

内容营销

新消费

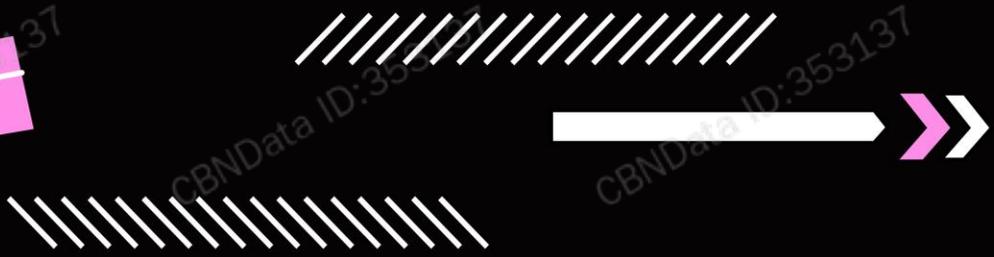
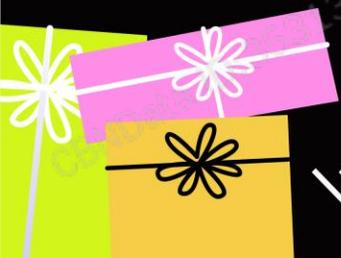
自播

品牌店铺自播策略 分析报告 — 以2021年618为例

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNData. All rights reserved.



品牌店铺自播评价指标



直播流量

“直播流量”主要通过直播观看人次规模衡量。如何与用户触媒习惯产生联动，在碎片化媒体环境中通过热门引流视频高效获取潜在目标消费者注意力；如何通过打通公域私域流量，拓展直播受众圈层，将直播平台公域流量转化为自播受众，最终实现规模引流、私域用户沉淀，是品牌店铺自播运营的探索方向。



直播观看购买转化

“直播观看购买转化”用于评估品牌店铺自播带货效率。如何通过优化选品模型、提升排品技巧、提炼直播话术、培育优质主播，将流量更有效地转化为用户的购买行为，是品牌店铺自播运营的另一探索方向。



直播引导销售

“直播引导销售”指品牌店铺自播销售情况。如何提升自播引导消费频次、复购率、客单价等指标，并沉淀用户价值及品牌资产，是品牌店铺自播实现商业价值的重点之一。

品牌店铺自播评价指标



TABLE
OF
CONTENTS
目录

第一部分：
品牌店铺
自播概况

1

第二部分：
抖音
品牌店铺自播
策略分析

品牌案例：
花西子、太平鸟、李宁

2

第三部分：
快手
品牌店铺自播
策略分析

品牌案例：
完美日记、小米

3

第四部分：
淘宝直播
品牌店铺自播
策略分析

品牌案例：
欧莱雅、橘朵

4

01

品牌店铺自播概况

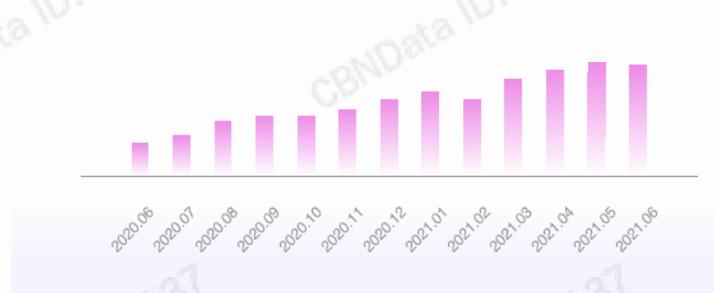
店铺自播越来越成为品牌营销标配

近一年来，如何将直播流量红利转化为品牌资产成为品牌商家关注的新议题，在红人直播流量基础之上，越来越多品牌开始搭建自播体系。各平台商家入驻及开播率逐渐提升，店铺自播成为品牌营销重要场景之一。

抖音企业号直播量增长趋势

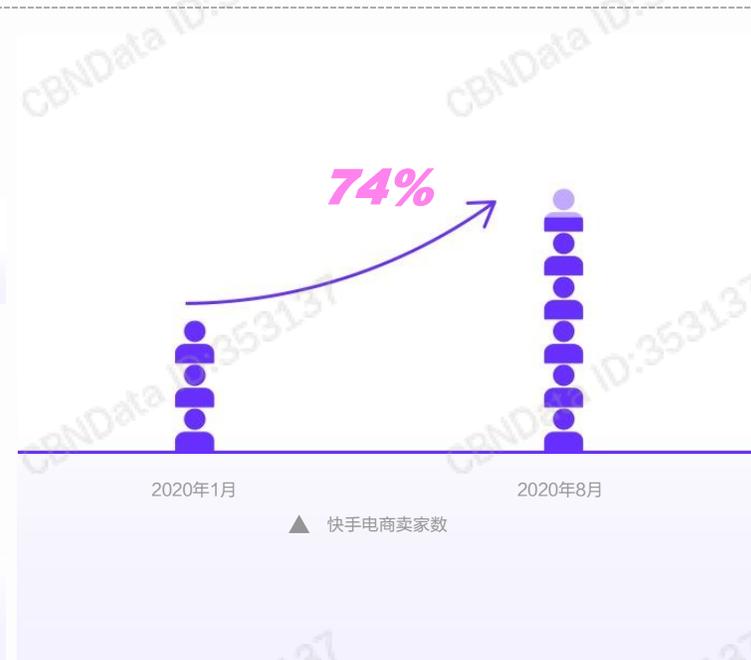


抖音企业号直播看播人次增长趋势



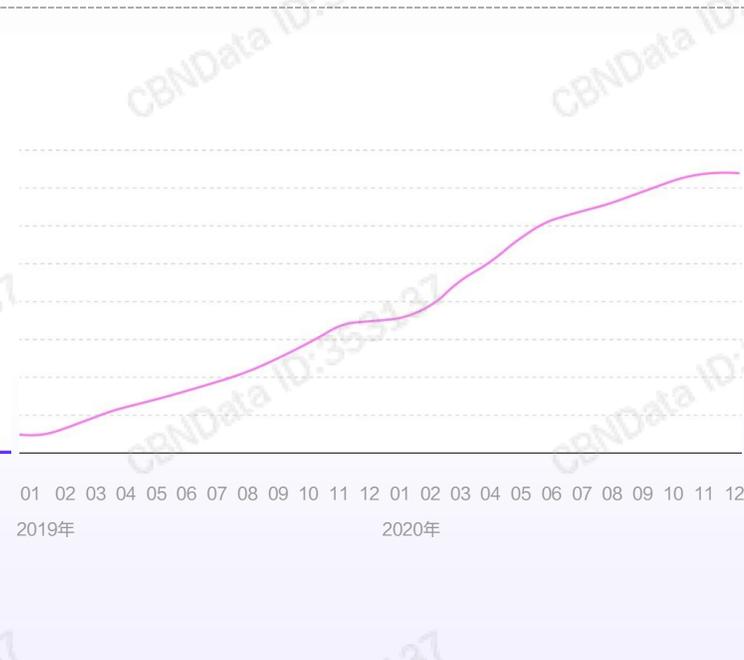
数据来源：巨量引擎、巨量算数《2021抖音私域经营白皮书》

快手电商卖家数增长率



数据来源：快手大数据研究院、快手电商《2020快手电商生态报告》

天猫新品牌开播率趋势图

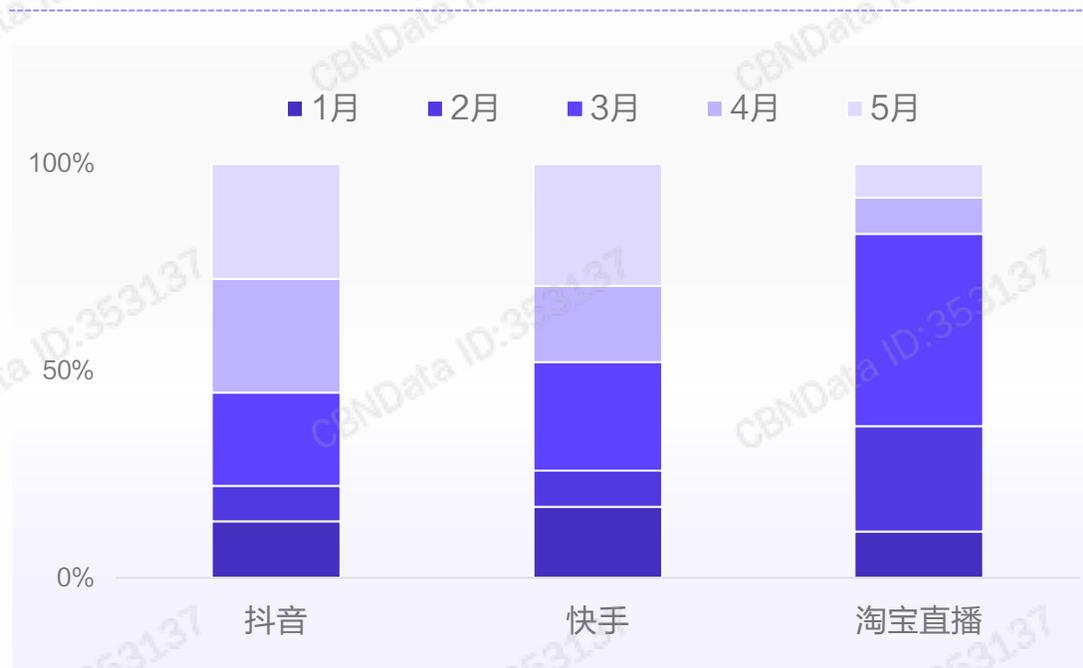


数据来源：淘榜单、淘宝直播、淘宝直播ON MAP《淘宝直播2021年度报告》

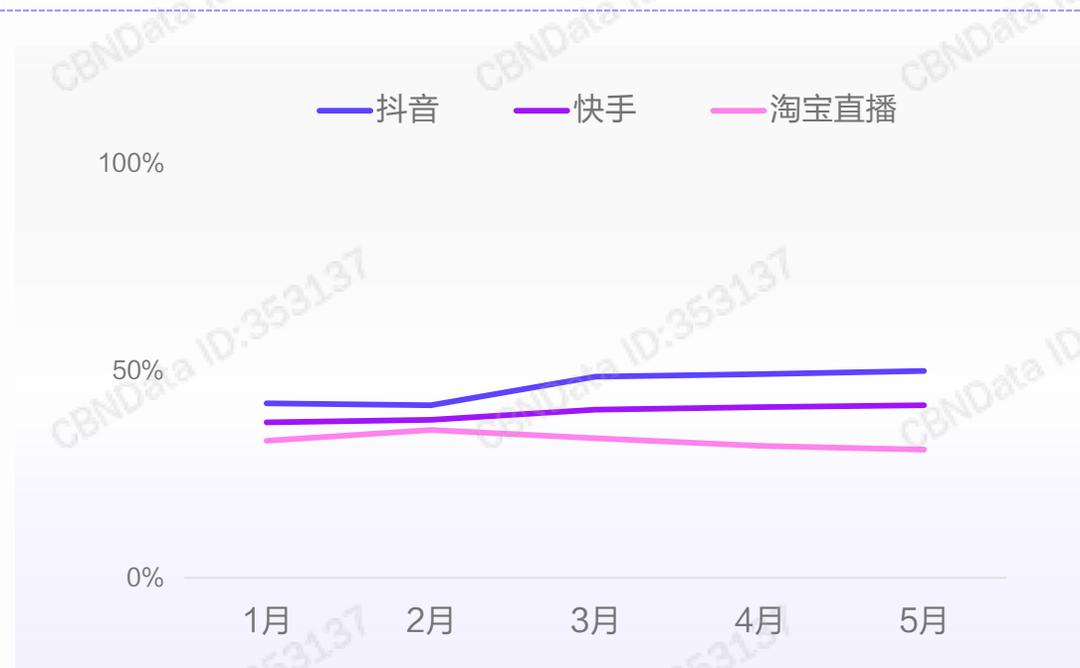
618前夕迎来自播号增长高峰，三平台品牌自播与红人直播场次基本持平

2021年1月-5月，抖音、快手、淘宝直播三平台新增自播号数量均保持高速增长，尤其在618前两个月，迎来增长高峰。自播场次占比也在稳步提升，5月，抖音平台的自播账号直播场次占比接近50%。

2021年抖淘快每月新增品牌店铺自播号数量占比



2021年抖淘快每月自播号直播场次占比

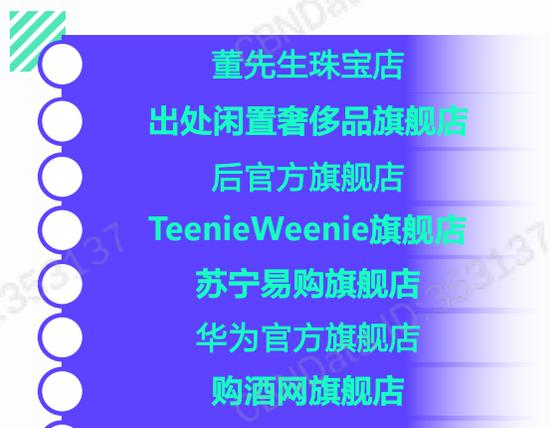


数据来源：果集

618品牌店铺自播爆发力凸显

2021年618期间，多个平台品牌店铺自播爆发。在天猫618中，截至5月25日0点45分，雅诗兰黛、小米、华为等10个品牌在天猫的自播销售额破千万，超去年同期。在快手616品质购物节期间，品牌自播GMV环比增长高达151%。

抖音618品牌店铺自播榜



快手616品质购物节
自播GMV TOP10品牌



天猫618淘宝直播天猫商家榜



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22371

