更短。可以通过上架福利品等拉高停留时长，也可以通过福袋等运营工具拉高在线。其次可以通过设置有趣味性的内容、打造吸睛的场景等方式来拉长停留时间。

Q3

直播时运营需要注意哪些数据？



直播过程中一般需要关注以下几个数据：1、开播前 5 分钟的开播推流跟主播的人气峰值以及成交单量，可以算出开播极速流的转化率，预测承接的情况；2、前 30 分钟的停留、转粉、转团，根据前 30 分钟的数据来评判后面波次的人气值是否达标，是否需要付费介入补充数据；3、1 小时之后主要看 GPM 跟商品点击率，点击率高的商品可以前置让主播拉升 GMV；4、再就是新版直播大屏的流量来源占比，主要监测各个流量入口是否正常；5、付费大屏数据，以免跑飞或不起量

Q4

直播间无法承接流量，应该重点优化什么？



短视频及直播间素材人群匹配，如果人群不精准可能用户来到直播间马上离开；2、主播：主播讲款、塑品、打单的能力需要提升，需要把控好直播节奏；3、货：产品不能引发客户兴趣，选品、排品、展示等需要优化；场：直播间场景不具备营销信息；4、店铺产品落地页提升营销力，产品介绍页面过于草率



人货场都要优化

Q5

很久没有直播过的老号，还有没有流量？



一般很久没有播过的老号处于静默状态，前几场基本不会有什么急速流量，需要做付费结合福利品活动的方式，持续拉几场，保持出单不低于 50-100 单，或者 GMV 不低于 3000-5000，可重新激活账号。



账号带货口碑分多少，4.4 分以下的太低了没有流量

Q6

直播间怎样才能获得更多的直播推荐流量？



不同行业类目、不同粉丝数量基数、不同客单价的流量级别分配，直播的流量推荐逻辑不一样。点击（曝光点击进入率、商品点击率）；停留（观看时长）；互动（公屏互动、点赞、转粉加团、分享直播间）；转化（成交订单量、成交金额、成交密度）；数据达到一定标准，会进入第二阶段流量池

Q7

老粉成交占比过高会不会影响自然流量？



是有影响的，如果你大部分都是老粉成交，那说明你的新粉，或者说叫新推过来的免费流量不成交，或者成交很低，系统给你推的新人都不成交，那么系统为什么要给你推人？那么他干脆就一直给你推老粉，这样的话就会压制你的免费流量。后期你的老粉成交过高，也依然会面对这个问题。所以尽可能的去通过货品的价格控制，话术来控制，让老粉成交尽量不要超过 40%。

Q8

为什么我的账号开播没有自然推荐流量？



1、经过多次开播平台推送的急速流量每次都完全没有承接住和浪费掉，平台也将不会推送急速流量，需要付费采买流量；2、账号很久没有开播过了，属于非活跃静默账号，需要作冷启动操作



账号带货口碑分太低，4.4 分以下；账号属于违规账号，信用分被扣除这些都不会有

Q9

为什么我的每场总观看人数一直突破不了更高？有没有什么优化方向？



需要对开播流量承接转化各项数据指标与整场平均转化数据指标做到合格 或更优才被突破现有的场观。主要优化方向：1、提高 1000 次观看成交金额；2、千川付费介入；3、人货场优化提升



其实观看人数，代表着你的转化能力，基本上你能承接多少流量，系统就会给你多少流量。所以需要重点关注转化效率，做高 GPM，当你能够承接和转化更多流量时，你的场观也会增长的。

Q10

直播可以换人出镜吗？



需要看账号的属性，如果是企业号，那么平台对于直播人是无要求的，可更换出镜人；如果是个人账号，那么出镜人必须是账号实名认证人本人；如果有需要，这个人可以带其他人出镜，但是前提是，实名认证人必须在；如果被平台巡检到非实名认证人单独出镜，那么会判罚，甚至会封号。

Q11

开播的时候在线人数很高，直播时长越往后在线人数越少，这种情况怎么办？



正常情况下健康的账号开播 10 分钟左右平台都会给急速流量的推荐，也是考验人货场的承接能力之一。如果没有将流量做到合格的指标，将会影响后面的推流程度，直播前 5 分钟数据决定后 5 分钟推流，所以策划好 5 分钟直播间活动（包括：活动设计，互动执行，节奏掌控）

Q12

直播场观下滑怎么办？



1、换开播时间段去测流量；2、在这个新的开播时间段，上爆品，用千川去投人气和带货，拉新用户的成交数据，播两到三场直播间就 OK 了。



场观下滑不要慌，首先要排除一些低级错误的可能性，例如违规、产品有差评、直播间被举报、口碑分下滑等因素，再通过直播间诊断，排查近一段时间内的“带货指标”和“人气指标”，看看有哪些指标是长期低于同行的，那就需要重点调整了。最后，直播间人货场等需要保持更新，其中，产品要保持竞争力，开新品、打爆品，同时直播间玩法和场景等也需要适时更新。

Q13

直播到底要不要拉时长，什么时候才能拉时长？



拉时长是需要前提条件，第一是在线人数要保持均衡稳定以及主播状态。但是大多数情况下，免费流量的直播间，绝大多数的在线人数都会随着时间的拉长出现人数越播越少时，一定不要拉时长。因为平台会对每场直播计算出一个平均数据，数据越差，下一场的流量就会有所下降。而付费流量就不同，就可以通过整场付费采买流量，维持在线人数保持稳定，同时也需要具备较强的“人”“货”“场”，这样去拉时长就可以达到比较理想的效果。



不要盲目拉时长，没啥用

Q14

如何提升直播广场点击率？以及如何提高千川投放点击率？



千川投放点击率可优化这两方面：1、选择和直播间及商品匹配的精准兴趣人群，提高点击率；2、提高商品质量以及素材的内容质量，吸引用户提高点击率。



目前最新的直播广场，前 2 个顶部的直播间会直接播放直播间画面，后面的会展示直播封面（开播的时候上传的静态封面图），所以需要从这两个角度来优化，既要优化直播间画面、产品、表格，也要制作有吸引力的直播封面。例如明星 / 头部达人代言或露出、打造高曝光进入率直播场景、营造良好的直播氛围、突出热卖产品或优惠等。

Q15

直播间留不住人，投流成本高，怎么办？



最先不要着急开播，先更新视频养号，稳定好基础数据；第一次开播不投入付费流量，会拥有一定自然流量，直播间要承接住这些流量；留住自然流量：发福袋，时常出商品讲解卡片，增加曝光率，流量峰值讲解利润款商品



开始不要在意成交量，注重直播间数据，确定直播时长、流量峰值；稳定产出 GMV 后，可尝试投随心推，之后再干川，付费投流要分析 GMV 量级，比例一定不要太高



开播前制作好直播脚本，要精确到半分钟，预备对应不同场景的方案。直播间整体包括主播话术和场景布置等，留住粉丝

Q16

调味品直播脚本如何设计，如何培训主播？



直播脚本首先取决于你的产品，如果你的产品有多款，那你需要给每款产品设计话术，其中包含产品的卖点，用户的痛点等等，这个是讲品话术。然后不同产品直接需要有衔接，如何从一个产品，转换到另一个产品，这个就是转款话术。同时，在直播中，还会有不同的情况，比如需要涨粉丝，拉人气，留人，引导互动等等，这个也要提前准备，这就是互动话术。你完成所有话术的组合，就完成你的话术组合了。



培训主播更多的还是实战，如果不具备实战能力，多看看别人好的直播，再模拟

Q17

新开店铺，主播一直不会培训，话术这块没有个具体流程？



《从 0-1 快速掌握话术框架》课程：<https://www.chanmama.com/featured/detail/152>



多看优秀对标的直播，把对标的直播间话术进行拆解，抓住几个核心点，然后让主播自己写自己的话术脚本

Q18

过品节奏怎么把握？



引流品在憋单过程中不超过 5 分钟，持续过程中最好不超过 10 分钟，承接品要看流量浮动，如果人数稳定或者有上升可以持续 5 分钟或者在之后转为利润品，如果承接品掉人太快，那就需要重组货盘，如果利润品掉人太快可以回到其他承接品或者引流品

Q19

女装类目，商品点击率 23%，点击转化只有不到 1%，是什么问题导致？



点击到转化，涉及到你的主播引导的话术，商品的装修（详情页，好评率等等），你不要单独只看这个点击转化率，整个流量漏斗都要看



点击比较高，说明主播的话术引导、商品的吸引力是有的。最终转化这步骤，就会涉及到主播的促单话术、价格和优惠政策、商品装修和好评率等。你需要思考用户已经点击查看了商品，但是为什么最后不下单。附上有一份五维四率地图，可以参考 <https://chanmamagroup.feishu.cn/wiki/VS2Ow9ZYJispufktujfcP8vAnId>

Q20

低价秒杀做起的直播间，要怎么转高客单产品？



低价转高价困难本质是因为转款的问题，除非你的客单价真的差很大的距离，用 9 块 9 的产品去转 1999 的，不然正常都是可以用一些转款的技巧去转到高客单产品的。例如你做女装，想用低价引流款直接过渡到高客单的衣服一定是有点困难的，可以中间用一些饰品加入到直播间里面过款的逻辑里面



需要注意低客单价和正价产品之间的衔接，例如低价产品可以作为正价产品的一个搭配或者赠品，这样可以比较丝滑的转到正价。其次，你的低价产品它还可以有一定的功能性，不能纯做福利，要利用好低价产品，能够吸引用户停留的功能，把人留下来之后，再转到正价产品，之后可以在正价产品的介绍过程中再衔接低价产品的预告，同时福利产品的单量不要放太多，大部分从福利来的人，拿到福利马上就会走了

Q21

做抖音无货源带货要如何选品呢？



同行店铺选品，看多家同行店铺都在卖什么，跟品就好了。然后选品平台加橱窗；或者是 1688 上选品，挑销量 1w+ 的



看商品排行榜单是最简单的方法，用蝉妈妈啊，看一周之内销量持续上升的商品，也可以用蝉选，挂橱窗



精选联盟



蝉选



选品不就是选当下热门产品，什么火就卖什么‘或者看看，也可以选择覆盖面比较广的产品比如抽纸，洗衣液等类型大家都会用

Q22

直播间老粉成交占比高怎么解决？



1、更换直播间的开播时间，去店铺后台电商罗盘里面去查看粉丝活跃的时间点，换一个大多数老粉不在线的时间点去开播，首先降低老粉进入直播间的比例，从而降低老粉成交占比；2、在排品选择上保留一个转化率高的爆款引流款，可以设置新粉专享，这个爆款引流款就用来拉新；3、主播要有意识的去点对点的成交新粉，把每一场当做新号开播一样努力去做成交，调整新老粉话术的比例，增加新粉话术比重，降低老粉话术比重



用小店随心推小额多笔的叠投，定向达人投放，或者使用千川的新客模式，多建一些控成本的托管放量新客计划，通过付费方式持续的拉新流量进入直播间，主播通过爆品和话术做好新粉的停留、互动和转化，同样可以刺激新粉的推流。

Q23

如何判断爆品该不该跟？



蝉妈妈看昨日，7日，30日数据，如果这几个数据比较平均，是短期爆的产品，可以考虑跟，如果数据差距较大，不适合跟



看下如果很多关联直播间和达人，竞争很大，那就不要跟



如果这个品已经爆了有一段时间可以考虑不跟，热度已经过了



如果这个品刚开始爆，有跟你的带货标签吻合，你的内容吻合，那你可以尝试带货看看

Q24

直播间老粉成交占比达到 60% 以上，算好还是算坏？



好：对于直播团队的要求相对降低；每场直播的营销额不会太差；货品优质，粉丝粘性高，回头客多，易打造产品品牌，让产品更具影响力。坏：会导致自然流量下降，总场观的下降以及总 GMV 的下降



老粉成交高，能稳定 GMV，但新粉成交低或者不成交，久而久之平台就不给你推新粉了，会压制你的免费流量



平台会考核两个维度，第一个维度是新粉的即时停留时间，第二个维度是新粉的成交占比，那么当你直播间老粉成交占比过高的时候，一定会影响平台对你直播间的推流！

3.0

— 视频篇



Q1

视频进入率低怎么解决？



视频进入率低，拆解影响视频进入率的因素：第一，前 3 秒完播，3 秒完播决定用户能有机会看到产品卖点，第二，卖点种草不充分，用户感受不到产品价值也没用；第三，有结尾引导，不然产品好，用户看完点个赞，或者看完就走；一个好的脚本结构，把这三部分做好，进入率不会差



打开创作者服务中心，可以查看开头数据，通过停留时长红蓝线对比，可以查看脚本不同结构时段的数据，根据数据去检查修改



短视频标签跟直播间标签不一致，导致进入率很低，需要不断打通短视频跟直播间标签的一致性



短视频作品偏离直播间产品，初始进入率低，或者进入直播间后基础数据（停留、互动）低，系统判断低质，视频虽然在跑量，但是推荐给你的人越来越不精准



封面可以统一一下，主题写的吸睛些



视频开头的 3 秒内容需要学一下，同时可以搭配热门 BGM 来吸引用户停留

Q2

新人做抖音短视频题材要如何选？



首先你要找到对标账号，对标的号不能太大，要中腰部达人，还要近期几个月起来的账号，这样你去模仿他们的题材才同样有爆的可能；然后你刚开始可以完全的模仿对标达人的视频，因为你是刚开始的新人，还没有自己的一些技巧跟做短视频的理解，所有前期先模仿就好；要注意的是找对标，一定要找最近刚起来的对标账号，那些大号老号都不行的，因为他们有粉丝基础，做短视频本来就容易上热门，而近期的就没有那么容易了，你模仿后起来的可能性就大了很多



刚开始做可以直接抄别人的，竞对的，他们怎么做，什么类型，如果你有能力做可以直接参考



可以看看行业内容有哪些是比较火的照着拍



可以看看蝉妈妈的榜单，有热门的视频榜，上面都是网民比较感兴趣的内容，可以直接拍同款

Q3

抖音短视频如何快速涨粉到 1000 粉丝？有没有什么方法？



关注影响涨粉的 5 个重要因素：1、完播率，新手做短视频建议时长控制在 8-15 秒，视频过长不利于提高完播率；一个作品完播率高，能够增加作品权重；2、点赞率，一定程度上反映了作品在平台流量池的受欢迎程度；3、评论率，留槽点、搞笑评论等，在自己评论区引发讨论；4、转发率越高，视频越容易爆；5、关注率，有持续的内容输出，看的人认为你的内容有价值，并为其所需，才会关注



你可以直接去刷粉丝



每天发布短视频至少 1 条，而且还要个你的后面售卖的产品主题有关联，不然发布内容不同，用户都不知道你的定位是什么



天天发视频，加个关注引导，同时在评论区回复有趣的互动，再进行引导



去热门的短视频下面评论有趣的内容



蹭热度拍当下热门的题材短视频，用热门 BGM

Q4

之前的播放量都正常，突然被限制播放，只有几百的或者几十的播放量是什么情况？



遭遇突然限流的情况，一般是出现了违规，这时候要检查以下几个方面：1、是否存在使用违规词汇的情况。这种情况是最常见的，可能出现了没有规避的违禁词导致视频限流，应当通过下架视频的方式处理违规视频；2、是否存在人为刷量的情况，如果刷量的话，就很容易导致流量受限；3、突然变换视频形式也有可能造成限流。你之前的内容都是美妆，今天却发布了一个美食视频，这种情况很容易带来混淆，而且不利于推荐；除了视频内容外，还要检查评论、留言、私信里是否出现了违规内容和敏感词汇。



以站内信为准，首先要判断是否违规；如果没有违规只能说明是正常的播放量，可以具体问下平台客服



肯定是发布的内容有问题



有没有可能是你拍的短视频太烂，内容不吸引，所以才没人看

Q5

账号怎么通过短视频在抖音快速起号？



起号的本质就是流量池突破，我们至少要达到二级流量池，也就是有 3000 左右的基础播放量才能叫做起号成功。1、找对标内容，找到最近 7 天热门的低粉号；2、确定表现形式，把选出来的 10 个对标账号的所有视频看一遍，找一个你认为能模仿并且能超越的表现形式，确定好谁来拍，怎么拍，拍给谁看；3、抄热门选题，首先在抖音搜索热门话题内容，找到 3 个相关的视频，复制链接转化为文字，整理成一个脚本后按自己的理解重新表述，最后形成一篇原创热门脚本；4、测试爆款，通过确定好的形式开始制作并完成视频若干个，每天定时发布 1 条视频，连续发布 7 天，不出意外的话会出现一条爆款，因为 1 个新号一般会有 3 次上热门的机会，这段时间我们可以购买 dou+ 投达人相似，直接选择“点赞评论量”，然后选择的相似达人要有作品正在上热门，并且作品和你要投的作品无论是话题还是内容高度重合，dou+ 相但于一个加速器来加速短视频的测试结果；5、复制框架，上了热门后粉丝量就会暴涨，我们只需要继续复制爆款视频的框架来提高粉丝的粘度，这个时候你就会发现，你发布的视频再也不是三五百的播放量了



冷启动阶段需要你清晰的规划，比如每天至少发布 1 条短视频，内容的方向贴合你的账号定位



检查发短视频，播放量，点赞好的视频可以投豆荚



视频坚持发，视频的评论区记得去互动，同时引导关注账号

Q6

一条短视频是否投了随心推，有办法看出来吗？



1、账号主界面看视频点赞数据波动大不大；2、赞评比，特别大；3、点赞转发率的比率；4、再看评论



自己看是看不出来的，但是如果通过蝉妈妈看发现这个视频是之前很早发布的最近又有流量和数据波动，说明很有可能又重新投流了



直接看看不出来。用蝉妈妈可以尝试推出来

Q7

视频画面不清晰怎么办？



1、视频体量太大了。导出的时候注意格式不要太大，1080P 即可，最好上传的时候不到 100MB 就会比较清晰；2、打光。如果拍人物，给侧光是最清楚的，如果觉得侧光丑，可以给正上方 45 度打光会比较好看，也会比较清晰；3、剪辑的时候记得点调色 - 锐化，20-40 之间的锐化会更清晰。



视频拍摄的时候用高清或 4k 拍摄，在剪辑导出也可以选择高清，在上传发布的时候可以选择原视频进行发布，也可以用 pc 端进行上传



要不要是你原本拍的就糊



上传的时候选择原视频

Q8

挂车后视频播放量一直在个位数和两位数，请问该怎么办呢？



这个问题很常见，带货视频还要考核你的带货指标，这比一般视频是要更难的。因为你如果带货的话，你不仅要关注你的视频的指标，要去看你的商品有没有人点，以及有没有购买。



在视频中你要着重强调这个产品的卖点，引导下单购买。一般的视频和带货的视频他们的要求点是不一样的。所以会导致挂车后播放量下降



视频不挂商品考核的是播赞评等兴趣类指标，但挂了商品，考核重点就是转化了，所以，通常来说挂商品视频流量会有很大的变化



肯定是你拍的内容不是很吸引



看看你内容素材是否有违规

Q9

抖音视频上传尺寸有要求吗？



如果你发布的作品时长在 30 秒以内，建议发布 9:16 的视频（宽：高），像素是 720x1280；如果你的视频时长超过 1 分钟，可以做成横屏上传，也就是 16:9，像素是 1920x1080。



视频时长长短权限，需要有 1000 粉丝才能开通



目前没有很严格的要求，但是为美观建议你统一视频的尺寸



你用剪映正常的尺寸就行，根据视频的内容来设置是要竖版还是横版

Q10

原创短视频的播放量一直卡 500，突破不了怎么办？



原先视频都是拍物品的，可以改成真人解说物品的，或者原先是竖屏的视频，给他改成横屏的。甚至包括原先你是做中老年服装的，那就改成做中老年饮食的，亲测有效。不要去担心什么标签会不会乱，整体外观会不会变丑之类的，就冲你这 500 播放量，说句不好听的能有什么标签，再说，让你变形式又没变主体，做好物得仍然是好物，只是换种形式而已，每个账号适合他做的都不一样，你不去试试那你就永远 500 播放，都 500 播放了还怕更差？



一直在 500 说明你的视频是真的没什么吸引力



多去学学怎么拍视频吧



看看热门视频是怎么拍摄的，直接参考脚本进行拍摄，用热门的 BGM，热梗来做视频内容，积极回复评论区



投 dou+ 啊，投个 100 你看看过不过 500

Q11

为何视频播放量一直是 0？有的时候视频发布半个小时 1 个小时了，播放量还是没有变化



常有 3 种可能性，我们可以排查一下对号入座：

1、账号违规：当出现视频播放量为 0 的情况时，我们可先进行一下账号自检，来排除掉账号违规导致的所有视频停止推流的情况。具体的步骤是：“我”—右上角的三道杠—“设置”—“账号与安全”—“抖音安全中心”。

2、视频违规：如果账号检测没有问题，接下来可以排查视频本身是否存在问题。对于没有经验的运营人员，违规视频的排查有一个相对简单的方式，就是给这条视频少量的投 DOU+，如果 DOU+ 审核能通过，那就排除掉了视频违规的因素。

3、还可以拿另外一个账号搜索你的账号，进到主页看一下，如果能看到这条视频，那这条视频只是平台不给外推，但是你的粉丝进到账号主页还是可以看到该视频的，斟酌情况可以选择是否保留该视频。如果进主页看不到这条视频，可以登录一下网页版的抖音，看看视频的下面是不是有一行灰色的小字“不适宜公开”，如果有的话，那这条视频除了你自己，其他人都看不到了，可以考虑删除。建议：在视频发布前，可以先利用视频审核工具对视频进行一下违禁风险审核，以降低视频审核不过，影响流量的风险。



视频审核中：“播放量为 0”时，大多数情况都是由于系统还没有对该条视频审核完成导致的。如果发布视频的时间是在创作者们视频发布的热门时段，这种情况出现的概率就会比较大。部分时候，系统会提示视频正在审核中，但不是 100% 会提示，所以为了确定视频是不是正在审核状态中，也可以投 DOU+ 试一下，如果能选择该视频，就说明审核已经结束了，如果选择不了该视频，说明审核还在进行，耐心等待一下。建议：如果有行业热门时段或者是目标的展示时间，那最好提前 1 小时左右进行发布。

Q12

视频带百货的。素材商家提供的，粉丝下滑快，浏览量低。出不了单，咋办？



视频素材基本都是商家的素材、别人的素材。这种素材很容易被判断为搬运和盗用，一旦判断，抖音就不会给你流量了。如果是视频带货，内容是很重要的，你自己拿着产品，自己去拍摄，哪怕不会拍，哪怕拍的不好，都比直接搬运要有用。搬运的内容是重复的，平台是不鼓励的。



建议你可以优先做图文，视频先不要做（除非你愿意去学习自己拍摄、剪辑、做创意）。因为图文是比较简单。



你得明白你的粉丝喜欢看什么类型的内容，就可以去拍什么类型的内容，而不是一直都生硬的产品视频，那就等于是广告大家都不喜欢看，所以可以调整内容，拍些有趣的视频，去贴合你的粉丝群体。

Q13

一个普通人想做抖音短视频，没有定位，不知道做什么内容怎么办？



选择你感兴趣的赛道，感兴趣的自己做起来不会累，找个喜欢的赛道去选个博主去参考他的内容进行模仿和发布



不懂的你可以选择辐射广的类目，比如日用百货，大部分都会用到，所以买的人就多，内容你可以直接参考竞对，看看人家是怎么拍的你可以直接去参考

4.0

— 流量篇



Q1

怎么看直播间有没有付费？能看到 roi 吗？



抖店 精选联盟 达人广场



蝉妈妈 - 直播 - 流量分析 - 直播间流量结构可以看付费占比



你可以在达人广场看看达人直播的流量分析，其他流量如果占比高的话，那有可能有付费，看不到 roi 的

Q2

单品垂直直播间，销量 3000+，直播间转化下滑，之前运营一直跑系统推荐，千川如何优化？



建议看看行业竞争度的问题，是否有人在这一时间竞争的非常厉害，千川的优化，如果本身你是一素材为主的投放，可以试试直投 + 成本稳投



说明账户有成交模型，系统推荐没毛病，有批量成交，系统推荐问题不大，转化下滑，挨个排查：1) 现有计划衰退，新计划没爆；2)、素材衰退，新素材没跟上；3) 同行起量或增加；4)、产品面临衰退；5) 掉分、负反馈增加、链接出批量差评

Q3

在做 dou+ 投放数据分析的时候，是否有些优秀数据的参考？比如说投完 dou+ 互动量超行业百分之多少是比较优秀的？



这个没有，需要看自己投放的价值，是不是完成了自己的投放目的，互动量，或者带的流量，或者实现的销售额。



应该有，你可以去看看抖 + 的产品介绍，里面应该会有案例可以参考



建议超过行业水平的 20% 30% 以上

Q4

流量泛的直播间怎么洗流量？



1、先减少你直播间引起流量泛的行为；2、找一个爆品便宜卖，大家一看就知道你亏钱在卖的产品，先去把羊毛党慢慢的洗出来，因为你直播间都是羊毛党只有拿这种产品才能洗出来，但是一定不能是低价；3. 当你把第二步做成了之后，把你直播间的正价不赚钱的产品能够卖出去了之后，慢慢打一点微付费，把价格提起来，慢慢把直播间的人群标签洗成精准的人群，然后再慢慢的去做数据递增。



可以发布你目标用户感兴趣的短视频内容，吸引目标人群关注



把直播间贴片，氛围，音乐，色系做的贴合你的目标人群，比如你是母婴产品，那直播间可以放儿歌，粉色系，贴片走可爱路线等等，通过整个布局呈现来吸引精准流量



投流的时候可以筛选目标人群，针对目标人群进行投放

Q5

发布作品后多久，投 Dou+ 比较好？



①作品发布后 30 分钟，流量卡在 500、1000、5000 的流量边缘，直接投一笔 Dou+，推进下一个流量池；②作品发布 1-2 个小时后，点赞量达到 5~10%，转发率、评论率达到 1%，能达到这几个峰值，说明作品有爆的可能。这时投 Dou+ 助力，缩小与热门的距离。③作品发布后 3 小时，作品播放量 >3000 且粉丝量 <10000；作品播放量 >12000 粉丝量在 10000~100000 之间；粉丝量 >100000，可直接投品质量好的视频。



我是发布视频后，视频有明显流量，点赞，播放量，我就投



没有固定的时间，要看视频表现，如果发布后视频播放量，互动什么的不好那就不投

Q6

复制一模一样的计划，会相互抢量吗？



复制出来的计划，定向一样，素材一样，是会相互抢量的。可以尝试调整计划的其中一项来避免抢量。比如控成本投放换成放量投放，使用智能投放工具，商品托管等。多搭建广告组，把计划分配到不同类型的组里面，减少抢量。

Q7

大家有跑的好好的千川挂车的计划，突然被限流吗？就是计划显示正常，但一点也消耗不动了，但前一天还可以消耗几万块，roi1.5



一般千川不会限流，除非素材违规或口碑分下降严重。



是不是 dislike 了，dislike 很容易限流的。如果太多的话，户都会受影响，你可以排查下最近的 dislike 有没有问增多。



没这说法，和完播率没什么关系。从技术层面上来讲，计划只和点击、转换率、出价这3个有关系，点击率和转化率低了就把出价拉高，看你投的是啥？徕卡还是通投？如果是徕卡就复制计划，加价跑。



2个动作：如果是徕卡的话，复制计划加出价；再复制一条计划改小通投去跑看看。如果还不行，那就是素材的问题了，可以让直客去后台看看，直客可以去调后台看，看素材是不是跑太久了。

Q8

投了 Dou+ 就一定会有效果吗？



数据不好的视频，代表着视频内容差，投 Dou+ 意义不大。如果作品数据亮眼，投 Dou+ 可以助力推送到更大的流量池，可以尝试。



只是放大器，本身好就会更好。举个例子，你把一堆垃圾推给 100 人看，再把一个好玩有趣的视频内容推给 100 个人看，你自己觉得哪个效果好？

Q9

投 Dou+ 会影响自然流量吗？



投 Dou+ 可以让一些视频增加曝光或是流量效果不太好的视频重新分配流量，不用担心投 Dou+ 影响自然流。



抖+是扩大你的流量，说会影响的是你自己的视频都拍不好吧！我视频拍的好不投抖+流量都很好

Q10

抖 + 投放可以中途停止吗？



可以。将视频设置成仅自己可见，然后再重新设置成公开，原本投放中的 DOU+ 就会停止投放，剩余未消费完的款项也会退回到 DOU+ 账户中。但是，如果投放时用了优惠券，那对应的优惠券部分不会退回，优惠券也不会补发。所以，如果计划用优惠券进行投放的视频，投放前一定要慎重设置，避免中途停投。

Q11

新号开播，该在什么时期开始付费投流合适？



1、新号开播在“人”“货”“场”综合能力都比较扎实的提前下第一场就可以进行付费投流。2、不管是新号还是老号，“人”“货”“场”不具备扎实的承接能力，都不建议付费投流，需要优化好“人货场”后，转化能力提升稳定再介入付费投流才是比较可取的方式。



不建议一开始就付费，之后不想付费都不行



先把内容什么的都做好了，直播规划做好了，如果你有预算那就可以直接投，如果没有可以在测试后确定人货场后再进行投，不然就是浪费钱

Q12

我们从去年开始找短视频达人带货，有爆款视频之后我们通过复刻等方式促进产品的销售，效果也还不错，但最近很多视频被千川判定为低效素材，说内容同质化严重，跑量也跑不动，了解一下各位是怎么突破内容同质化严重这个问题？



更换画面，一个素材脚本风格肯定会衰退。



这是素材组的核心竞争力，没人会告诉你答案的。混剪，是素材组的饭碗。因为既有剪的思路，也有一些付费工具。我们一条素材可以混剪一百条片子，并且都能过审。并且这一周严打，混剪不行的，很多连千川户都被封了。



我们是找达人实拍的，其实也不算混剪，脚本上可能差异性不大导致被判定为低效素材。



蝉妈妈有一篇低质素材避坑指南，你可以看下是不是出现这些情况，如果有那就得修改 https://chanmamagroup.feishu.cn/wiki/BpwKw8f9giybc5keNIWcUQd2nhf?from=from_copylink

Q13

单品纯投流的方式是否可操作？需要注意哪些问题？



单品直播间受众相对来说比较窄，用户停留时间短，流量承接相对较弱，很容易就缺少自然流量，纯付费投放是一个可选择的推广方式。但是投流是需要成本的，所以要求产品毛利足够高，保证在去除投放成本后还有利润，同时还要注意货品是否有爆款的潜质，受众范围要相对广一些。

Q14

新手第一次搭建计划应该如何操作？



新抖音号 + 新投放账户：【采用极速版—达人定向】配合【专业版—行为定向】去跑。老抖音号 + 新投放：采用【极速版—系统推荐】+【专业版—行为定向】去跑。新手做投放最关键的就是有限要把人群定向做精准，出价不用太高，这样可以形成较好的转化

Q15

投了千川付费为什么没消耗，直播间同样不进人可能有哪些因素造成的？



1、计划出价太低；2、定向范围过窄；3、口碑分太低；4、直播间有违规行为，或者画面感引人不适，被风控；5、视频创意非原创内容；6、视频素材文字带有敏感字符，不符合推广要求；7、视频清晰度太差

Q16

付费撬动不了免费或者说付费压制免费的说法，正确解答应该是哪种？



付费流量推人进直播间节奏很快，它像极速流量一样，一下子灌进来，很多直播间接不够好，这个时候就会出现，你的场观增加了，但是你的停留，互动，转化指标相比原有的自然流量却更差了；系统推流算法，会根据你的直播间数据指标来比较，你和你自己，你和同行的直播间，你的指标更差→排名下降→直播推荐减少，所以获取到的自然流量就更少了；总结一下：投了付费→承接不好→数据更差→推荐减少，就不会撬动免费流量。反之来的流量承接住了，转化好了，数据好了，流量就来了，也就是说付费也完全是可以撬动免费流量的。

Q17

新账号如何进行巨量千川投放？



新账号流量小且不精准，建议进行小预算多频次投放测试。需要根据人均停留时长、成单率等指标来优化流量承接转化效率，调优后可逐渐扩大投放。按照账号类型可以分为两种情况：1、高付费账号。初期可用多计划低预算跑量，极速推广和专业推广各一半，前期推荐手动出价搭配莱卡定向或对标账号达人定向。后期主播承接能力提升后可运用自动出价 + 固定市场模式；2、低付费账号。初期推荐使用小店随心推配合货盘调整，迅速进行账号定位。在自然流有一定基础且有一定成交金额后在开始大力投放，一开始可以使用极速推广，后续增加专业计划投放精准人群协同自然流量。

Q18

无论投互动还是转化都不起量怎么办？



账户不转化需要考虑两个方面的因素：是人群定向精准还是直播间本身没有转化能力（人货场）导致。1、测试定向：选择行为定向 + 电商互动行为尽量精准范围在 1000W 左右为测试，如果还不转化，考虑可能直播间承接能力问题；2、直播间诊断：将直播间关键直播与转化和行业平均水平进行对比。

Q19

什么是 DOU+，具体有哪些作用？



抖加是一种加热工具，也就是说，抖加只能助推它的作用如下：1、前期账号冷启动打标签；2、新账号利用 DOU+ 引发羊群效应；3、当优质作品出现的时候，助推获得更大的流量；4、互动率很好，但是自然流量不再推荐，刺激系统二次推荐。



推广用的，把你的视频推给更多的人看

Q20

为什么投放 dou+ 的直播订单会被终止投放？



抖音小店商品推广用小店随心推；非抖音小店商品以及内容加热用 dou+；终止消耗可能是因为口碑分不足导致消耗限制。

Q21

同样的素材放到 AB 两个直播间，A 单天消耗千元左右，B 可以消耗万元。同样的素材，为什么量级差异这么大？



素材是一样的，但是直播间不一样、具体设置会有不同，甚至发布时间不一样，这些都会影响素材的消耗。



相同的素材，平台是可以识别到的，存在搬运、同质素材风险。如果素材起量了，优先照顾这条起量多的，给这个素材更多空间，其他直播间的素材可以暂停。更进一步，可以在这台素材的基础上，再进行混剪和优化，继续投放

Q22

什么情况下适用小店随心推？初期小店随心推该怎么投放？



新手起号期少量付费投放随心推，帮助直播间建模很有必要，在直播间人数较少的时候补充流量，配合产品、话术做好直播间数据



我们前三天投放 200-500 进入直播间（半小时），后面建议投放达人相似、进入直播间和成交各 300-500（半小时）

Q23

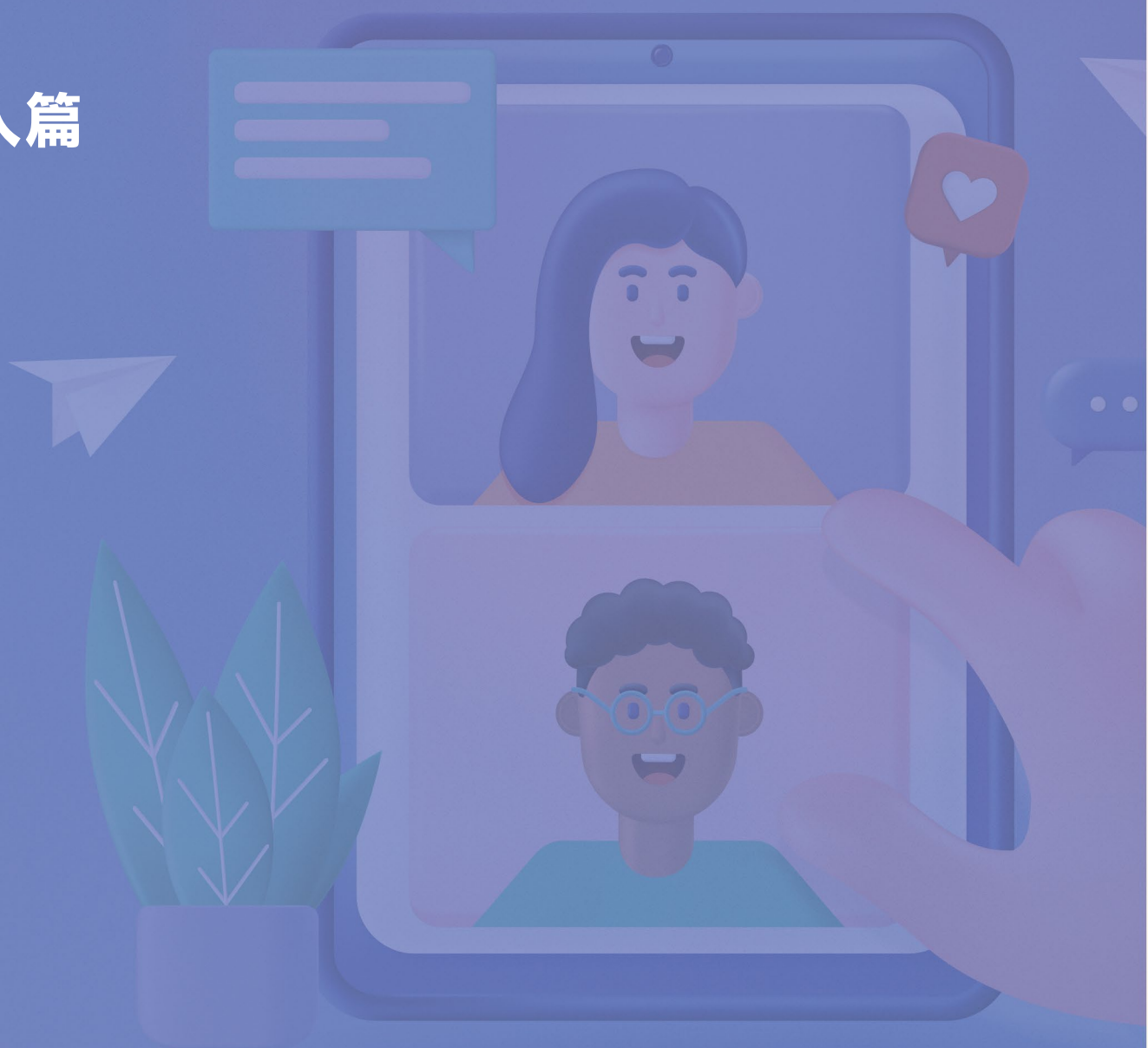
用两个巨量引擎后台同时投放一个直播间，两个账户之间会产生流量挤压吗？



这是所谓的抢量。理论上是会的。同组的计划会抢量，同账号的不同组下的计划也会抢量，同资质不同账号下的计划也会抢量，因为毕竟你投的是同一个直播间。但是，抛开同组下的相同的计划，其他的可以忽略不计，增加计划组，会获取更多的曝光。多账户就更好了。每条计划都会去撞相应的流量池，多计划概率就大

5.0

— 达人篇



Q1

找抖音纯佣博主合作，有什么方法吗？



直接找抖音团长合作，纯佣博主资源都在团长手上



整理下加人的话术，除了加微信之外还有蹲直播间、电联这种。精选联盟有联系方式的，可以直接打电话。



可以去达人广场，电话联系达人说明合作模式



话术模板参考下

话术场景	话术类型	话术要点	话术模板
开场白 话术	第一印象	优势案例 优势介绍 精彩数据	xxx您好，我们是xxx品牌，目前在寻找垂直行业的优质达人带货合作。之前已经合作过xx、xxx等达人，单日销量超1000件。我们的产品在同类中价格优势明显（源头厂家供货），口碑分高达4.99。找到你也是希望能够结合你优秀的带货能力，能够创造更好的带货效果。
	激发兴趣	营造画面 通俗简练 突出卖点	我们的产品很适合居家的人使用，在家里不喜欢收拾东西。这样的扫地机器人就很智能。能够把客厅、卫生间、房间里的各个死角全部打扫干净。超长续航，1个月充一次电，不占空间，防水防金清洗方便，噪音小不打扰休息。
	强化信任	态度积极 找出痛点 认真仔细	我看咱们近期带的品比较多的也是低客单价的，而且这些店铺整体的评分不算很高。现在直播间的福利品也不算多，涨粉也遇到了一些瓶颈。我们可以给你一些福利品去做粉丝团福利。我还看到您朋友圈有说最近皮肤质量比较差~我们给您寄一套样品您可以试一下...
	讲解优势	同行优势 资源丰富 行业背书	不知道咱们同行有没有联系过你，我们在整个商品品类中的品质跟价格，综合起来都是最优的，包括外包装我们也有专门进行的独家设计...包括其他行业的资源我们也有合作，这次合作的好的话我们也可以介绍一些其他优质的品类给你。毕竟我们也是背靠xxx强的国际知名品牌。
	服务保障	排忧解难 换位思考 对点服务	关于服务这块可以完全交付给我们，我们的店铺评分4.99，客服的服务及时性是非常高的。工厂源头发货无需担心货源问题。我们也能理解你要对接很多商家，也要对比产品。我们可以给你一份我们的手册，能更清晰的去做产品对比。如果有什么问题，可以直接联系我。我这边专职对接这次的合作。

Q2

媒介账号拓展很慢，很多抖音尾部账号，比如 10 万粉左右的达人加了微信不通过，有什么解决办法吗？



多加人就行，找直播达人 100 个，通过 10 个，聊上 1 个直播很不错的了，如果是短视频合作的话另说。



就是这样的，加一百多个，能通过十几个，然后几个回复，回复的有的寄了品还不播。



最多就软植入，然后在结尾说视频的东西在橱窗，现在纯佣直播或者纯佣视频带货感觉适合低客单日用品好做一些。



付费就能上的又觉得回不了本，觉得有粘性的达人半天撩不动，感觉都不是花不花钱的问题了，也不是钱花不出去，主打就是一个无效花钱。



尾部达人量很大，如果想要提建联几率只能扩大媒介，然后多加多问



你可以去问问团长，如果你有团长资源他们底下有很多达人，他们会直接帮你进行分发

Q3

怎么快速判断达人的专业度跟我们的品牌是否契合？



你找达人合作肯定先筛选历史带货数据，达人的人群画像和我们产品及品牌的人群画像进行匹配，再去达人的直播间看看表现力在怎么样



直接看达人带同行业产品的历史数据是在怎么样的，如果能力强买的好，那说明这个达人跟我们产品的行业相匹配



可以上蝉妈妈看看竟对合作了哪些达人，可以去评估建联看看

Q4

达人想找什么样的商家合作？建联太难了！



1、体验分高的店铺，用户消费体验好的店铺分数更高，有助于吸引更多达人合作；2、新手商家通过熟人和朋友推荐的达人，先解决信任问题，才能更容易有达人带货；3、通过自己的账号直播 / 短视频带动一些销量，有了销量积累和评价积累，陌生达人更容易选择；4、对标同行商家，可适当提高带货佣金，初期吸引更多达人合作；5、前期推荐先找垂类达人或者能快速起量的达人合作；快速提升销量后能吸引更多达人带货；



店铺体验分高、商品有一定历史累计销量、价格和佣金高于其他商家。私下微信沟通注意的点：不要一上来就发链接，大多数达人是不会打开看的。正确的做法：把引流品和利润品做成表格，通过表格的形式发送给主播，发样品时在地址后面加上自己的微信或者自己的名字，这样达人就能一眼看到合作对象是谁，后期也方便长期合作。在与达人的沟通过程中要热情一点，但不要小心翼翼，就当做朋友一样沟通就可以。



可以上蝉妈妈看看竟对合作了哪些达人，可以去评估建联看看

Q5

怎么避免被达人骗样？



可以先看下主播达人粉丝量，然后让对方提供一张抖音账号的粉丝截图。粉丝量大于 5W 的账号，这种值得去邮寄样品，其次的细节就是判断下这个截图上面的时间，是不是此刻的时间，避免有人拿假截图骗取样品。没有后台截图的一律不发。



可以看看达人账号近 3 个视频的点赞量。通过此可以判断该达人近期账号流量是否正常，点赞量太低的话，一个两个的，说明该账号最近流量较低，邮寄样品需要谨慎。



寄样前可以先评估看下达人的历史数据及表现，如果达人历史表现还不错，带货能力强，那可以尝试寄样，如果该达人之前都没有开播，发过短视频，直播规划都不清晰，那就可以不考虑

Q6

我们有一款益生菌饮，不知道怎么找达人带货？



1、看自己同类型产品是否被达人带过，被哪些达人带过；2、看同类型产品近期销量（7天\30天180天）数据如何；3、根据达人人设，使用场景，自己产品消费群体、达人的预算去确认达人范围；4、建联上达人沟通合作



你可以把产品上到精选联盟设置佣金，让达人主动来带



除了精选联盟也可以上到蝉选，上面每天都有很多达人来选品



你可以在蝉妈妈查看竞对，竞对找了哪些等级的达人，什么类型的达人标签和，可以直接参考，同理参考行业的达人画像也是可以的

Q7

白牌美妆 + 店播没转化 + 想联系垂直美妆达人带货，达人不理人，也不知道哪里出了问题？



有销量吗？没有基础销量，达人看不上，觉得没有市场竞争力；店铺评分不高，达人不会选，担心带你的货会有物料以及产品问题；



白牌美妆难，产品硬实力不过关，核心产品力，黑科技，成分，是否能够在市场同类竞品中有竞争力；价格没有竞争力等等这些都是达人挑选产品的考虑因素



除了精选联盟也可以上到蝉选，上面每天都有很多达人来选品



准备好相关的产品手卡，把佣金及产品特点呈现出来，不然不吸引人的话达人那么忙看都看不到的



可以精选联盟查看有联系方式的达人，有电话的话沟通会更加直接

Q8

筛选抖音达人账号，有哪些方法评估这个达人是带货能力很强？我们现在比较注重抖音转化数据



看蝉妈妈，单场数据，还有可以看是否带货过与你们品类相关的，观看人群画像是否符合你们的消费者群体。



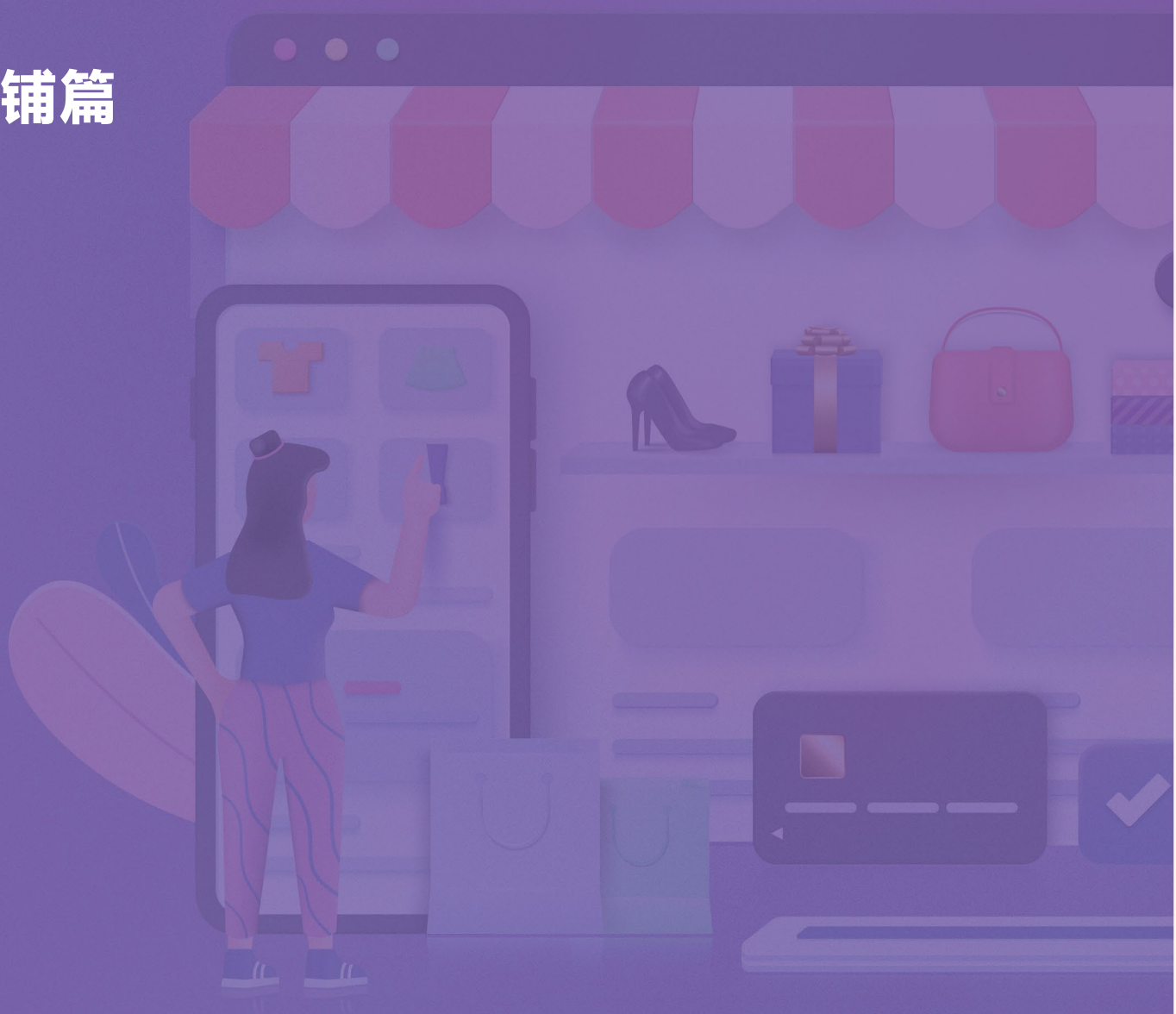
精选联盟可以看达人的近期直播数据，你可以根据这个来确定这个达人能力强不强



可以看看这个达人往期合作的品牌或者商品，再看看 gmv 来判断他能力抢不到

6.0

— 店铺篇



Q1

产品客单价比较高上千元，怎么快速出口碑分？



找亲戚朋友出个 30 单先



不用考虑用现有款出口碑分，放点产品相关的周边低价福利品出 30 单，不影响



可以找一些相关的福利品来放单，同时还可以提高直播间的人气，比如你是做家具床品的都是大几千，那你可以做个 9.9 的抱枕

Q2

客户恶意退货掉口碑分怎么办？这周出现了 2 单退款，口碑分从 4.5 掉到 3.9



你能确定是恶意退货就可以把对应的聊天记录进行截图，在去后台进行审核，需要提供证据



如果出现恶意退款，申诉还失败了，可以去联系行业的小二帮你反馈，内部反馈成功几率更大



建议可以先把具体情况跟官方反馈，如果真的是恶意的话，你的申诉通过几率就会比较高



其实还是要看运气，如果申诉不回来的话，要做好后面的运营，避免再次出现，既然已经申诉不回来了，有时候就不要再纠结了，现在考核期只有 30 天，抓紧做好后面的订单工作，避免再出现

Q3

为什么我的店铺没有体验分？



店铺在过去 30 天，有效订单超过 30 单才会出口碑分



看看你最近有没有卖出去 30 单，这个是基础的门槛



你近期有没有违规，看看后台有没有站内信息，也可以问问客服

Q4

抖音店铺认证之后还能更换公司主体吗？



正常情况下是不能的



目前不行，后面就不知道了

Q5

买家评价内容是好评，点错成差评了能申诉吗？



举报中心新增「评价等级为差评内容为好评」的举报入口，商家可通过店铺保障 - 举报中心 - 异常评价对该类评价进行举报，举报通过会剔除考核。



可以的，我之前就有一次，你可以在飞鸽跟买家说明情况，同时买家在飞鸽里明确说明是不小心点错成差评的，然后把这个截图拿去申诉，就可以通过申诉，反正我之前是这样通过的。你可以参考下



直接去申诉，把买家点错的聊天截图拿去申诉就可以，你可以提前跟买家说好然后再飞鸽里说明情况

Q6

如何提升 24/48 小时支付揽收率？



支付揽收时长，由两段时间组成：支付到发货的时间、发货到有揽收记录的时间。所以，可以通过以下方式提升支付揽收率：1、提升库存量，消费者下单支付后能有足够库存进行及时打包；2、打包完成后及时通知快递上门揽件并操作发货；3、每日单量较多的，可跟快递公司协商增加每天揽收次数；4、争取当天订单当天发完，晚上的订单在第二天中午前发完；5、了解快递公司的作业方式，避免因快递员揽件到录入系统所需时间过长导致支付揽收超过 24 小时。



要和物流有明确的合作，每天可以按时间点进行发货即可



这还不简单，你勤奋一点每天发货一次不就可以了



问这个问题的只能说明你是真的不勤快，但凡你一天早上发一次，晚上发一次问题不就解决了

Q7

哪些订单不计入体验分考核？ / 哪些订单是无效订单？



1、福袋、赠品订单不参与体验分计算；2、实付金额 ≤ 2 元的订单不参与体验分计算；3、异常订单会从体验分考核中剔除。平台在计算分数时会将刷单 / 刷评 / 炒信作弊等违规行为产生的虚假交易数据进行剔除

Q8

商品标题怎么写才算是好标题？



1、覆盖更多热搜词。在 30 个字内，但不要一系列热搜词没有逻辑的堆砌；2、基础信息充分：基础信息包括品牌名，品类名，产品名，核心卖点。这些词综合在一起不能超过 30 个字或者 60 个字符与数字。基础信息的完整还会影响到商品的基础分。从而影响商品的推荐曝光量；3、真实描述商品：标题需要真实反应商品属性，否则会影响商品转化率，甚至违规。违规会处罚，从而导致流量受限。要特别注意字体和图片不要出现违法盗用的现象；4、重点前置 & 能读懂：标题前 10 个字最重要。让人一眼秒懂品牌 / 产品名 / 卖点。标题整体尽可能通顺，便于读懂。这个的意思是把重要的卖点或者功能词放在前面，先看到重点，促进决策。



直接抄你的竞对，把关键词和品牌信息换成你自己的就可以



蝉妈妈不是有个标题生成工具，如果你是新手可以去试试看，我觉得挺好用的



看图

合格

- 基础信息完整、准确，无品牌品类等主体信息缺失
- 无字符/代号/拼音等代替商品描述
- 符合商家平台规定，无敏感词违禁词

示例：
A品牌个性西装小黑裙甜酷复古

优秀

- 突出核心卖点信息
- 词根丰富有产品词、热搜词、修饰词

示例：
A品牌女新款个性西装小黑裙甜酷复古

高阶

- 具备行业趋势词、热搜词、长尾词
- 信息丰富有卖点

示例
A品牌2022新款原创个性西装小黑裙
薄款甜酷炸街

Q9

开店前需要准备哪些材料？



1、使用个人身份证开店要准备：中国大陆二代身份证，身份证照片正反面（证件需保证清晰完整，距离有效期截止时间大于1个月），银行账户信息，店铺 Logo；（个人店 logo 可点击自动生成）；手机号码；2、使用营业执照开店要准备：必备资质：营业执照，法定代表人 / 经营人身份证，银行账户信息，手机号码，店铺 Logo；可选材料：品牌资质，行业资质。



开店所需材料费用说明 <https://fxg.jinritemai.com/enter/quali-fee?source=lb9z.ppt.fees>



可以登录官网查看，现在按流程走都会告诉你需要准备什么。

Q10

一证多开是不能开同类目的对吗？



多开店铺相互独立，不限制经营类目。即可以开相同类目店铺，也可以开不同类目店铺。部分类目不支持多开店铺经营。多开店铺暂不支持开通的类目明细 <https://school.jinritemai.com/doudian/web/article/aJ7LFBefB1Vg>



是不限制经营类目和商品，但是需要避免重复铺货违规

Q11

一证开多店，如果其中一个店铺违规被清退，其他店铺会有影响吗？



如果出现严重违规可能是会被关联的



连带处罚，恐被一锅端



还是合法经营吧，跑得了和尚跑不了庙，到时候冻结资金不给提现

Q12

一证多开，新开的店要重新交纳保证金吗？



要，每个店铺相互独立，都需要缴纳保证金，保证金额度看这个 <https://school.jinritemai.com/doudian/web/article/101830>

Q13

请问对于品牌方来说，在带货渠道分布中，品牌自营号、商家自营号、达人号这三者的比例大概多少比较合理？如果只做达人号，会出现什么问题？店铺运营、自播、达人号带货这三者之间的关系是怎样的？



很多账号他完全不做自播，99%靠达人矩阵给他带货，从结果来看也是好的。当然建议的话还是以自营为基本盘，然后去拓展达人营销的比例。品牌来说的话，更多也要去考虑投入产出比。



带货渠道是没有固定比例的，基本上是根据自己的能力来确定，如果你想要参考比例，你可以看看竞对或者是行业的比例是多少，以此来参考你的自己的要做到多少的占比。



只做达人号不能做会出现什么问题，这个也太模棱两可了，有少数人只做达人号做成功额，也有不成功的。我觉得按照平台的规则，他是希望商家要自己开播来承接流量，毕竟达人不会一直都给你播，所以达人起到的是宣传推广的作用，最后的承接还得是你自己的直播间。而且平台的 fact+s 不是也说明可以优先顺序，先做达人，在做自播。



字面意思，店铺运营就是为了更好的去承接自播和达人带来的流量；所以他们是相辅相成，三频共振，自播和达播都是承接流量，他们想买的好就要看店铺运营把商品装修，价格，活动等做的好不好，所以他们支架都是有相互关系的。

Q14

现在店铺流量太差了，有没有什么措施建议？



提高商品质量，优化商品标题、描述、图片等信息，提高搜索曝光率。



通过短视频、直播，投豆荚增加曝光，吸引更多关注



你这个问的也太泛了，流量差可能多种原因导致，可能是你商品不行，可能是价格不行，可能是评价不行，可能是装修不行，可能是没报活动等，影响因素很多的，建议可以一个一个排查，比如看看标题是否合理，主图是否合理，或者价格，装修等，再去测试看看数据变化情况

Q15

请问如何提高口碑分？



1、检查是否有违规；2、检查合作店铺和商品，店铺分低于 90，好评率低于 90 的品就不要接了。
3、已经接了有出单的在百应后台看下商品负反馈情况，实在差的不能行的宝贝，那就得下架视频了；
4、专门去选品广场找口碑好货，去发视频带货，在来出单，把分拉起来



口碑分不是有具体的规则嘛，你把针对那三个评分的标准自查看看，自己哪个指标薄弱了，你就可以去针对性提升



具体情况具体分析，后台不是会显示你的低分项，你可以先把分低的提上来这样分数上升的就快

Q16

体验分下降怎么解决呢？曝光量也下降了，不出单，这个怎么解决呢？



可以登录店铺后台，找到【店铺 - 商家体验分】查看相关体验分指标，然后再优化



没有流量跟订单可以尝试优化店铺运营，进入店铺后台，找到【商品 - 商品诊断】根据系统的提示进行相关的优化，提高店铺曝光度和商品质量，吸引更多的买家关注。也可以多参加平台的促销活动、设置满减、提供优惠券等方式吸引买家下单



首先你得去看下体验分为什么下降，是因为产品质量问题差评了，还是物流问题，还是客服问题，先去自查看看自身问题点出在哪里，再去针对有问题的部分进行优化，体验分确实是对流量又影响，所以不出单有可能也是这个原因

Q17

抖店能不能只做自然流量？



自然流量不能保证每天都有大量的销量，所以最好是结合达人带货去做，保证店的稳定流量和出单。另外，如果你上架了新品，商品又没有动销入池，就需要达人帮你去推广商品出单。不仅如此，达人带货还可以带动店铺的自然流量。比如说你某个商品达人给卖爆了，然后你这个品各方面都很优质，就能入池获得更多自然流量推荐。



现在纯自然流很难起量



比较难，抖音主推的是 fact+s，你只做店铺很难，最好还是全面发展迎合平台的政策

Q18

做抖店选什么类目起店快？



你不要想什么类目起店快，结合你自己的实际情况去选类目。比如，服装类目起店快，利润高，但你没有稳定的货源，就会有各种各样的问题处理不了。有货源的就直接做服装类目。选类目考虑几个问题：货源、资质、经验等。比如，美妆、3C 类目，没有资质你是做不了的。



百货、母婴、玩具、户外运动等这些类目，对货源、资质的要求比较低，比较好上手，可以优先考虑



想要起店快可以选择热门类目，以及辐射人群广的类目，比如日用百货，纸巾，衣架，垃圾袋等一年四季都要用到，单价也比较实惠



起店快你可以选择你有供应链，如果你有专门的供应链，能拿到更低成本的产品，那在定价上就有优势，就可以在平台上区别于其他商家，这样你的性价比体现出来也是很好起方式

Q19

抖店怎么做能有流量？



抖音小店流量入口有很多，比如直播间、橱窗、短视频、商城、抖音搜索等，都是流量进店的入口。要做自然流量，就从商城、抖音搜索入口去下功夫，优化商品，让商品入池被推荐。要快速爆单起店，就从直播带货、达人带货这两方面下功夫。可以自播带货，也可以找达人合作带货。



如果只是抖店流量，那抖店经营主要是货架场景，要优化好你的商品主图，详情页，商品标题，确保你的商品卡是比较活跃的，有吸引力的。同时再去参加一些活动，或者找达人带货，发布种草短视频，看看近期的行业热搜词进行和商品标题匹配，去“蹭热度”提升商品的曝光，这样就可以提升流量的曝光，但是你同时要注意商品的性价比，如果有对应的曝光但是没有成交也是白干，所以可以设置一些优惠券或者折扣满减等参加平台来提升声量

Q20

新店没有流量怎么办？店铺大半个月就出几单



有体验分了吗？没有体验分的店铺，平台是不给推流的，体验分越高，流量越大。



抖店上架产品之后，要推广才会有流量，新店没有体验分，没有过新手期，那么没动销的商品也没办法入池



新店你可以做一些福利款来做销量，也可以尝试自己开播看看。也可以多发短视频，尝试直播看看