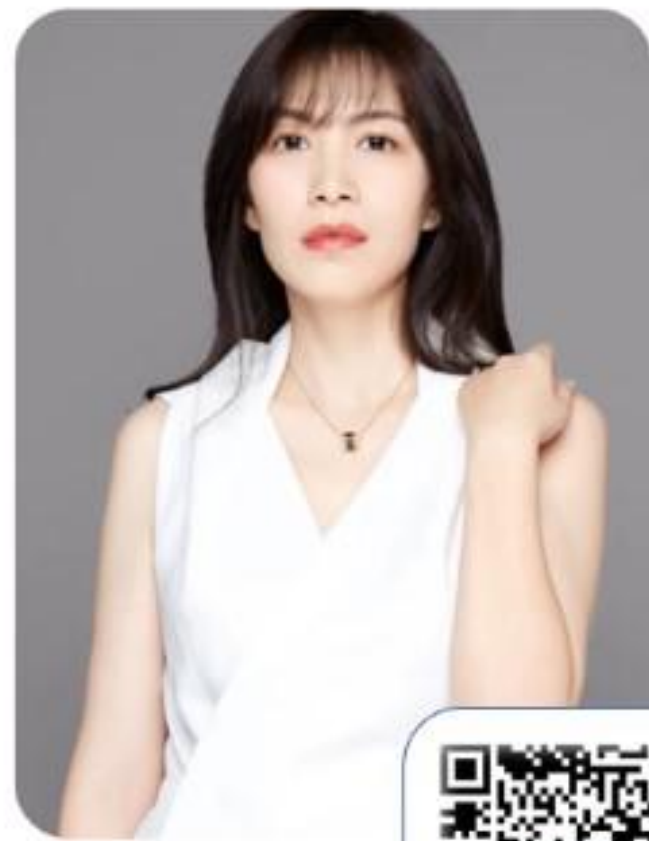




淘宝直播美妆类目高效打法

蚊子会MCN 负责人 吴蚊米

w w w . w e n z i h u i . c o m



Hello!

吴蚊米

蚊子会创始人、蚊子会直播机构负责人

迄今为止培养了一千多个淘宝主播，其中包括淘女郎demi、
fashion美美搭、小丫MOMO、蜗牛adie等超级主播。

淘宝直播是直播界的一股清流

从谈流量 到谈价格 再到谈内容



N
流量时代
坑位大于一切
曝光就是销量
(线下和线上比)



P
货品时代
性价比大于一切
促销特价才有销量
(线上和线上比)



C
内容时代
种草、安利、人设、故事
颜值、包装、趣味才有销量
(有趣和没趣比)

淘宝直播是广告营销

是从声量到销量的最短路径

直播间里每过2分钟

消费者就为一个陌生品牌下单

每一年都有“播品牌”诞生

直播营销是一个内容短链



金字塔效应明星



单人年消费破2千万

81个直播间年成交额破亿

单品最高销售65万件

单场成交金额破1.5亿

淘宝直播
2019-2021
5000亿目标

130名主播月收入破百万

平均年消费2400元

单日成交破8亿

单链接2400万成交额

美妆类目在淘宝直播的地位

高效打法=内容营销全案管理

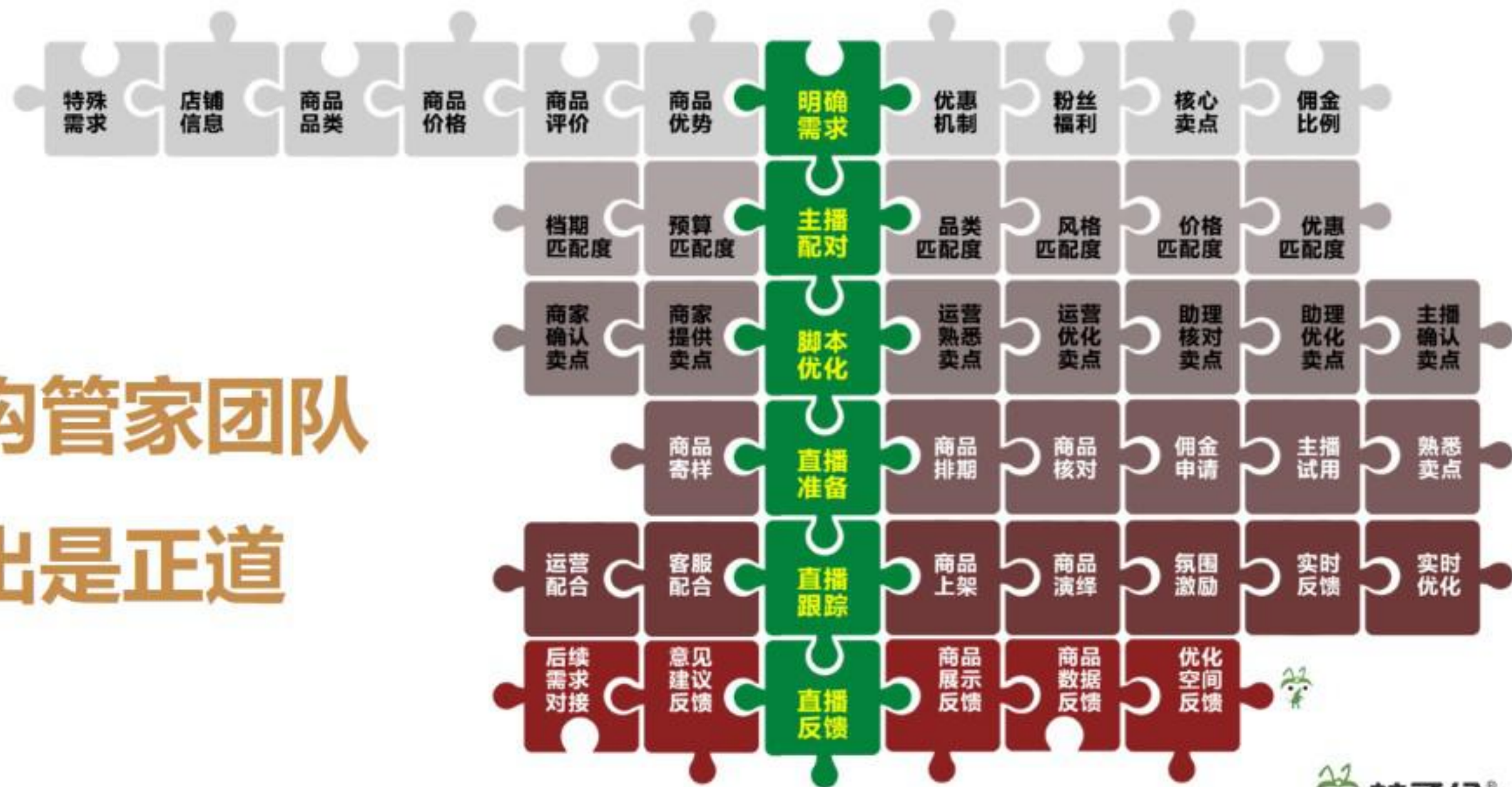
蚊子会内容营销业务简介

2016年初，蚊子会启动淘宝内容营销项目，专注淘宝达人培养、内容生产、创意全案，迄今为止培养达人超过1000个，培养指导店铺玩转内容营销超过500余家，自有签约达人超过60个（粉丝超过500万），旗下达人累计单月带动店铺流量超过1.5亿，带动销售超过百万笔。长期合作达人超过1000个，全年分发服务金额超过3亿元。

同时，万同集团旗下吴蚊米自媒体（粉丝超过200万，其中新浪微博67万+、千牛服务号100万+、微信30万+）作为新浪微博连续4年颁发的十大影响力自媒体，在内容的创造、策划、制作等方面拥有天然的优势。



专业化职业化的机构管家团队
长期可持续稳定产出是正道



小主播

场-货-人

涨粉第一需求
熟悉的场景
高性价比货品

活下去

腰部主播

货-人-场

成交第一需求
丰富的货品
成熟的运营
清晰的人设

涨起来

TOP主播

人-货-场

粉丝维护第一需求
玩转粉丝经济
线上全域影响力
红人

冲出去

店铺直播应该做什么

给自家店铺自播

给自家店铺找代播

联系明星+大主播讲新品

参加淘宝直播官方活动

客服+超级Sales

多渠道预告

联系大主播讲产品

联系腰部主播做日播和种草

联系专家+大主播讲主打产品

店铺做好直播的前提

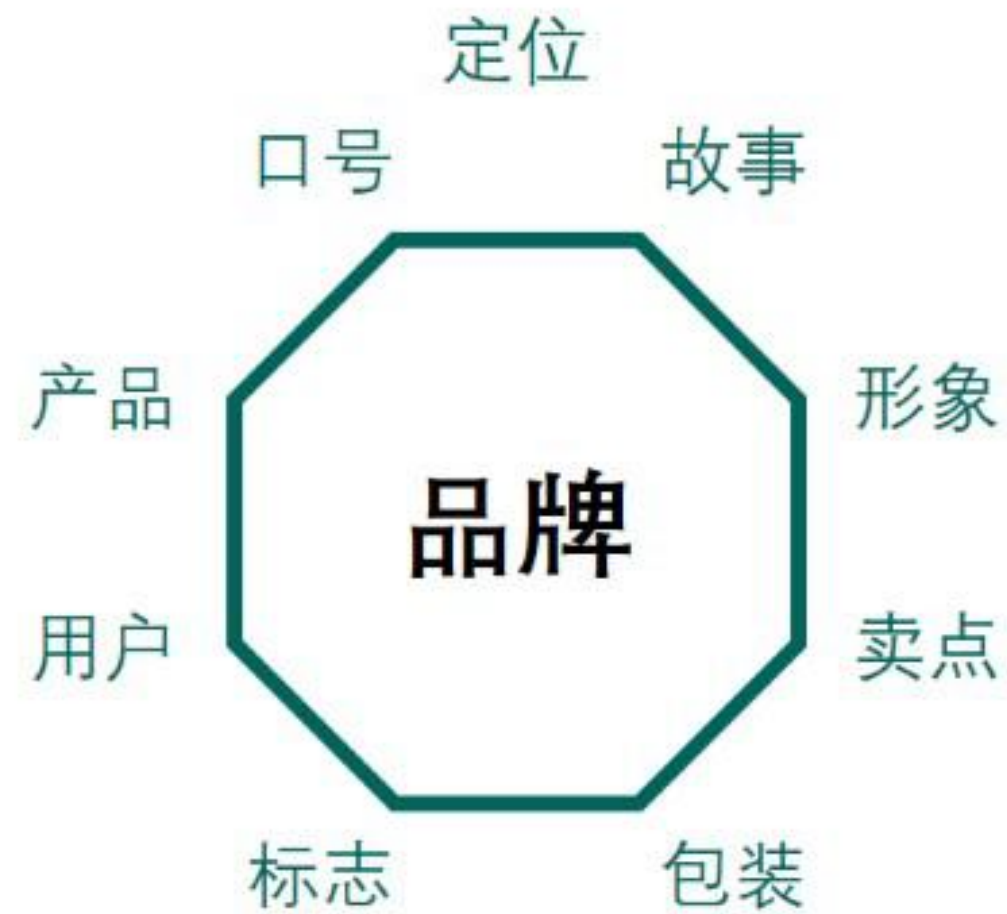
(店铺团队必备技能get)

电商运营 + 电商销售 + 广告营销策划 + 艺人经纪

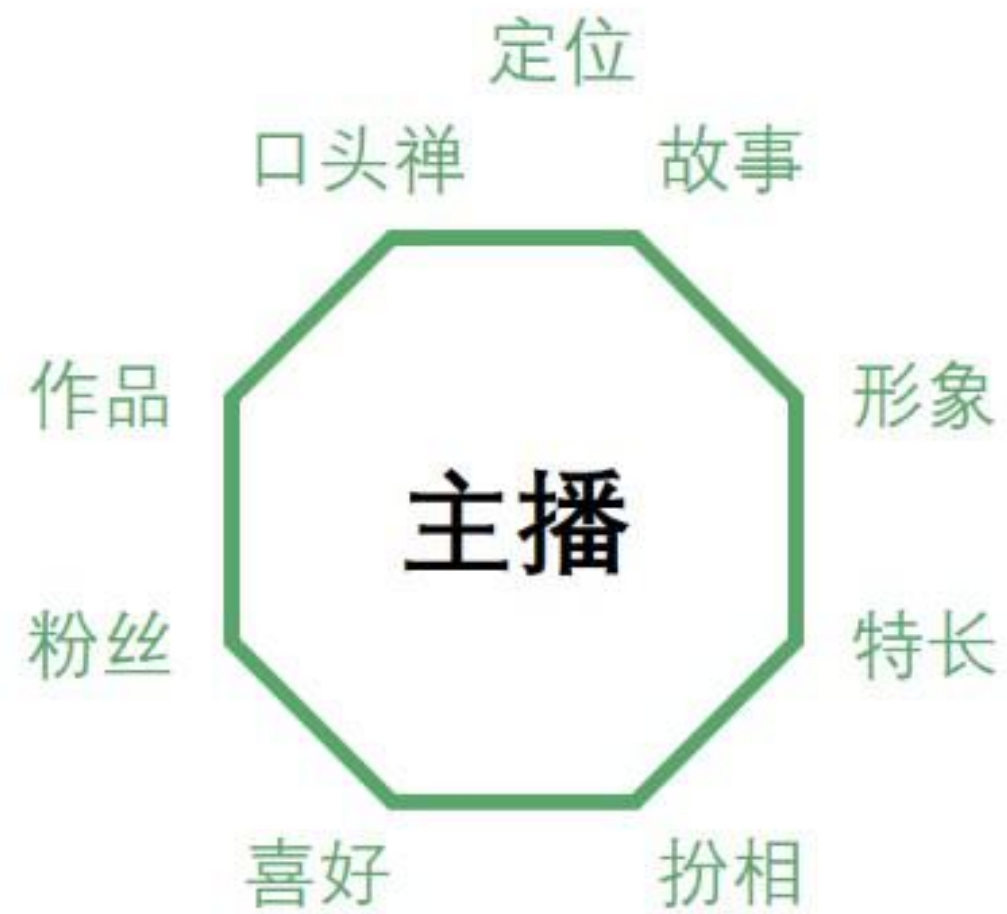
主播做好直播的前提

(主播团队必备技能get)

一个有趣的主播 + 看不够的宝贝 + 超高性价比 + 多人后台



主播养成 = 品牌养成



Roadmap

渠道		渠道特性	渠道玩法	备注
淘宝直播	达人直播	1、大流量种草；2、快速收割；3、多维度商品/品牌展示；4、增加品牌声量。	1、筛选竞品优质主播；2、使用历史合作优质主播；3、大咖主播测试；4、明星主播测试	
	店铺自播	1、吸粉；2、增加转化率；3、维护粉丝，增强粉丝粘性；4、品牌展示。	1、搭建沉浸式风格直播间；2、消费者调研活动；3、店铺专属福利（直播间会员卡、周边赠品）；4、提前安排出一周的直播节目单；5、会员积分兑换增加直播间钻粉专享福利（如：10000积分的产品针对店铺直播钻粉粉丝可以改为：钻粉粉丝专享5000积分兑换）	
图文短视频	店铺微淘	1、品牌展示；2、维护粉丝，增强粉丝粘性；3、多次触达消费者（每天10条内容推送）；4、活动落地页；5、客户晒单展示。	1、按时间按主题按季节按热点发布走时内容（如：早安，午间一刻，下午茶，晚安，凌晨等）；2、活动/新品预告传递；3、活动执行落地在微淘；4、刺激客户晒单，通过转发+评论到微淘举办各类有奖活动，特别是新品上市。5、举办盖楼有奖活动。	
	公域内容（有好货等）	1、大流量种草；2、新品曝光；3、品牌展示；4、KOL背书；5、真人多维度测评。	1、依据人群特性打造传播链路；2、资讯类文章淘宝头条宣传预热；3、有好货了解产品亮点与特性；4、必买清单科普产品干货知识；5、垂直渠道亲宝贝针对不同阶段宝宝给出购买建议；6、趣味性的哇哦视频进一步展示产品特性；7、达人微淘发声利用粉丝的黏性产生复购	
品牌直播日		1、淘宝直播新玩法新渠道；2、属于新品发布、事件营销和爆发的超级直播活动；3、官方资源位（弹窗+置顶）；4、声量。	打造每月品牌专属节日；争取每月拿到一次资源位，集中火力轰炸，打造集声量、销量为一体的月度品牌专属盛宴。（如每月的6号为帮宝适“爱宝日”）	
PGC		1、专业策划、专业执行，提升品牌调性；2、增强直播内容价值和综艺感；3、强品牌宣传。		

xxx爆款产品群 拓扑图

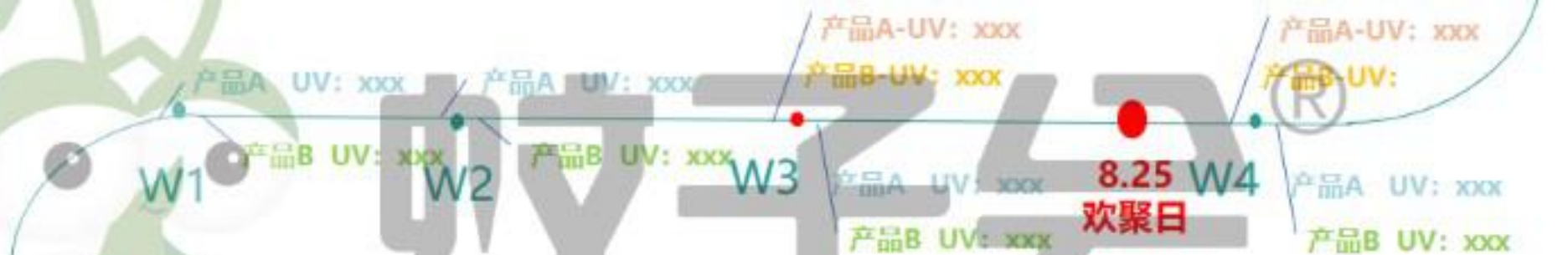
7月

核心目标
借助xxx热点
扩大品牌影响力
老款持续发力



8月

核心目标
为新品上市造势
扩大品牌声量
为xxx新品铺排种草



9月

核心目标
打造新品爆款
强化受众品牌认知
为双11铺排种草



xxx爆款产品群拓扑图

注：若预期UV未达标，将充分利用主播直播引流弥补

Xxx产品计划

重点节点		7月	8月	9月
		日常收割	持续引流	99大促收割
图文短视频	渠道分布	(主) 有好货多元化+必买清单+微淘 / (次) 淘宝头条+亲宝贝+哇哦视频		
	渠道数量	淘宝头条20篇, 有好货多元化3篇, 必买清单2篇, 哇哦视频1部	微淘10篇, 亲宝贝10篇, 必买清单3篇, 哇哦视频1部	微淘20篇
	推广节奏	主要通过淘宝头条, 有好货多元化进行宣传	主要通过微淘, 亲宝贝, 必买清单进行造势	主要通过微淘进行粉丝圈层营销
	内容方向	xxx xxx xxx xxx xxx xxx		
淘宝直播	店铺自播	专场xxx场+混播xxx场		
	达人直播	xxx场	xxx场	xxx场
预估uv		图文短视频 (xxx)	图文短视频 (xxx)	图文短视频 (xxx)
		淘宝直播 (xxx)	淘宝直播 (xxx)	淘宝直播 (xxx)
投放思路	7月以头条和有好货多元化宣传为主, 8月以科普类文章必买清单和哇哦视频进行深度解析, 9月通过KOL微淘发声进行收割。			

蚂蚁会 × 淘宝直播

招商火热进行中

全域吸量 站内收割

g u a n y u x i l i g k n e i s h o u g e

300位深度合作主播

60位自有主播

淘宝直播



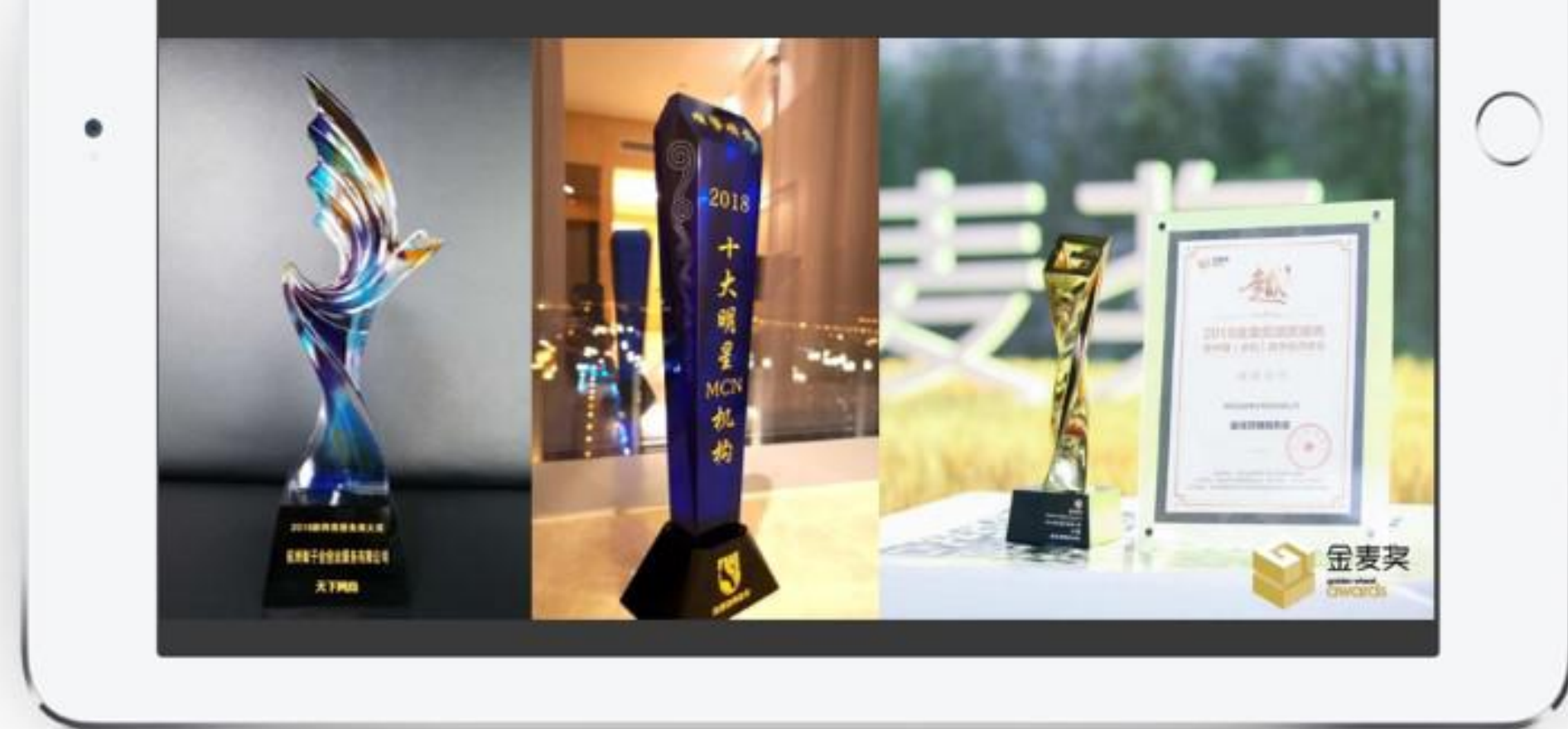
#直播领域成绩#之首届淘宝直播盛典

2017首届淘宝直播盛典，蚊子会MCN机构一举揽下“2016年度优秀主播孵化机构”和“2017淘宝直播盛典优秀合作机构”双料大奖，旗下主播斩获“最具粉丝影响力主播”、“最具商业价值主播”、“人气主播”三项大奖。



#直播领域成绩#之第二届淘宝直播盛典

2018年淘宝内容盛典两周年，蚊子会一举斩获“2017年度TOP机构”、“淘宝内容盛典优秀合作机构三星奖”、“2017年度TOP主播”、“2017年度优秀主播”、“2017年度新锐主播”、“2017年度淘宝心选官方心主播”等六项大奖。



#直播领域成绩#之内容营销行业大奖

继2018淘宝内容盛典之后，蚊子会及旗下图文公司再次荣获3项行业大奖，分别是2018新网商峰会颁发的“新网商服务商大奖”、美妆行业最具影响力的淘美妆商会颁发的“2018十大明星MCN机构”、有着电商界奥斯卡之称的“金麦奖最佳营销服务奖”。



#直播领域成绩#之第三届淘宝直播盛典

2019年3月30日淘宝盛典上，蚊子会及旗下投资的机构在2019年淘宝直播盛典拿下包括2019淘宝直播盛典优秀合作机构、2018年度优秀机构、2018年度十佳主播、2018年度优秀主播、2018年度新锐主播等9个大奖。

竭尽全力 做到最好



#总部地址#

杭州市向往街77号汇银中心8幢万同集团

#孵化器地址#

杭州市余杭区高教路970-1号5幢6楼（阿里巴巴西溪园区南门正对面）