

二级节点

网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
网络直播营销概述
直播选品策略
直播选品策略
直播选品策略
直播选品策略
直播选品策略
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计

三级节点

常见的直播类型
常见的直播类型
常见的直播类型
常见的直播类型
常见的直播类型
直播营销现状与趋势
常见的直播类型
常见的直播类型
直播IP定位
产品选品策略
产品选品策略
爆款产品的共同特征
爆款产品的共同特征
产品选品策略
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置
网络直播平台搭建
网络直播平台搭建
网络直播平台搭建
硬件、软件筹备与布置

四级节点

主播的具体分类
主播的具体分类
直播平台介绍
常见的直播类型
常见的直播类型
直播营销的发展趋势
主播的具体分类
直播平台介绍
常见的直播类型
内容IP
分析用户画像，根据用户喜好精准定位
性价比高
基础硬件设施
提升硬件性设施
提升硬件性设施
提升硬件性设施
提升硬件性设施
电脑直播开通
电脑直播开通
基础硬件设施

硬件、软件筹备与布置、直播人员形象设计

硬件、软件筹备与布置

提升硬件性设施

硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置、且播人员形象设计

硬件、软件筹备与布置
网络直播平台搭建
直播人员形象设计
直播人员形象设计
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置
硬件、软件筹备与布置

提升硬件性设施
电脑直播开通
恰当的直播间布置
基础硬件设施
提升硬件性设施

制定网络直播营销推广方案	万		
制定网络直播营销推广方案	万	直播营销推广方案要素	
制定网络直播营销推广方案	万	直播营销推广方案要素	个人直播间、故事打造
制定网络直播营销推广方案	万	直播营销推广方案要素	自身营销为了什么?
制定网络直播营销推广方案	万	推广手段	
制定网络直播营销推广方案	万	推广手段	
制定网络直播营销推广方案	万	直播营销推广方案要素	自身营销为了什么?
制定网络直播营销推广方案	万	合适的推广渠道	SWOT分析
制定网络直播营销推广方案	万	合适的推广渠道	
制定网络直播营销推广方案	万	合适的推广渠道	
制定直播活动的执行模型、脚本			
制定直播活动的执行模型、脚本		通用直播脚本	
制定直播活动的执行模型、脚本		通用直播脚本	直播时间
制定直播活动的执行模型、脚本		通用直播脚本	流程安排
直播活动的重要环节把控		产品介绍环节	
直播活动的重要环节把控		开场环节	
直播活动的重要环节把控		产品介绍环节	了解用户的从众心理
直播活动的重要环节把控		收尾环节	注意事项
直播活动的重要环节把控		产品介绍环节	一定要做对比
直播活动的重要环节把控		开场环节	物质型开场白
直播活动的重要环节把控		开场环节	搞笑型开场白
直播活动的重要环节把控			
直播活动的重要环节把控			
直播效果的数据分类分析			
直播效果的数据分类分析		直播效果数据分类和挖掘	直播效果数据分类
直播效果的数据分类分析		直播效果数据分类和挖掘	直播效果数据分类
直播效果的数据分类分析		如何分析评估异常数据	特殊事件法
直播效果的数据分类分析		直播效果数据分类和挖掘	主播行为分析
直播效果的数据分类分析		如何分析评估常规数据	
直播效果的数据分类分析		直播效果数据分类和挖掘	直播效果数据分类
直播效果的数据分类分析		如何分析评估常规数据	粉丝数据
直播效果的数据分类分析		如何分析评估异常数据	特殊事件法
直播效果的数据分类分析		如何分析评估异常数据	案例连接
网络直播营销的复盘与提升		竞争对手分析	
网络直播营销的复盘与提升		竞争对手分析	同IP类型竞争对手
网络直播营销的复盘与提升		复盘报告	注意事项
网络直播营销的复盘与提升		复盘报告	
网络直播营销的复盘与提升		个人优劣势分析	

网络直播营销的复盘与提升	竞争对手分析	预期结果评价
网络直播营销的复盘与提升	复盘报告	备份、应急处理
网络直播营销的复盘与提升		
网络直播营销的复盘与提升	竞争对手分析	同IP类型竞争对手
网络直播营销的复盘与提升	反馈	
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	人员准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	硬软件准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	时间准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	商品选择准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	预热准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	包装售后工作准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	直播脚本准备（确定直播内容）、农产品直播核心公式
生鲜农产品的网络直播	农产品直播营销	
生鲜农产品的网络直播	农产品直播	
生鲜农产品的网络直播	农产品直播	注意事项
生鲜农产品的网络直播	农产品直播	注意事项
生鲜农产品的网络直播	农产品直播	分析提示
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	商品选择准备
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	预热准备
生鲜农产品的网络直播	农产品直播营销	了解基础抖音卖货
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	个人形象准备
生鲜农产品的网络直播	农产品直播	养号与引流
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	预热准备
生鲜农产品的网络直播	农产品直播营销	了解基础抖音卖货
生鲜农产品的网络直播	准备工作（“九”坝准备）	硬软件准备
日常生活用品的网络直播		
日常生活用品的网络直播	准备工作	人员准备
日常生活用品的网络直播	准备工作	时间准备
日常生活用品的网络直播	准备工作	商品选择准备
日常生活用品的网络直播	准备工作	商品选择准备
日常生活用品的网络直播	准备工作	商品选择准备
日常生活用品的网络直播	准备工作	表：日常生活用品的脚本（通田）
日常生活用品的网络直播	日常生活用品的直播	注意事项
日常生活用品的网络直播	日常生活用品的直播	直播开始
日常生活用品的网络直播	日常生活用品直播淘宝直播主题立案制	分析提示
日常生活用品的网络直播	日常生活用品直播话术（以剃须刀、漱口	剃须刀直播话术
日常生活用品的网络直播		
日常生活用品的网络直播		
日常生活用品的网络直播	日常生活用品直播淘宝直播主题立案制	价格福利体现

日常生活用品的网络直播
日常生活用品的网络直播
日常生活用品的网络直播
日常生活用品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
服装服饰品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播
化妆品的网络直播

日常生活用品直播类型
以制造类型划分

日常生活用品直播话术（以剃须刀、漱口水为例）
剃须刀直播话术
漱口水直播话术
产品讲解要细致
直播脚本准备

搭建服饰类淘宝直播间的注意事项
表：服装服饰类直播脚本

服装直播人员及分工
服装直播人员及分工
服装服饰品直播误区与技巧

化妆品直播核心技巧 说话技巧
化妆品的直播 预热方式

化妆品直播核心技巧 专业知识
化妆品直播核心技巧 专业知识

化妆品的网络直播 化妆品直播常用知识 直播产品选择

化妆品的网络直播

化妆品的网络直播 化妆品直播核心技巧 专业知识

化妆品的网络直播 化妆品直播核心技巧 专业知识

化妆品的网络直播 化妆品直播类型 以直播类型划分

淘宝直播	商品组货	商家常用分析法
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	直播复盘要点
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
淘宝直播	商品组货	商品组货的三阶段
直播营销	淘宝运营团队人员配置	团队直播人员分工
直播营销	淘宝运营团队人员配置	团队直播
直播营销	淘宝运营团队人员配置	团队直播
直播营销	淘宝运营团队人员配置	团队直播
直播营销	淘宝运营团队人员配置	个人直播类型
直播营销	淘宝网络直播的特点及	淘宝直播的定位
直播营销	日常生活用品的网络直	直播准备工作
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播类型
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播类型
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播案例
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播的要求
直播营销	淘宝网络直播的特点及	服装类直播间功能分区
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播特点以及注意事项
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播特点以及注意事项
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播类型
直播营销	淘宝网络直播的特点及	淘宝直播的特点
直播营销	淘宝网络直播的特点及	注重直播间引流
直播营销	淘宝网络直播的特点及	商品选择准备
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播案例
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播特点
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播间的引流
直播营销	淘宝网络直播的特点及	农产品直播营销
直播营销	淘宝网络直播的特点及	服装服饰品的网络直播s
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播案例
直播营销	淘宝网络直播的特点及	淘宝直播特点

直播营销	全网智能营销体系构建	精选合适的智能营销平台
直播营销	全网智能营销体系构建	全网智能营销链
直播营销	商品组货	商品组货三阶段
直播营销	网络直播营销的复盘与	网络直播营销的复盘
直播营销	商品组货	商品组货三阶段
直播营销	商品组货	商品组货三阶段
直播营销	全网智能营销体系构建	搭建全网智能营销运营
直播营销	商品组货	商品组货三阶段
直播营销	商品组货	商品组货的三阶段
直播营销	全网智能营销体系构建	精选合适的智能营销平台
直播营销	网络直播营销与全网智	网络直播营销
直播营销	日常生活用品的网络直	直播准备工作
直播营销	网络直播营销与全网智	网络直播营销
直播营销	日常生活用品的网络直	直播准备工作
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播案例
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播的要求
直播营销	网络直播营销与全网智	如何打造“电商+直播”
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播特点以及注意事项
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播特点以及注意事项
直播营销	淘宝网络直播的特点及	直播类型
直播营销	日常生活用品的网络直	日常生活用品直播话术
直播营销	网络直播营销与全网智	如何打造“电商+直播”
直播营销	淘宝网络直播的特点及	商品选择准备
直播营销	常见的几种网络直播	生鲜农产品的网络直播
直播营销	全网智能营销体系构建	网络直播营销与全网智能
直播营销	娱乐型直播	娱乐型主播的推广、变
直播营销	淘宝网络直播的特点及	农产品直播营销
直播营销	全网智能营销体系构建	网络直播营销与全网智能
直播营销	全网智能营销体系构建	网络直播营销与全网智能
直播营销	全网智能营销体系构建	网络直播营销与全网智能
直播营销	娱乐型直播	主播定位流程
直播营销	娱乐型直播	主播风格定位的依据
直播营销	娱乐型直播	主播形象
直播营销	娱乐型直播	主播风格定位的依据
直播营销	娱乐型直播	抖音和快手直播平台的
直播营销	娱乐型直播	语言类娱乐型网络直播
直播营销	娱乐型直播	语言类娱乐型网络直播
直播营销	娱乐型直播	主播形象
直播营销	娱乐型直播	主播风格定位的依据
直播营销	娱乐型直播	抖音和快手直播平台的

五级节点	题干	题目难易度	题型
带货主播	“ [填空题(1)] ” 王要是指仕直播平台上专门进行产品销售的主播人员	简单	填空题
娱乐型主播	娱乐型主播主要是指通过直播平台向网友持续性输出具有 [填空题(1)] 的直播内容的几种购物直播平台有: [填空题(1)]	简单	填空题
购物类直播平台	购物类直播主要通过各类 [填空题(2)] “ [填空题(1)] ” 平台上和粉丝进行互动社	一般	填空题
购物类直播	在娱乐类直播中又可细分为 [填空题(1)] 直播和 [填空题(2)] 直播	一般	填空题
娱乐类	我国的直播营销行业呈现哪些趋势?	简单	填空题
娱乐型主播	娱乐型主播主要分为哪几类?	一般	问答题
购物类直播平台	在购物直播中, 快手与淘玉的区别是什么?	一般	问答题
专业领域类直播平台	专业领域类直播平台主要依靠什么途径盈利?	困难	问答题
	娱乐主播和带货主播的区分点是什么?	困难	问答题
	一般来说一场直播至少在两个小时以上, 一场直播的产品一般也在 () 种	简单	单选题
	选品的首要原则是根据 [填空题(1)] 选品	简单	填空题
	一般而言, 单选题在直播间购头的产品的消费者一般早看重的直播间所占 ()	简单	填空题
	爆款产品的共同特征有哪些?	一般	问答题
	分别解释“印家款”“引流款”“跑重款”	一般	问答题
手机	针对游戏、买货等直播人员, 建议“ [填空题(1)] ” 或“ [填空题(2)] ” 的组合	简单	填空题
摄像头	目前直播常用的摄像头主要是高清摄像头和红外摄像头两种。红外摄像头, 且	简单	填空题
麦克风	麦克风是音乐类直播必备, 适宜室内, 声音收集好。但注意 [填空题(1)]	简单	填空题
麦克风	部分游戏玩家或对声音需求不高坑家可 [填空题(1)]	简单	填空题
抖音电脑直播 (平台要求粉丝数>)	平台搭建分为 [填空题(1)] 搭建和 [填空题(2)] 搭建	简单	填空题
淘宝直播平台	抖音平台要求粉丝数大于 () 可一键开播	简单	单选题
网络	属于综合性平台的是 ()。	简单	单选题
	通用型主播, 建议单选题早人 ()	简单	单选题
	4 Mbps 以上的宽带网络。守护直播畅通		
麦克风	以下哪个是动圈麦? ()	简单	单选题
灯光	直播时, 顶灯的作用是 ()。	简单	单选题
淘宝直播平台	简述淘宝直播平台商铺入驻条件。	一般	问答题
内容是王道	根据个人IP定向, 采购直播设备后, 如何进行形象设计。打造适合的初期直播	一般	问答题
	分析从籍籍无名的斗鱼游戏区小主播到现在知名网红。甚至进军娱乐圈。直播	一般	问答题
	直播间的基础硬件设施包含哪些?	一般	问答题
灯光	概述专业辅助灯光套装及其作用?	困难	问答题

	4种基本策略为产品、价格、[填空题(1)]和「[填空题(2)]」	简单	填空题
	营销推广从根本而言是为了「[填空题(1)]」	简单	填空题
	「[填空题(1)]」提高曝光度	简单	填空题
	「故事内容+特性」便是自媒体营销，而“自媒体营销+「[填空题(1)]」”可以打造	简单	填空题
	在进行营销方案制订之前，应该「[填空题(1)]」	简单	填空题
	营销推广手段以买货主播而言，从产品价格、促销和渠道方面讲	简单	填空题
	通用主播常用营销有：「[填空题(1)]」	简单	填空题
	「[填空题(1)]」目标，涨粉涨汪汪10000+	一般	填空题
	等。「[填空题(2)]」目标，成为这个直播	一般	填空题
	内部因素、外部因素、优势、劣势	一般	填空题
	1. 小丽颜值倍佳	一般	填空题
	间接宣传手段有哪些？	一般	问答题
	总结直播营销推广方案要点。	一般	问答题
	一场直播脚本里包括通用脚本和「[填空题(1)]」脚本	简单	填空题
	「[填空题(2)]」两种	简单	填空题
	从开始到结束，主播应该做哪些事、如何做。将脚本「[填空题(1)]」化，也有利于	简单	填空题
	「[填空题(1)]」即奠定直播基调，整场直播围绕这个主题进行。切记丢了西瓜捡	简单	填空题
	直播时间确定一般根据黄金时间段「[填空题(1)]」等因素确定。周五、周六、周日	简单	填空题
	间要说一场通用直播脚本中不可缺少的重点	一般	问答题
	直播重要的环节板块主要应包括开场、「[填空题(1)]」	简单	填空题
	「[填空题(2)]」结尾	简单	填空题
	建议新人主播「[填空题(1)]」或「[填空题(2)]」开场白。有效留住观众群体，增加	简单	填空题
	大部分观众都具有「[填空题(1)]」，所以销量越高的产品会备受欢迎	简单	填空题
	开场1分钟「[填空题(1)]」人，带货1分钟留住人，是直播间以话术和产品展示来进行对比。而	简单	填空题
红包开场	总结开场环节有哪些类型的开场白？	一般	问答题
	以下属于搞笑型开场白的是（ ）。	简单	单选题
	什么是合适的收尾时间？	一般	问答题
	自选一个产品，进行产品场景描述。	简单	问答题
	阅读以下情景，分析开说说如果你，你会怎么办？	简单	问答题
直播电商数据	在互联网平台做直播卖货与传统电视购物频道卖货的最大区别在于直播数据的	简单	填空题
直播观看数据	在一场带货直播中，直播电商数据主要包括「[填空题(1)]」	简单	填空题
	商品点击次数「[填空题(1)]」就直播本身而言，「[填空题(1)]」是反映直播效果的重要指标	简单	填空题
	大多数直播数据突然异常都与「[填空题(1)]」有关	简单	填空题
	在直播中，主播的行为分析主要集中在主播的直播「[填空题(1)]」直播时长	简单	填空题
	直播效果数据分为哪几个部分？	一般	问答题
直播电商数据	以下（ ）数据能够直观反映直播观看效果	简单	单选题
	一般直播下播后，运营团队都会对当日的直播效果数据进行数据分析。以下	一般	问答题
	简述特殊事件法。	一般	问答题
	总结7个直播销量分析的关键指标	一般	问答题
	竞争分析是学习提升的有效过程，可米田「[填空题(1)]」法分析	简单	填空题
	在制定解决方案后，最重要的是对本次直播数据规律的总结和提升。主要包括	简单	填空题
	面对发生过的直播问题或常见直播事故，准备「[填空题(1)]」	简单	填空题
	避免直播事故复益总结要点，需要专人记录整理形成报告形式。并针对「[填空题(1)]」提出后续	简单	填空题
	个人优劣势分析主要包含两种形式，一是通过「[填空题(1)]」的形式。由主播与	简单	填空题

案例链接2	根据直播前设定的预期目标，若结果略差于目标，说明（ ）	简单	单选题
	团队复盘 个人复盘 格力集团董事长董明珠抖音直播后复盘出现的问题 针对其中两问题 给出解决	一般 简单	填空题 问答题
	同IP类型竞争对手如何分析？	简单	问答题
直播人员选择	简述反馈信息分为哪几类。	简单	问答题
	辅助人员包括控场人员、[填空题(1)]人员	简单	填空题
	直播场地主要分为室内或室外，生鲜农产品的场地以[填空题(1)]为主，以室内直播为主，室外为辅的形式	简单	填空题
	时间尽量单选题在[填空题(1)]时间段	简单	填空题
预热内容	无论是个人主播还是达人主播在单选题卖货农产品时，要进行综合考虑，包括	简单	填空题
	预热主要包括[填空题(1)]和[填空题(2)]	简单	填空题
	[填空题(1)]是农产品直播后顾客好评、回流的关	简单	填空题
表：农产品的脚本（单品）	完成下表。	简单	填空题
	时间点 直播核心公式：真头（原产地、实物等）+[填空题(1)]（当场采摘，衔接体验型等	简单	填空题
	农产品直播可分为[填空题(1)]型，衔接体验型等	简单	填空题
	生鲜农产品季节性较强，合理利用单选题	简单	填空题
	[填空题(1)]集市	简单	填空题
	直播前一定要进行[填空题(1)]，覆盖核心要点，特别是新手主播	简单	填空题
	三农产品[填空题(1)]是核心要点，但产品单选题	简单	填空题
	[填空题(2)]物流运输等	简单	填空题
预热宣传	单选题产品时最好为品牌化农产品，若不是著名品牌的产品，可采用“[填空题(1)]直播平台，短视频平台（抖音）	简单	填空题
养号与引流	利用抖音直播，因为不可能维持每日长时间持续直播 那么平常的养号养粉且	简单	单选题
	简述农产品直播的主播个人形象准备。	简单	问答题
“红包+优惠券”永不过时	“红包+优惠券”单选题发放时机很重要，加（ ）等	简单	多选题
小知识	简述抖音平台短视频推荐要点。	简单	问答题
卖货渠道	简述抖音的卖货渠道。	简单	问答题
	简述“九”项准备。	简单	问答题
直播人员选择	日常生活用品直播核心公式：[填空题(1)]（第一动力，相比线下销售多人直播，一般为2人，主播+[填空题(1)]或主播+[填空题(2)]的形式	简单	填空题
	日常生活用品直播时间以直播黄金时间为主，[填空题(1)]时间段，周六周日直播人员	简单	填空题
	在单选题日常生活用品类直播商品时，[填空题(1)]、[填空题(2)]挑选、[填空题(1)]、对比、[填空题(2)]是日用品类单选题的基本流程	简单	填空题
选择	日常生活用品种类繁多，主播们要了解产品品牌时，要更注重深入了解，熟知	简单	填空题
深入了解	完成下表。	简单	填空题
表：日常生活用品的脚本（週田）	时间点 直播核心公式：真头（原产地、实物等）+[填空题(1)]（当场采摘，衔接体验型等	简单	填空题
	农产品直播可分为[填空题(1)]型，衔接体验型等	简单	填空题
开场环节	生鲜农产品季节性较强，合理利用单选题	简单	填空题
	[填空题(1)]集市	简单	填空题
	直播前一定要进行[填空题(1)]，覆盖核心要点，特别是新手主播	简单	填空题
	三农产品[填空题(1)]是核心要点，但产品单选题	简单	填空题
	[填空题(2)]物流运输等	简单	填空题
	单选题产品时最好为品牌化农产品，若不是著名品牌的产品，可采用“[填空题(1)]直播平台，短视频平台（抖音）	简单	填空题
催单	哪个生活用品的直播标题体现了价格福利（ ）	简单	多选题

本

简述日常生活用品直播以制造类型如何划分	一般	问答题
“ 红包+优惠券 ”单选题发放时机很重要。加()等	简单	多选题
为剃须刀买货直播与一段产品预热话术	一般	问答题
为漱口水买货直播与一段买货环节话术	一般	问答题
简述日常生活用品直播产品展示注意事项	一般	问答题
一般消费者对于服装的要求主要有两点。一是「 填空题(1) 」。二是好看。	简单	填空题
多人直播，一般为2人，主播+「 填空题(1) 」或主播+「 填空题(2) 」的形式	简单	填空题
预热主要包括预热内容和「 填空题(1) 」。	简单	填空题
直播人员在日常生活用品类直播商品时「 填空题(1) 」「 填空题(2) 」。	简单	填空题
挑选、「 填空题(1) 」、对比、「 填空题(2) 」是日常生活用品类直播的基本流程。	简单	填空题
日常生活用品种类繁多，主播们在了解产品品牌时，要更注重深入了解。熟知	简单	填空题
完成下表。	简单	填空题
<u>分区用途</u>	简单	填空题
「 填空题(1) 」是抖音等短视频直播平台特色优势。在生活日用品直播中可经常利用「 填空题(1) 」和亲身体验是生活常用品的	简单	填空题
制胜秘诀。家具由哭闹更多在展示。是生活家具类直播的破冰可能重点在于「 填空题(1) 」直播方式和体验	简单	填空题
以下哪个属于催单环节？()	一般	单选题
二农产品「 填空题(1) 」是核心要点，但产品单选题「 填空题(2) 」。	简单	填空题
物流运输等。产品时最好为品牌化农产品，若不是著名品牌的产品，可采用「 填空题(1) 」直播平台。	简单	填空题
短视频平台「 填空题(1) 」直播标题体现了价格福利()。	简单	多选题
简述日常生活用品直播以制造类型如何划分	简单	问答题
“ 红包+优惠券 ”单选题发放时机很重要。加()等	简单	多选题
简述服装类直播人员及分工	困难	问答题
服装服饰类直播个人形象的服装原则。	一般	问答题
服装服饰品有哪些直播误区。	困难	问答题
化妆品直播特定人群基本固定，针对品牌效应十分强。「 填空题(1) 」是化妆品直播用户好感的右效技巧	简单	填空题
「 填空题(1) 」是获取直播用户好感的右效技巧	简单	填空题
预热主要包括预热内容和「 填空题(1) 」。	简单	填空题
直播人员在单选题日常生活用品类直播商品时「 填空题(1) 」「 填空题(2) 」。	简单	填空题
挑选、「 填空题(1) 」、对比、「 填空题(2) 」是日常生活用品类直播的基本流程。	简单	填空题
日常生活用品种类繁多，主播们在了解产品品牌时，要更注重深入了解。熟知	一般	填空题
完成下表。	一般	填空题
<u>销售技巧 说明</u>	简单	填空题
「 填空题(1) 」是抖音等短视频直播平台特色优势。在生活日用品直播中可经常利用「 填空题(1) 」和亲身体验是生活常用品的	简单	填空题
制胜秘诀。家具由哭闹更多在展示。是生活家具类直播的破冰可能重点在于「 填空题(1) 」直播方式和体验	简单	填空题
以下哪个属于催单环节？()	一般	单选题
洗面奶切记「 填空题(1) 」，导致角质层变薄形成敏感肌。	简单	填空题
面霜保湿效果比「 填空题(1) 」长一些，冬天面霜持久保湿	简单	填空题
目前直播宣传渠道主要包含微博、「 填空题(1) 」直播平台。	一般	填空题
短视频平台「 填空题(1) 」直播标题体现了价格福利()。	一般	多选题

皮肤
皮肤

产品	直播产品选择原则。	一般	问答题
皮肤	“红包+优惠券”单选题发放时机很重要，加（ ）等乳液和面霜能够同时用吗，可以只用一种吗？	简单	多选题
间接卖货型	一般女性正常护肤有哪些步骤？	一般	问答题
	化妆品直播类型中间接卖货有哪些？	一般	问答题

商家常用分析法	竞争分析是学习提升的有效过程，可采用	简单	填空题
商品组货的三阶段主推	确定主推商品，根据宝贝的[填空题(1)]为	简单	填空题
淘宝主推款营销技巧	商家要想在大促前后有利润收入，不仅要	简单	填空题
	复盘总结要点，需要专人记录整理形成报	一般	填空题
商品组货的三阶段设置关联宝贝	选择适合的推荐模板，可以按分类、[填	简单	填空题
商品组货的三阶段上新频率	对于新店铺或是老店重开的店铺，是要保	简单	选择题
商品组货的三阶段上新频率	上架的时间段要有所选择，在每天早上11	简单	选择题
提升店铺业绩和销量	要想提升店铺的销量和业绩，要注意哪些	一般	问答题
商品组货的三阶段设置关联宝贝	店铺设置关联宝贝有什么好处？	一般	问答题
	简述商品组货的三阶段。	一般	问答题
执行策划分工	执行策划：负责主播玩法培训、玩法设计	简单	填空题
团队直播人员的分配	一般来说成熟的直播团队在[填空题(1)]人	简单	填空题
团队直播人员的分配	[填空题(1)]：负责直播数据检测、分析	简单	填空题
团队直播人员的分配	直播主管：负责主播的日常管理、招聘、	简单	填空题
	“自由型”主播的团队有哪些分工和职责	简单	问答题
	淘宝直播的一般定位为“[填空题(1)]”，	简单	填空题
人员准备	多人直播，一般为2人，主播+[填空题(1)]	简单	填空题
开通全球购条件	开通全球购买手直播之前需要通过买手认	简单	填空题
天猫直播条件	天猫直播备受阿里的政策扶持，只要有天	简单	填空题
	挑选、[填空题(1)]、对比、[填空题(2)	简单	填空题
	日常生活用品品类繁多，主播们在了解产	简单	填空题
	分区 用途 货品准各区 主要用于堆放货物 整理衣	简单	填空题
	[填空题(1)]是抖音等短视频直播平台特色	简单	填空题
	[填空题(1)]和亲身体验是生活常用品的制	简单	填空题
	生活家具类直播的破冰可能重点在于[填	简单	填空题
	在淘宝直播中有两大功能与秀场的特点有	简单	填空题
	对于一个新的直播账号来说，首先应该思	简单	填空题
	选择产品时最好为品牌化农产品，若不是	简单	填空题
直播带货核心	直播带货的3个核心要点：便宜、使用频	简单	填空题
	哪个生活日用品的直播标题体现了价格福	简单	选择题
	精准画像与[填空题(1)]的直播决定了直	简单	填空题
	播是否能够触达到更精准的用户人群，	简单	选择题
	“红包+优惠券”选择发放时机很重要，	简单	选择题
	加（ ）等	简单	选择题
	简述服装类直播人员及分工。	简单	问答题
	以薇娅3月某日其直播间所售商品为例，	一般	问答题
	总结淘宝直播的特点	一般	问答题

台	无论运用何种营销方式、策划方案、营销	简单	填空题
	任何销售模式都是一条涵盖“生产[填空题	简单	填空题
商品组货三阶段主推	商家要想在大促前后有利润收入，不仅要	简单	填空题
	复盘总结要点，需要专人记录整理形成报	简单	填空题
商品组货三阶段关联	选择适合的推荐模板，可以按分类、[填	简单	填空题
商品组货三阶段上新	对于新店铺或是老店重开的店铺，是要保	简单	选择题
团队	岗位 职责 运营经理 负责整个部门的策划与建立	简单	填空题
商品组货三阶段上新	要想提升店铺的销量和业绩，要注意哪些	一般	问答题
商品组货的三阶段设置关联宝贝	店铺设置关联宝贝有什么好处？	一般	问答题
台	如何在众多的网络营销平台选择合适的平	一般	问答题
	网络直播营销主要包括人物、[填空题(1)	简单	填空题
人员准备	多人直播，一般为2人，主播+[填空题(1)	简单	填空题
网络直播营销的特点	场景的作用是[填空题(1)]，让观众融入	简单	填空题
	直播人员在选择日常生活用品类直播商品	简单	填空题
	挑选、[填空题(1)]、对比、[填空题(2)	简单	填空题
	日常生活用品品类繁多，主播们在了解产	简单	填空题
模式	红人的[填空题(1)]就是强IP的带动效应。	简单	填空题
	[填空题(1)]是抖音等短视频直播平台特色	简单	填空题
	[填空题(1)]和亲身体验是生活常用品的制	简单	填空题
	生活家具类直播的破冰可能重点在于[填	简单	填空题
	以下哪个属于催单环节？	简单	选择题
模式	[填空题(1)]就是要完成产品对于用户产生	简单	填空题
	选择产品时最好为品牌化农产品，若不是	简单	填空题
	目前直播宣传渠道主要包括微博、[填空	简单	填空题
能营销的融合、互推应用	“[填空题(1)]”是一个整合了抖音、今日	简单	填空题
见、升级与突破	“直播+电商”的主要模式有哪些？	简单	问答题
	“红包+优惠券”选择发放时机很重要，女	简单	选择题
能营销的融合、互推应用	简述网络直播营销与全网智能营销的区别	简单	问答题
能营销的融合、互推应用	简述直播营销的优势。	较难	问答题
能营销的融合、互推应用	网络直播具有哪些典型特点？	简单	问答题
	主播定位一般会经历流程：自我定位-->[简单	填空题
	风格是观众选择主播的一大标准，明确的	简单	填空题
	舞蹈主播是最吸粉的主播，最关键是[填	简单	填空题
	在熊猫TV这种平台，直播收入能达到熊猫	简单	填空题
风格特点	简述抖音和快手直播平台的风格特点。	简单	问答题
语言类娱乐型直播的基本概述	语言类娱乐型直播主要是依靠主播持续的	简单	填空题
语言类娱乐型直播的基本概述	脱口秀类：这类直播可以称之为“玩梗”	简单	填空题
	舞蹈主播是最吸粉的主播，最关键是[填	简单	填空题
	在熊猫TV这种平台，直播收入能达到熊猫	简单	填空题
风格特点	简述抖音和快手直播平台的风格特点。	简单	问答题

语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类娱乐型直播营销与单纯的直播营销	简单	填空题
根据主播风格确定直播类型	确定[填空题(1)]是进行直播众多流程的	简单	填空题
总结与复盘	主播下播后要及时总结当日直播情况，包	简单	填空题
语言类娱乐型直播如何吸引粉丝	[填空题(1)]是瞬间博得粉丝关注的关键因	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类直播营销的是[填空题(1)]及粉丝	简单	填空题
语言类娱乐型直播流程	可根据主播的风格与类型、主播擅长的领	简单	填空题
	语言类娱乐型直播如何吸引粉丝？	简单	问答题
	总结语言娱乐型直播的具体分类。	简单	问答题
	简述语言娱乐型直播中隐藏的场景式营销	简单	问答题
	语言类直播要想生动有趣，且具有娱乐性	简单	问答题
	[填空题(1)]又称具有表演性质的特长展	简单	填空题
语言类娱乐型直播的基本概述	脱口秀类：这类直播可以称之为“玩梗”	简单	填空题
	COS Play是英文Costume Play的简写，是	简单	填空题
	在熊猫TV这种平台，直播收入能达到熊猫	简单	填空题
	MC的全称是Microphone Controller，原	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类娱乐型直播营销与单纯的直播营销	简单	填空题
根据主播风格确定直播类型	确定[填空题(1)]是进行直播众多流程的	简单	填空题
	[填空题(1)]是才艺展示类直播的主要内	简单	填空题
语言类娱乐型直播如何吸引粉丝	[填空题(1)]是瞬间博得粉丝关注的关键因	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类直播营销的是[填空题(1)]及粉丝	简单	填空题
语言类娱乐型直播流程	可根据主播的风格与类型、主播擅长的领	简单	填空题
	语言类娱乐型直播如何吸引粉丝？	简单	问答题
	总结语言娱乐型直播的具体分类。	简单	问答题
	简述才艺展示类直播必备基础设备。	简单	问答题
	最为一名才艺表演主播，为自己设计热场	简单	问答题
	教育科普类直播是直播时代发展的必然品	简单	填空题
语言类娱乐型直播的基本概述	脱口秀类：这类直播可以称之为“玩梗”	简单	填空题
	教育科普类直播名称最关键的在于[填空	简单	填空题
	在熊猫TV这种平台，直播收入能达到熊猫	简单	填空题
	MC的全称是Microphone Controller，原	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类娱乐型直播营销与单纯的直播营销	简单	填空题
根据主播风格确定直播类型	确定[填空题(1)]是进行直播众多流程的	简单	填空题
	教育科普类直播复盘工作主要在于主播、	简单	填空题
语言类娱乐型直播如何吸引粉丝	[填空题(1)]是瞬间博得粉丝关注的关键因	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类直播营销的是[填空题(1)]及粉丝	简单	填空题
	教育科普直播的受众群体较为固定，但实	简单	填空题
	语言类娱乐型直播如何吸引粉丝？	简单	问答题
	总结语言娱乐型直播的具体分类。	简单	问答题
	简述教育科普直播的特点。	简单	问答题
	将教育科普直播以专业性划分类。	简单	问答题

见、升级与突破	每个直播平台都有一定的用户群体，主播	简单	填空题
见、升级与突破	娱乐型主播通常利用热点话题推广的模式	简单	填空题
	教育科普类直播名称最关键的在于	简单	填空题
	在熊猫TV这种平台，直播收入能达到熊猫	简单	填空题
见、升级与突破	场景营销更强调线上与线下两者间的[填空	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类娱乐型直播营销与单纯的直播营销	简单	填空题
根据主播风格确定直播类型	确定[填空题(1)]是进行直播众多流程的	简单	填空题
	教育科普类直播复盘工作主要在于主播、	简单	填空题
语言类娱乐型直播如何吸引粉丝	[填空题(1)]是瞬间博得粉丝关注的关键因	简单	填空题
语言娱乐型直播中隐藏的场景式营	语言类直播营销的是[填空题(1)]及粉丝	简单	填空题
见、升级与突破	[填空题(1)]宣传是娱乐型主播进行宣传	简单	填空题
	语言类娱乐型直播如何吸引粉丝？	简单	问答题
	总结语言娱乐型直播的具体分类。	简单	问答题
见、升级与突破	场景式营销的特点及优势？	简单	问答题
见、升级与突破	简述主播的转型、升级与突破方式。	简单	问答题
见、升级与突破	主播可以通过哪几种方式达到广告宣传的	简单	问答题
见、升级与突破	一些有权限的直播或一对一直播让其粉丝	简单	填空题
见、升级与突破	通过刘宇宁及冯提莫的转型成功的案例可	简单	填空题
见、升级与突破	简述主播直播变现的方式。	简单	问答题
见、升级与突破	在这个“网络经济”高速发展的时代，如	简单	问答题

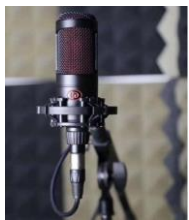
选项（仅单选题题用）

20-30 ; 30-40; 10-15 ; 70-100

100; 1000; 10000; 20000

淘宝; 一直播; 哔哩哔哩; 微视

20; 30; 40; 50



对称排列打亮主体场景、消除阴影；为主体提供均匀柔光效果。与背景板配合使用

“欢迎新米的朋友，人间自有真情在，点
占红心都是爱 千苦万难万亦孝 幸甚幸甚

商品展示次数、商品点击次数、橱窗展示
次数以及订单量、直播时长、直播次数

说明工作完成优秀，复盘重点在于这样的
成单是如何造成的 有什么有利条件 循

1~3; 2~3; 2~4 ; 1~2

结果预告; 开场吸粉; 氛围缓解; 买货期
五

这款剃须刀平时你买到的价格绝对不是这
个价 今天在我的直播间的价格真的是超

全民抄新居; 半价囤货, 抽奖还免单; 看
直播享大额优惠券. 居然之家

结束预告；开场吸粉；尬场缓解；买货助力

这款剃须刀平时你头到的价格绝对不是这个价 今天在我的直播间的价格真的是超

全民秒杀店；半价囤货，抽奖还免单；有直播高手颜值带货 ；早买早享

结束预告；开场吸粉；尬场缓解；买货助力

这真的是一款平价版的神仙水乳套装，巨补水 巨保湿 特别适合秋冬季节使用

全民秒杀店；半价囤货，抽奖还免单 ；有直播高手颜值带货 ；早买早享

答案

带货主播

趣味性；娱乐性

淘宝；快手；抖音；京东

电商+直播

游戏；才艺

企业直播营销发展前景良好； 移动直播用户的规模及粘性将呈现继续上升的趋势；直播方式更加娱乐化，营销方式场景化，传播速度将进一步加快

游戏主播；美食主播；户外主播；才艺表演型主播

快手与淘宝的区别在于，以短视频为王打的业务的平台衍生出了直播带货的功能及视频，其采用的主要模式是拍一些短小有趣的视频吸引粉丝，当粉丝积累到一定数量后主要通过知识付费的方式盈利，通过引进专业领域内的领袖入驻，为消费者提供专业的信息知识及技术服务。娱乐主播和带货主播的区分点，内容IP往往与产品相结合，是带货领域的指导意见，从而让粉丝购买

A

用户的需求

方便；性价比高

性价比高；产品具有独特性；匹配度高；能满足消费者的及时性需求

“印象款”即是直播间第一次促成交易的产品；“引流款”一般来说是具有独特优势和竞争力的产品。“引流款”所要做的是尽量保持产品的独特性。“印象款”价

双手机；手机+电脑

自动补光；遮掩痘痘

定期更换电池

耳机麦

个人；借助公司技术

B

C

B

D

C

符合《淘宝网营销推广规范》；本自然年度内未因发布违禁信息或假冒材质成份的严重违规行为扣分满6分及以上；本自然年度内不存在出售假冒商品违规的行为。店铺找到合适的平台；好听的名字和标题；恰当的直播间布置；符合的妆容打扮；个人定位，发掘个人标签，内容具干货

学会转变；努力与寻找特色；推广营销和树立正能量形象；冯提莫的网红之路不易

电脑套装、手机、网络、摄像头、麦克风、声卡、灯光、支架、视频采集卡、稳定器
手机声卡
设备 品牌 作用 价格

摄影灯（白光）、爱图仕 补光灯 索尼 瑞鹰 轴生 永诺等 对称排列打亮主体提高 消除

渠道；促销手段

增加粉丝群体

意义

明确自身营销目的

限时、限量、限地

加粉工具、投其所好、良好互动、送红包、抽奖、个人金句、唱歌聊天、粉丝群、新品
短期；长期

在这种政策下，发挥自身特色并不断精进考核直播销售员，持证上岗；通过调查，学习
自媒体渠道。各大直播平台广告、短视频APP、直播回放、直播广告、微博、微信公
众号、资讯门户、论坛贴吧等。合作、微博互转、公众号互推、直播间推荐、友情链接
自身营销为了什么？在进行营销方案制订之前，应该明确自身营销目的；观众粉丝喜
欢什么？对粉丝及受众人群进行调查分析。定位喜欢自身人群有怎样的特点。里性多
单品；产品脚本

大纲

制定直播主题

产品数量；月中旬

直播目的：如希望达到怎样的目标，如通过送礼，达到引流涨粉；提高观看量、转化
效率。直播主题。整场直播围绕这个主题进行。切记丢了西瓜捡芝麻。顾左言右等词

产品介绍；互动

搞笑型；物质型

从众心理

吸引；黏住

对比；可卖性

搞笑型；物质性：红包开场、借助外界物质开场；简单特色型开场白

A

长时间的直播易使人疲惫，不能在观众较为疲惫的时间进行收尾预告，效果不佳。也
不能在最后剩全粉丝数量不多的情况下结束。这样所能吸引的观众也逐渐变小。最佳
略（酌情给分）

略（酌情给分）

可控化

商品展示次数；橱窗展示次数

观看数据

某特殊事件

次数；流行度排名

流量基础数据：这类数据主要包括观众总数、新增粉丝数、评论人数和付费人数以及
收益的占比等。从这些数据可以看出新增粉丝的转化能力与评论互动率。流量来源

C

粉丝数据：包括粉丝转化率、粉丝人均观看时间、粉丝转化率评论互动率、人群分布
年龄分布、评论占比、流量来源等

大多数直播数据突然异常都与某特殊事件有关。如平台的首页或频道改版、主播的标
直播间总观看人数及峰值人数；观众的平均停留时间；观众来源；正在购买人数；商品
类别、价格分布。溯源分析。直播间观众画像

SWOT

主播能力；直播话术

应对方案

下次目标或不足

直播回放；提出意见

D

缺少标准，更多为自由化复盘；人数众多，有专人进行数据整理分析；复盘效果不一，略（言之有理即可）

粉丝反馈：通过直播粉丝评论热点，从数据反馈直播效果和下场直播改进方向。通过粉丝私信回话、粉丝群询问、发圈处理问题等，了解直播价缺货进行补足。市场后
粉丝反馈：通过直播粉丝评论热点，从数据反馈直播效果和下场直播改进方向。通过米
技术；平台对接

室外

17:00-24:00

产品品牌度；运输条件

预热内容；预热宣传

包装售后

增加粉丝对农产品的认知，增加购买欲望；建立社群，增加粘性（自上而下的顺序）

新鲜；体验

直接销售

组合农产品

1~2遍简要彩排

质量保障；保存时限

地域+水果名称

微信；新闻媒体

A

服装，以直播农产品类型为方向，衣着干净简洁、日常或务农、乡土等服装；可穿特色标识性服装，加水里米、海鲜米产品、服装上加水里、海鲜标识或品牌标识。个

A; B; C; D

分辨率高；画质清晰；内容原创有趣；最好不要添加LOGO.....

首上橱窗功能，接入淘宝、天猫、京东等电商平台；

开通抖音视频小店、抖音官方旗舰店平台，可在抖音视频内进行交易，避免跳转等。
硬软件准备；人员准备；个人形象准备；场地准备（直播间布置）；时间准备；商品
筛选准备；直播脚本准备（确定直播内容）、预热准备、包装售后工作准备

价格；品牌；专业

控场人员；明星或专家

18:00-24:00

应季；常用

调查；体验

专业

让粉丝对产品有直观的认识；吸引粉丝，激起购买欲望（自上而下的顺序）

直播+短视频

物美价廉；时效性

群体把控

A

质量保障；保存时限

地域+水果名称

微信；新闻媒体

B; C

家具电器类：必备家具（桌椅、茶几、冰箱、沙发、厨具等）、升级家具（烤箱、洗碗机和空调的等）、顶层装修、是价格偏昂贵的一类日常产品

A; B; C; D

例：各位靓仔们，看过米，看过米！！你可以不抽烟，也可以不喝酒，但是！！拥有一把有品味又趁手的剃须刀是一个男人成熟的标志。想象一下，在阳光明媚的清晨

①问题导入，互动热身

吟嗟讲解在开始之前，要问大家一个在日常生活中都特别尴尬，又特别常见的生理问题

材质、实用性等方面着重突出讲解

舒适

控场人员：明星或专家

预热宣传

应季；常用

调查；体验

专业

用于服装链接上架的照片拍摄，要尽可能展现服装的细节。直播间；将直播设备调试好，放在合适的位置，有利于直播的顺利进行。（自上而下的顺序）

直播+短视频

物美价廉；时效性

群体把控

A

质量保障；保存时限

地域+水果名称

微信；新闻媒体

B; C

家具电器类：必备家具（桌椅、茶几、冰箱、沙发、厨具等）、升级家具（烤箱、洗碗机和空调的等）、顶层装修、是价格偏昂贵的一类日常产品

A; B; C; D

场控：执行运营策划方案，负责调试设备、后台操作（直播推送、服装链接的上架、改价等）、新握检测（在线人数、商品点击率）、活动通知、主播控场、控场重要
主播衣物从本场直播的衣服、服饰中单选题（单选题时尚、简约、或正式类销量较高）
“我粉丝多，买货量就好”。因为许多新人主播在涨粉途径中，采取的可能是在搞笑、恶搞或不相宜内容引流量，其粉丝都是泛粉，加以盲目带货，其小田户匹配，是难以如何撩动女人/女孩的心

应变能力

预热宣传

应季；常用

调查；体验

专业

连续优惠，制造惊喜，刺激用户需求。；价格营销（自上而下的顺序）

直播+短视频

物美价廉；时效性

群体把控

A

过度清洁

乳液

微信；新闻媒体

B; C

基于自身熟悉产品，在自身擅长的产品，体验上更具说明性；有潜力，容易爆单的产品。不一定需要随大流选品。刚开始直播带货，最好不要超过10件以上的产品。生

A; B; C; D
两者最好搭配使用。乳液能够补充皮肤水分，营养霜则能够锁住皮肤水分，两者作用不同。组合使用使皮肤更加滋润。日常护肤：洁面、保湿乳液（爽肤水）、眼霜、精华液、面霜，通过仿妆、特色妆教学进行带货。；护肤知识直播，通过护肤小常识、护肤产品避雷等，测逐避雷直播。美妆黑红榜在用户眼里具有较高的信任值。种草

SWOT
属性特征
毛利率；动销率
下次目标或不足
主题；尺寸
D
C
8. (1) 属性完善：每款产品的属性都不一样，且都有明确的属性，如材质、款式、风格、受众的年龄段等。这些属性填写得越精准详细，越有利于系统精准判断商品的
9. 一方面可以增加店铺的流量，提高转化率；另一方面，可以通过关联销售来提高店铺
A. 资源运营。早期淘品牌、店铺便是通过平台上的各类资源进行运营，从而打造爆款。
脚本策划
5； 2
数据运营
心理辅导
a. 主播团队 (1) 主播：进行正常直播、熟悉产品信息、介绍展示产品、粉丝互动、活
生活消费类直播
控场人员；明星或专家
买手认证
粉丝达到要求
调查；体验
专业
用于服装链接上架的照片拍摄，要尽可能展现服装的细节。直播间；将直播设备调试如
直播+短视频
物美价廉；时效性
群体把控
打赏主播；主播PK
如何引流
地域+水果名称
低客单价
BC
精准IP化
ABCD

18. (1) 场控：执行运营策划方案，负责调试设备、后台操作（直播推送、服装链接的上加、改价等）、数据检测（在线人数、商品点击率）、活动通知

略（言之有理即可）
(1) 覆盖面
淘宝直播产品覆盖面和市场都较广。一般生活类产品淘宝直播平台都有涉及。如生鲜

行销平台
营销策划
毛利率；动销率
下次目标或不足
主题；尺寸
D
SEO专员；主要负责产品、网站、平台流量的提升、媒介公关与广告投放的监测与执行
8. (1) 属性完善：每款产品的属性都不一样，且都有明确的属性，如材质、款式、风格、受众的年龄段等。这些属性填写得越精准详细，越有利于系统精准判断商品的
一方面可以增加店铺的流量，提高转化率；另一方面，可以通过关联销售来提高店铺的
① 精确定位产品及消费者目标群体
与传统的线下营销模式一样。在实施商品营销前需要充分分析商品的性质及商品的归
场景；创意
控场人员；明星或专家
营造直播氛围
应季；常用
调查；体验
专业
社交属性
直播+短视频
物美价廉；时效性
群体把控
A
产品闭环
地域+水果名称
微信；新闻媒体
巨量引擎
①直接在电商平台上开发直播功能。②将商品链接挂靠在专门的直播平台上。③以直播
ABCD
网络直播营销与全网智能营销既有区别又有联系，区别在于二者是部分与整体的关系，
网络直播营销之所以能掀起一轮新兴的营销狂潮，是因为有其独特的优势所在。网络直
①网络直播营销具有即时性。网络直播营销是一个即时事件，是一个“即播—即售—即
风格匹配；试播测试
黏性
敢于表现自己
主播直播定位设计策划
(1) 抖音:定位是娱乐直播，日活量3-4亿不允许留微信和联系方式。这类型的平台看
语言输出；心理、情感上
多方面
敢于表现自己
主播直播定位设计策划
(1) 抖音:定位是娱乐直播，日活量3-4亿不允许留微信和联系方式。这类型的平台看

商品
直播类型
新增粉丝数；流失粉丝数
代入感
氛围与情感
主播未来的发展方向
①直播主题要新颖，吸引眼球②直播中穿插福利诱惑③故事、话题等能激起共鸣，充沛
①话题互动类②问答互动类③情绪宣泄及情感倾诉类④脱口秀类⑤纯讲故事类
主要有氛围营销、直播间场景布置营销、直播内容植入营销、“脱口秀+直播带货”强
① 直播主题要新颖，吸引眼球② 直播中穿插福利诱惑③ 故事、话题等能激起共鸣
才艺展示
多方面
古风小说
主播直播定位设计策划
控制麦克风的人
商品
直播类型
声乐表演
代入感
氛围与情感
主播未来的发展方向
①直播主题要新颖，吸引眼球②直播中穿插福利诱惑③故事、话题等能激起共鸣，充沛
①话题互动类②问答互动类③情绪宣泄及情感倾诉类④脱口秀类⑤纯讲故事类
14. 1. 高配置电脑：一般要I5以上的处理器才能保证直播过程的顺畅。2. 外置声卡：主
略，言之有理即可
便捷性；空间性
多方面
直观性
主播直播定位设计策划
控制麦克风的人
商品
直播类型
直播内容
代入感
氛围与情感
潜在用户
①直播主题要新颖，吸引眼球②直播中穿插福利诱惑③故事、话题等能激起共鸣，充沛
①话题互动类②问答互动类③情绪宣泄及情感倾诉类④脱口秀类⑤纯讲故事类
1. 情感互动性强2. 趣味性3. 实用性4. 需求性5. 将兴趣爱好变成课堂
15. ①知识类直播，以专业课程、技能等传统知识输出项直播为主，包括大中小学课程

曝光度；知名度
借势
直观性
主播直播定位设计策划
连接与互动
商品
直播类型
直播内容
代入感
氛围与情感
自媒体
①直播主题要新颖，吸引眼球②直播中穿插福利诱惑③故事、话题等能激起共鸣，充
①话题互动类②问答互动类③情绪宣泄及情感倾诉类④脱口秀类⑤纯讲故事类
场景式营销相较于传统的营销模式具有自身独特的优点。首先，场景式营销更具多样性
(1) 跨界 (2) 签约公司，依托资源实现转型升级 (3) 塑造正能量的人物形象 (4) 打
①在直播间张贴产品的海报。②将商品广告融入直播到直播内容中。③可以将产品体
购买“入场券”
超强的实力
(1) 直播带货模式 (2) 打赏模式 (3) 承接商业广告 (4) 企业宣传 (5) 内容与服务
(1) 根据自身特色，打造特定“人设” (2) 入驻多个直播平台，增加活跃度 (3) 利

题目解析

本题考查常见的主播及直播类型、直播平台介绍知识，意在考察学生解读“带货主播”的能力，即

本题考查常见的主播及直播类型、直播平台介绍知识，意在考察学生解读“娱乐性主播”的能力，且

本题考查常见的主播及直播类型、直播平台介绍知识，意在考察学生概括常见的几种购物直播平台，

本题考查常见的主播及直播类型、直播平台介绍知识，意在考察了解学生购物类直播的能力，即购

本题考查常见的主播及直播类型、直播平台介绍知识，意在考察学生解读“娱乐类主播”的能力，且

本题考查常见的直播营销

的发展趋势知识 旨在考

本题考查主播的具体分类知识，意在考察学生总结 4 类娱乐性直播的关键点。游戏主播；美食主播；

本题考查购物类直播平台知识，意在考察学生对于快手和淘宝模式上差异性，从内容认知上寻找突

本题考查购物类直播平台知识，意在考察对于专业领域类直播平台的盈利方式的转化，从专业领域

本题考查直播IP定位知识，意在考察学生对于娱乐主播和带货主播内容IP上差异性，从内容认知上

本题考查产品选品策略知识，意在考察学生解读选品原则根据的能力，即选品的首要原则是根据用

本题考查直播一种营销方式知识，意在考察学生分析消费者购买动向的能力，即一般而言，单选题

本题考查产品选品策略知识，意在考察学生理解的能力。

本题考查直播基础硬件设施知识，意在考察学生游戏、卖货等直播人员，建议“双手机”或“手机+

本题考查提升硬件性设施知识，意在考察对红外摄像头的了解，具有自动补光、提高光泽度或遮掩

本题考查提升硬件性设施知识，意在考察对电容麦的了解，电容麦除了适宜室内，声音收集好等优

本题考查网络直播平台搭建知识，意在考察对直播平台个人定位方向的单选题，在单选题平台和个

本题考察的是学生对抖音电脑直播的熟悉程度，抖音电脑直播粉丝数机制（平台要求粉丝数

本题考察的是学生淘玉且

播平台【分析提示】的熟

本题考查通用型主播知识，意在考察对于通用型主播，建议宽带网络设置。通用型主播，单人单选

本题考察的是学生对动圈麦的熟悉程度。其他三个均是麦克风但不是动圈麦。

本题考察的是学生对顶灯作用的熟悉程度。其作用是对称排列打亮主体场景、消除阴影；为主体提

本题考察学生对淘宝直播平台商铺入驻条件的理解程度。了解淘宝直播平台规范性文件内容细节

本题考察学生对树立自身IP形象的理解程度

本题考察学生对直播间的基础硬件设施的理解程度

本题考察学生对专业辅助灯光套装及其作用的理解程度。

本题考察的是学生对制定网络直播营销推广方案4种基本策略的理解。分别为产品、价格、渠道、1

本题考察的是学生对营销推广的理解。营销推广从根本而言是为了增加粉丝群体

本题考察的是学生对打造真正个人IP品牌的理解。“自媒体营销+意义”可打造真正个人IP品牌

本题考察的是学生对营销方案制订的理解。在进行营销方案制订之前，应该明确自身营销目的

本题考察的是学生对营销推广手段的理解。卖货主播以限时、限量、限地为手段。

本题考察的是学生对通用主播常用营销的理解。通用主播常用营销有：加粉工具、投其所好、良好3

本题考察的是学生对SWOT分析的理解。通过内部因素和外部因素表格所提醒的内容可以推断出不断3
本题考察的是学生对合适的推广渠道中间接宣传手段的理解。

本题考察的是学生对直播营销推广方案要点的理解。

本题考察的是学生对制定直播活动的执行模型、脚本的理解。一场直播脚本里包括通用脚本和单品1

本题考察的是学生对制定直播活动的执行模型、脚本的理解。

本题考察的是学生对通用直播脚本的理解。制定直播主题即奠定直播基调，整场直播围绕这个主题

本题考察的是学生对直播时间的理解。

本题考察的是学生对通用直播脚本重点的理解。

本题考察的是学生对直播重要的环节板块的理解。直播重要的环节板块主要包括开场、产品介绍、

本题考察的是新人主播直播的理解。建议新人主播搞笑型和物质型开场白有效留住观众群体，增加3

本题考察的是学生对了解用户的从众心理的理解。

本题考察的是学生对直播活动的重要环节把控的理解。重要环节可以用3分钟概况，开场1分钟[吸3

本题考察的是学生对产品带货的理解。做产品带货一定要对比，不是在直播间以说其他品牌差来进行

本题考察的是学生对总结开场环节的理解。对搞笑型；物质性：红包开场、借助外界物质开场；简1

本题考察的是学生对总结开场环节的理解。对搞笑型；物质性：红包开场、借助外界物质开场；简1

本题考察的是学生对直播活动的重要环节把控的理解。长时间的直播易使人疲惫，不能在观众较为3

本题考察的是学生对产品场景描述的理解。

本题考察的是学生对情景分析的理解。

本题考察的是学生对互联网平台做直播卖货与传统电视购物频道卖货的理解。在互联网平台做直播3

本题考察的是学生对直播电商数据的理解。

本题考察的是学生对分析评估异常数据的理解。

本题考察的是学生对直播电商数据的理解。大多数直播数据突然异常都与某特殊事件有关。

本题考察的是学生对直播效果数据分类和挖掘的理解。在直播中，主播的行为分析主要集中在主播1

本题考察的是学生对直播效果数据的理解。直播效果数据分为量基础数据和流量来源数据。量基础3

本题考察的是学生对直播效果的分类数据分析的理解。商品展示次数、商品点击次数、橱窗展示次3

本题考察的是学生对直播效果的分类数据分析的理解。

本题考察的是学生对直播效果的分类数据分析的理解。

本题考察的是学生对直播效果的分类数据分析的理解。总结7个直播销量分析的关键指标

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。竞争分析是学习提升的有效过程，可采用3

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。在制定解决方案后，最重要的是对本次直1

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。面对发生过的直播问题或常见直播事故，3

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。个人优劣势分析主要包含两种形式，一是3

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。根据直播前设定的预期目标，若结果略差

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。分析同IP类型竞争对手，从粉丝反馈方面、

本题考察的是学生对网络直播营销的复盘与提升的理解。简述反馈信息的类别

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。辅助人员包括控场人员、技术 人员、平

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。农产品直播场地主要分为室内或室外，生

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。以室内直播为主，室外为辅的形式时间则

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。无论是个人主播还是达人主播在单选题卖

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。预热主要包括预热内容和预热宣传。

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。包装售后是农产品直播后顾客好评、回流

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。

本题考察的是学生对农产品直播营销的理解。农产品直播核心公式：真实（原产地、实物等）+新鲜

本题考察的是学生对农产品直播的理解。农产品直播可分为 直接销售型，间接体验型等。

本题考察的是学生对农产品直播的理解生鲜农产品季节性强，合理利用单选题组合农产品售卖。。

本题考察的是学生对农产品直播的理解。直播前一定要进行1~2遍简要彩排]，覆盖核心要点，特别

本题考察的是学生对农产品直播的理解。三农产品[质量保障是核心要点，但产品单选题、保存时限

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。单选题产品时最好为品牌化农产品，若不

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。目前直播宣传渠道主要包括微博、微信、]

本题考察的是学生对养号与引流的理解。

本题考察的是学生对个人形象准备的理解。通过可穿特色标识性服装，个人IP方向服装分类分析考

本题考察的是学生对养号与引流的理解。

本题考察的是学生对抖音平台短视频推荐的理解。

本题考察的是学生对抖音的卖货渠道的理解。

本题考察的是学生对准备工作（“九”项准备）的理解。

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。日常生活用品直播核心公式：价格（第一动

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。多人直播，一般为2人，主播+ 控场人员或主

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。日常生活用品直播时间以直播黄金时间为主，

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。直播人员在单选题日常生活用品类直播商品

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。

本题考察的是学生对日常生活用品的网络直播的理解。日常生活用品品类繁多，主播们在了解产品

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。直播+短视频是抖音等短视频直播平台特色优势，

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。物美价廉和亲身体验是生活常用品的制胜秘诀，

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。生活家具类直播的破冰可能重点在于群体把控、]

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。本题考察的是学生对应用文概念和常见应用文种

本题考察的是学生对日常生活用品的直播的理解。

本题考察的是学生对剃须刀直播话术的理解。

本题考察的是学生对漱口水直播话术的理解。

本题考察的是学生对产品讲解的理解。简述日常生活用品直播产品展示注意事项从产品讲解的角度。

本题考察的是搭建服饰类淘宝直播间的注意事项的理解。

本题考察的是搭建服饰类淘宝直播间的注意事项的理解。

本题考察的是学生对服装类直播人员及分工的理解。

本题考察的是学生对服装类直播人员及分工的理解。

本题考察的是学生对服装服饰品直播误区与技巧的理解。

本题考察的是学生对化妆品的网络直播的理解。化妆品直播特定人群基本固定，针对品牌效应十分强。

本题考察的是学生对化妆品直播核心技巧的理解。良好的沟通能力和应变能力是获取直播用户好感的关键。

本题考察的是学生化妆品的直播的理解。预热主要包括预热内容和预热宣传。

本题考察的是学生对化妆品直播核心技巧的理解。专业知识洗面奶切记过度清洁，导致角质层变薄。

本题考察的是学生对化妆品直播核心技巧的理解。专业知识面霜保湿效果比乳液长一些，冬天面霜比乳液更适用。

本题考察的是学生对化妆品直播常用知识的理解。直播产品选择方向

本题考察的是学生对应用文概念和特征的理解。思维的逻辑性和格式的稳定性是把握应用文相对于

本题考察的是学生对化妆品直播核心技巧的理解。液和营养霜能够同时用，并且乳液能够补充皮肤

本题考察的是学生对化妆品直播核心技巧的理解。从日常护肤和夜间护肤延展话题。

本题考察的是学生对化妆品直播类型的理解。

SWOT分析方法从某种意义上来说隶属于企业内部分析方法，即根据企业自身的条件在既定内进行分

本题考察的是设置淘宝商品主推款的原则，首先确定主推商品，根据宝贝的属性特征来添加相关词。

本题考察的是淘宝主推款营销技巧，商家要想在大促前后有利润收入，不仅要锁定主推款，而且在

本题考察的是对直播复盘总结知识点的考察，直播结束后进行直播复盘，对刚结束的直播优劣得失

本题考察的是对商品组货的三阶段设置关联宝贝，

本题考察的是对店铺上新频率知识点，鞋服箱包、童装童鞋等，客户会经常购买的类目每周1-2次；

本题考察的是对店铺上新频率知识点，上架的时间段要有所选择，在每天早上11点到晚上11点时间

本题考察的是如何店铺销量，影响店铺销售的主要有三个原因：一个是产品本身的优劣势和产品图

本题考察的是商品组货三阶段关联注意事项，店铺设置关联宝贝一方面可以增加店铺的流量，提高

本题考察的是商品组货的三阶段，组货机制灵活，款式更新快，可选款式丰富，那么我们组货到底

本题考察的是团队直播人员分工，执行策划负责各直播项目内容整体策划，直播执行。

本题考察的是团队直播里面人员的分配，直播团队里面一般分为：主播、副播、助理、选品、直播、

本题考察的是数据运营的工作内容，数据分析是一份严谨的工作，数据分析师不仅要有较好的逻辑

本题考察的是直播团队里面直播主管的工作内容，岗位职责：1、全面规划直播的内容和优化直播的

本题考察的是个人直播里面“自由型”的职责，自由主播：主播自由一点，想开播就开播，今天想

本题考察了淘宝直播的定位。

本题考察了多人直播的人员包括哪些，多人视频直播软件的优势在于它的性能更稳定、技术更强大、

本题考察了开通全球购要求，全球购入驻的条件有以下几条必须满足的：1、主营类目不得为虚拟服

本题考察了天猫直播开通的条件，天猫直播让用户得以集聚，能够提高用户的转化率。

本题考察了直播选品最基本的流程。

本题考察了做直播的基本要求。

本题考察了直播间功能区类型和作用，

本题考察了各平台直播的特点和注意事项。

本题考察了各平台直播的特点和注意事项。

本题考察了直播中个别类目如何提高销量生活家具类直播的破冰可能重点在于群体把控（精准粉丝

本题考察了淘宝直播的特点，通过引入秀场功能增加了直播间的趣味性和互动性，知道直播特点也

本题考察了直播时也应想办法来提高直播间人气，从而提高销量。

本题考察了如何更好的选品，不是一味的选择名牌，而应做自己的品牌或者有自己的特点。

本题考察了直播的核心是什么，产品有“用”价格够“裸”有人兜“底”只有这三个核心，才能形

本题考察了直播标题，直播标题应该以描述商品本身属性为目的，标题中个商品属性内容应客观属

本题考察了直播间如何更好的引流，直播间引流增加曝光率直播平台是一个很好的公众传播平台，能

本题考察了红包或者优惠券最佳发放时机，直播中最让人无法拒绝的是红包和优惠券。红包虽好，

本题考察了服装类直播的人员及分工，做直播不仅需要了解一两个行业直播的特点，大部分行业直

本题考察了学习任务的一个结合，根据所学直播知识分析现状。

本题考察了淘宝直播的特点是什么，只有了解一个平台直播的特点才能更好的发展。

这道题考察了营销的过程中平台的重要性。

这道题考察了营销中必不可少的各个环节，据品牌的推广需求，提供市场调研、对应产品的欲购人群

这道题考察了店铺设置主推产品的技巧，清楚目标客户群的需求、注重产品的动销率和毛利率、看

这道题考察了复盘报告重要性，我们需要清楚了解复盘的作用和重要性，这样才能足够重视这项工作

这道题考察了可以参考的筛选的词语，关联营销正是可以充分利用进店流量，来提高买家停留时长，

这道题考察了本题考察的是对店铺上新频率知识点，鞋服箱包、童装童鞋等，客户会经常购买的类

这道题考察了全网智能营销运营团队的组织结构及岗位职责，全网智能营销系统是一款可以帮助企

本题考察的是如何店铺销量，影响店铺销售的主要有三个原因：一个是产品本身的优劣势和产品图

本题考察的是商品组货三阶段关联注意事项，店铺设置关联宝贝一方面可以增加店铺的流量，提高

这道题考察了如何选择合适的平台，因此在选择营销平台时优先选择好平台，为商品的前期推广降

本题考察了网络直播营销的特点，直播营销具有更低的营销成本、更快捷的营销覆盖、更直接的营

本题考察了多人直播的人员包括哪些，多人视频直播软件的优势在于它的性能更稳定、技术更强大、

本题考察了网络直播营销的特点，直播营销具有更低的营销成本、更快捷的营销覆盖、更直接的营

本题考察了商品选择准备，在直播带货选品上，选择性价比高的商品，既吸引消费者的购买，又可以增

本题考察了直播选品最基本的流程。

本题考察了如何打造“电商+直播”模式做直播的基本要求。

本题考察了如何打造“电商+直播”模式里面放大红人社交属性，也就是说一个红人，一种社群可以

本题考察了各平台直播的特点和注意事项。

本题考察了各平台直播的特点和注意事项。

本题考察了直播中个别类目如何提高销量生活家具类直播的破冰可能重点在于群体把控（精准粉丝）
催单对于淘宝店铺转化率的提升有着重要意义，要掌握淘宝催单技巧，销量会更高。

产品闭环是每个产品经理的终极目标，当形成高质量产品闭环的那一刻，我们的用户体验使命便算

本题考察了如何更好的选品，不是一味的选择名牌，而应做自己的品牌或者有自己的特点。

本题考察了直播宣传频道有哪些。

本题考查了巨量引擎+直播营销，实现有效推广，巨量引擎是字节跳动旗下综合的数字化营销服务平
“直播+电商”的主要模式，电商直播模式主要是在电商平台中，直接镶嵌直播功能，这种模式的特

本题考察了红包或者优惠券最佳发放时机，直播中最让人无法拒绝的是红包和优惠券。红包虽好，

本题考察了对网络直播营销与全网智能营销知识点的考察，网络直播营销与全网智能营销既有区别

直播营销是一种营销形式上的重要创新，也是非常能体现出互联网视频特色的板块。对于广告主而

直播营销就是基于网络直播的优点发展起来的一种新型的网络营销模式，每种营销模式都有利与弊，

本题考察了主播的成长过程，每一个定位的主播都是需要做提前量的工作，不断去深化自己能力。

本题考察了主播如何选择自己的定位，越独特的风格越能够给新观众留下深刻的印象，脱颖而出。

本题考察了主播如何选择自己的形象，主播形象提升细节 前言 主播如果能运用好衣服的色彩搭配，

本题说明了直播定位的重要性。

本题考察了对各直播平台的了解，以此来选择更适合自己的平台。

本题查考的是对语言类娱乐型直播对粉丝的吸引点。

本题考察了对脱口秀演员要求的知识点。

本题考察了舞蹈主播最吸引粉丝的原因，主播要非常熟练主流的舞蹈、歌曲，而且要注入自己的灵

本题说明了直播定位的重要性。

本题考察了对各直播平台的了解，以此来选择更适合自己的平台。

本题考察的是对语言类娱乐型直播营销和单纯的直播营销所销售的产品，有产品才能有营销，因此
本题考察的是对语言类娱乐型直播流程的一个了解程度，在开始直播前肯定肯定要根据自身优势确
本题考察了直播过后一定要做复盘，这样才能查漏补缺。

本题考察了主播的必备要素，粉丝热爱直播主播，由于爱屋及乌的原理，粉丝同样爱关于主播周围
本题考察的是对各类型主播所营销的产品的知识点。

本题考察了根据主播风格确定直播类型的知识点，确定直播类型是进行直播众多流程的第一步。

本题考察的是语言类娱乐型直播吸引粉丝技巧的知识点，主播要有自己独特的气质和魅力，要找到

本题考察的是对语言娱乐型直播的分类，每一个新的起飞点经过时间的消磨，玩法规律化后形成了
明星TCL直播与脱口秀内容的深度结合，可以说是“脱口秀营销”在电商领域的一次全新、大胆的探
本题考察了语言类直播注意事项的知识点。

本题考察才艺展示的概念。

本题考察了对脱口秀演员要求的知识点。

本题考察对COS Play的定义，cos play在很多主播上也能看到，因为他们需要借助cos来提升直播的
本题说明了直播定位的重要性。

本题考察的是MC定义，mc在网络上有喊麦的意思，直播红人常用mc作为前缀来起艺名，表明自己的

本题考察的是对语言类娱乐型直播营销和单纯的直播营销所销售的产品，有产品才能有营销，因此

本题考察的是对语言类娱乐型直播流程的一个了解程度，在开始直播前肯定肯定要根据自身优势确
本题考察了声乐表演的定义知识点。

本题考察了主播的必备要素，粉丝热爱直播主播，由于爱屋及乌的原理，粉丝同样爱关于主播周围
本题考察的是对各类型主播所营销的产品的知识点。

本题考察了根据主播风格确定直播类型的知识点，确定直播类型是进行直播众多流程的第一步。

本题考察的是语言类娱乐型直播吸引粉丝技巧的知识点，主播要有自己独特的气质和魅力，要找到

本题考察的是对语言娱乐型直播的分类，每一个新的起飞点经过时间的消磨，玩法规律化后形成了
本题考察才艺类直播必需品的知识点，在直播前必须准备好所需物品，避免中途出现问题，导致掉

本题考察了作为主播的基本素养，结合前面所学知识，将直播准备充分。

本题考察了教育类直播的兴起，由于国家政策和当下情况教育类直播是人们必须的。

本题考察了对脱口秀演员要求的知识点。

本题考察了对直播前的准备-直播名称的确定，因为观看教育类直播人员是有目的性的，所以直播名
本题说明了直播定位的重要性。

本题考察的是MC定义，mc在网络上有喊麦的意思，直播红人常用mc作为前缀来起艺名，表明自己的

本题考察的是对语言类娱乐型直播营销和单纯的直播营销所销售的产品，有产品才能有营销，因此

本题考察的是对语言类娱乐型直播流程的一个了解程度，在开始直播前肯定肯定要根据自身优势确
本题考察直播复盘的重要性，每场直播后都要根据各项数据查漏补缺，为下次更好的直播做准备。

本题考察了主播的必备要素，粉丝热爱直播主播，由于爱屋及乌的原理，粉丝同样爱关于主播周围
本题考察的是对各类型主播所营销的产品的知识点。

本题考察的是教育类直播什么类型更为受欢迎，做直播必须要确定好自己直播类型，是否符合当下

本题考察的是语言类娱乐型直播吸引粉丝技巧的知识点，主播要有自己独特的气质和魅力，要找到

本题考察的是对语言娱乐型直播的分类，每一个新的起飞点经过时间的消磨，玩法规律化后形成了
线上教育直播的教学方式提供了大量丰富的教学资源、覆盖和整合了各地的优质教学资源，让教师

在线教育直播系统开发有着其独特的功能。相比传统的教学方式，在线教育直播系统拥有独厚的优

现在官方基本上放开权限了，只要认证都可以开直播。而是要结合自身优势，选择适合自己风格或对于发生的热点事件一定要进行总结，要发表自己的简短的观点，可能这个观点会引起众多读者的。本题考察了对直播前的准备-直播名称的确定，因为观看教育类直播人员是有目的性的，所以直播名称说明了直播定位的重要性。

这个时代，一切的营销将基于场景，将更简单，但具有无限可能，最重要的是，营销将回归创意。

本题考察的是对语言类娱乐型直播营销和单纯的直播营销所销售的产品，有产品才能有营销，因此

本题考察的是对语言类娱乐型直播流程的一个了解程度，在开始直播前肯定肯定要根据自身优势确

本题考察直播复盘的重要性，每场直播后都要根据各项数据查漏补缺，为下次更好的直播做准备。

本题考察了主播的必备要素，粉丝热爱直播主播，由于爱屋及乌的原理，粉丝同样爱关于主播周围

本题考察的是对各类型主播所营销的产品的知识点。

基于人们如今对于自媒体的依赖性，学会利用自媒体做宣传，也成为众多商家不可忽视的一种营销

本题考察的是语言类娱乐型直播吸引粉丝技巧的知识点，主播要有自己独特的气质和魅力，要找到

本题考察的是对语言娱乐型直播的分类，每一个新的起飞点经过时间的消磨，玩法规律化后形成了

场景式营销追求的是“在对的时间、对的地点、对的场景下推介对的产品或服务信息”以触发消费

对于传统媒体来说，每一次新技术的降临，在人力、物资以及整个传媒产业上，都会从“原有”的

本题考察的是宣传手段。

本题考察教育类直播有一定目的性，如何获得收入。

主播要根据自身的优势实力转型，如果没有十足的把握不可轻易转型。

直播初期，直播平台的内容及变现的方式都比较单一，主要依靠用户打赏。而在成长期，直播内容

各大平台积极推进直播与其他类型相结合，也使更多内容形态出现，吸引更广泛的用户群体。

“带货主播”主要是指在直播平台上专门进行产品销售的直播人员。

即娱乐型型主播主要是指通过直播平台向网友持续性输出具有趣味性、娱乐性的直播内容的直播。目前“电商+直播”的模式是购物直播的主要模式，常见的几种购物直播平台有淘宝；快手；物类直播主要通过各类网络达人在“电商+直播”平台上和粉丝进行互动社交，达到出售商品的目的。即通过娱乐类直播平台，可以实现“全民互动”。在娱乐类直播中又可细分为游戏直播和才艺

户外主播;才艺表演型主播

破口。快手与淘宝的区别在于，以短视频为主打的业务的平台衍生出了直播带货的功能及视频类直播平台概述中可得到盈利方式是通过知识付费。专业领域类直播平台的专业门槛较高，因寻找突破口。这是娱乐主播和带货主播的区分点，内容IP往往与产品相结合，是带货领域的指

户的需求选品

在直播间购买的产品的消费者一般是看重的直播间两点，一是方便，二是性价比高

+电脑”的组合进行直播的了解。

痘痘等功能，如YY等部分主播便使用红外摄像头，价格在400左右。

点，唯一的缺点就是电池续航问题，需要定期更换电池。

人定位后，需要进行平台搭建。平台搭建分为个人搭建和借助公司技术搭建，>1000可一键开播)

题30Mbps以上的宽带网络

供均匀柔光效果；与遮光板配合，分散光线；合理分布光线

促销手段

互动、送红包、抽奖、个人金句、唱歌聊天、粉丝群、新闻媒体、比赛、主播互动、线下活动

精进和提升素质为首要方法

脚本产品脚本两种

进行，切记丢了西瓜捡芝麻、顾左言右等现象。

互动、结尾。

关注度。

引]人，带货1分钟留住人，最后1分钟黏住人。

行对比，而是通过成分、质量、品牌等方式拉高自身产品的可卖性

单特色型开场白有所了解

单特色型开场白有所了解

疲惫的时间进行收尾预告，效果不佳。也不能在最后剩余粉丝数量不多的情况下结束，这样所

卖货与传统电视购物频道卖货的最大区别在于直播数据的可控化与可视化。

的直播次数、直播时长、流行度排名与预测几个方面

数据：这类数据主要包括观众总数、新增粉丝数、评论人数和付费人数以及收获的音浪等。从

数以及订单量；直播时长；直播次数、直播时长、观看次数、用户观看市场；观众总数、新增

SWOT法分析。

播数据规律的总结和提升。主要包括 主播能力、直播话术、直播间环境、互动、商品等各方[
准备应对方案，避免直播事故。

通过 直播回放的形式，由主播与团队共同复盘探讨；二是通过粉丝、专业人员 [提出意见，]

于目标，原因在于说明方案或直播中有某方面存在一定不足，需要加重补足

、市场反馈、品牌反馈入手

台对接人员、后台人员等。

鲜农产品的场地以室外为主。

尽量单选题在17:00-24:00时间段，是直播的黄金时间，此形式一般直播1h后连线户外直播
货农产品时，要进行综合考虑，包括 [产品品牌度、优势性、性价比、运输条件 等因素。

的关键。

（当场采摘、展示、试吃等）+体验（劳作过程，如抓鸡、制作等）+特色（地域、水源等）。

是新手主播。

!、物流运输等薄弱问题不可忽视。

是著名品牌的产品，可采用“地域+水果名称”的形式。

直播平台、短视频平台（抖音、快手）、新闻媒体等自媒体平台。

患。

力，相比线下销售值）+品牌（一定知名程度）+专业（细节讲解，信任感）+体验（线上主
:播+明星或专家的形式。

、18:00-24:00时间段。周六周日可提前至12:00，根据主播直播间群体主要空闲时间进行。
时，应季、常用、价格低廉、新奇的产品是关键。

品牌时，要更注重深入了解、熟知品牌细节，专业是信任的根本。

在生活日用品直播中可经常利用。

家具电器则更多在展示、品牌和时效性上。

直播方式和体验。

的熟悉程度。以上两种都体现了直播标题的价格福利。

入手

强，如何撩动女人/女孩的心是化妆品直播成功的关键之处。
的有效技巧。

形成敏感肌。
持久保湿。。

其他文种的重要特征

水分，营养霜则能够锁住皮肤水分。

析。

，可以以中心精准词和部分泛词作为主要的引流途径。

选款时也要计算一下产品的毛利率和动销率。

进行梳理，至此一场直播活动才真正的结束。

食品、护肤、日用百货等,单品复购率高的类目每月1-2次；标品类目根据市场、生产研发能力范围内，同时还要结合季节性变化开展促销活动。

片的效果，一个是引流方式的推广，最后一个是店铺定位。

转化的可能性，另一方面，又可以通过关联销售，来提高店铺的客单价。

什么顺序能更好的提高销量。

、招商、直播运营、中控运营、内容运营、编导、拍摄等。

分析能力、熟练的业务能力，还要有敏锐的行业洞察力，这样才能做到用数据驱动商业化决策1)质量、走专业精品直播路线；2、对每天的直播数据进行整理及分析，及时发现问题并解决播几个小时几分钟，这个月想播几天都可以。收入无保证，进步不稳定，提升能力不稳定，甚

、功能板块的开发更具实用性。

业务类目，且不得为以下受限制的实物类目；2、卖家入驻要求开店满90天，买手入驻无限制开

的积累)、直播方式和体验。增强线上体验感可能是直播需要加强的重点。

方便后期自己选择直播平台打下基础。

或稳赚不赔的正向循环。什么流量，什么口碑，什么人设，什么信任，都只是产物罢了，而不实，且与实际商品和商品详情页相关联。

够带来很多的曝光机会。不论是企业还是个人都能够通过直播来增加自己的知名度,有曝光就但选择时机很重要，如开场吸粉、尬场缓解、互动固粉、卖货助力、结束预告等更有效的红包播特点都应有所了解。

群行为数据洞察等增值服务，帮助其制定包括前期信息释放、中期销售收割、后续营销思路等好市场的消费趋势。

内容。强化目标:可以加快后期工作的进度,以及方便对工作进行量化。

提高商品曝光率、浏览量、成交率、客单价的常用营销策略。

目每周1-2次;食品、护肤、日用百货等,单品复购率高的类目每月1-2次;标品类目根据市场、业,工厂,门店线上快速拓客的互联网营销系统,它可以帮助企业,工厂节约人工成本,提高开发片的效果,一个是引流方式的推广,最后一个是店铺定位。

转化的可能性,另一方面,又可以通过关联销售,来提高店铺的客单价。

低难度。

销效果、更有效的营销

、功能板块的开发更具实用性。

销效果、更有效的营销

增加消费者对直播间的信任。

扩大商品的社交属性,增强其品牌人格化。

的积累)、直播方式和体验。增强线上体验感可能是直播需要加强的重点。

达成了,需要进一步修炼商业化功力了。

平台,致力于让不分体量、地域的企业及个体,都能通过数字化技术激发创造、驱动生意,实现点主要是,利用电商平台的流量带动直播流量,等直播平台拥有充足的固定流量之后,再利用但选择时机很重要,如开场吸粉、尬场缓解、互动固粉、卖货助力、结束预告等更有效的红包又有联系。

言,直播营销有着极大的优势。

在选择前充分地了解它的特点与运作模式,明确利弊,从而让它最大化地为产品推广做出贡献但是想要烘托出好的气氛,还是需要靠粉丝的互动,没有互动就没有礼物这是一个铁律。

不但可以修正,掩饰身材的不足,而且能强调突出网络主播的优点。

魂,这样你的才艺就非常有个性,观众觉得与众不同,那么自然就会关注你,如果观众开心,

任何直播营销都少不了企业的相关产品。

定一个问题—做一个什么类型的主播？

的东西。

适合自己的直播风格，同时主播还要具备一定的语言组织能力和对现场的把控度。

自己独特的一个派别，而这些派别也都有着自己的代表性人物，每个流派代表着一种直播系统探索，不仅用脱口秀的元素打进了品牌与用户的距离，更能让他们更直观地干活都到产品的优势。

人气，腐团儿，冯提莫等主播也经常会在直播间上演cos秀。

喊麦歌手身份。

任何直播营销都少不了企业的相关产品。

定一个问题—做一个什么类型的主播？

的东西。

适合自己的直播风格，同时主播还要具备一定的语言组织能力和对现场的把控度。

自己独特的一个派别，而这些派别也都有着自己的代表性人物，每个流派代表着一种直播系统。

名称必须明确。

喊麦歌手身份。

任何直播营销都少不了企业的相关产品。

定一个问题—做一个什么类型的主播？

的东西。

人们所需。

适合自己的直播风格，同时主播还要具备一定的语言组织能力和对现场的把控度。

自己独特的一个派别，而这些派别也都有着自己的代表性人物，每个流派代表着一种直播系统和学生在足不出户的情况下也能得到丰富的教学学习资源。

势，如便捷的学习时间、学习空间以及学习资源等。

者较容易匹配自己手头资源的平台才好，并记住选品决定转化，内容决定传播。关注，他们或许不同意你的观点，或许同意你的观点，从而造成两方面的争论，如果能够达到；称必须明确。

任何直播营销都少不了企业的相关产品。
定一个问题—做一个什么类型的主播？

的东西。

手段。

适合自己的直播风格，同时主播还要具备一定的语言组织能力和对现场的把控度。自己独特的一个派别，而这些派别也都有着自己的代表性人物，每个流派代表着一种直播系统者的购买欲望，进而完成消费行为。
基础上做出改变、继而革新。

逐渐变得多元化，变现方式也随之变多。

直播人员。

：抖音；京东

的目的。

直播。

1, 其采用的主要模式是拍一些短小有趣的视频吸引粉丝，当粉丝积累到一定数量在开始直播。因此对主播的要求很高，也更加关注主播的解说技巧和内容。这类平台主要通过知识付费的方式引导者，从而让粉丝购买。如做服装要成为穿搭领域的专家，科技产品要成为科技达人。

1、电视节目等。

可能吸引的观众也逐渐变少。最佳的时间是在最后一波互动结束后，趁观众热情还未消减时进行

、这些数据可以看出新增粉丝的转化能力与评论互动率。；流量来源数据；直播电商数据；直播
粉丝数、评论人数和付费人数数据能够直观反映直播观看效果

面。

再进行片段观看。

司。

,

播体验)+展示(通过实景、试验等)。

,

力上新大流量店铺-加大上新频率。

1。

2；对直播的业绩实现全面的审视每月出具数据报告3、维系、招募、管理中、大、顶部主播，
4至收入不稳定，无人无团队给自己包装、培训等,没有热门、推荐位。

5店时间； 3、卖家入驻要求等级一钻以上，买手入驻无等级要求；4、动态要满足 5、买手动

6是“原材料”。

7能够吸引到更多的粉丝。

8攻势。

一系列规划，通过不断的内容创新、资源整合、统筹协作，为品牌提供更专业、更落地的服务。

、生产研发能力上新大流量店铺-加大上新频率。
效率。

现商业的可持续增长。
用直播流量反哺电商。
以攻势。

贡献，这样才是最有效的营销策划。

打赏少不了。

的营销方式。
势。

的营销方式。

的营销方式。

]这样的效果，

]的营销方式。

卖货。

式盈利，通过引进专业领域内的领袖入住，为消费者提供专业的信息知识及技术服务。

行下一场活动的预告。

播观看数据

日常沟通，顶部直播资源甄选与建立；4、把控主播直播内容及质量，提出改进计划；提高主

状态要求偏低一些 6、90天内一般违规小于12分.....

务

：播的秀能力和互动能力从而增加商品销售和打赏金额。5、培训团队，提升团队能力