# 企业直播营销案例范文推荐5篇

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-03-14

*企业直播营销案例范文 第一篇>（1）预告传播提前的新闻稿，海报图的设计，在朋友圈传播。>（2）数据运营后的相应截图保存>（3）传统媒体报道报纸、电视、以及主流新闻媒体的简讯>（4）话题传播>（5）行业的媒体传播做到墙内开花墙外香，让行业领导...*

**企业直播营销案例范文 第一篇**

>（1）预告传播

提前的新闻稿，海报图的设计，在朋友圈传播。

>（2）数据运营后的相应截图保存

>（3）传统媒体报道

报纸、电视、以及主流新闻媒体的简讯

>（4）话题传播

>（5）行业的媒体传播

做到墙内开花墙外香，让行业领导看到媒体评价。

>（6）教程总结，形成经典案例

类似行业企业以后要直播，都得先看看这个案例，达到这个效果。

>（7）人物的打造

选择1个主播，来塑造她个人形象，有争议的塑造。

**企业直播营销案例范文 第二篇**

一、直播策划

1.策划：一场成功的直播活动，需要完整的直播营销推广解决方案，包括前期宣传推广，现场直播分发，这是直播服务关键环节之一。

2.直播推广：一场营销成功的活动直播，前期预热必不可少，利用新媒体宣传与社群营销，实现品牌曝光、推广引流、营销转化。

二、直播执行

1.直播测试，一场活动需要强有力的直播执行团队，一场活动需要跟执行团队沟通流程细节，活动直播彩排。

前期的踩点测试不可少。

2.直播设备：活动直播服务需要专业的直播设备，包括直播摄像机，通常一场直播活动至少要准备至少2个机位以上的摄像机以及专业导播台，直播画面通过各级导播的实时切换，展现给观众的是一场完整、生动、详实的直播盛况。

大型影视摇臂的投入，全方位地拍摄到场景，不错过任何一个角落。

3.直播技术人员：数百场直播实战经验丰富的专业技术服务队伍，全流程服务。

4，直播平台：直播平台对转发分享很重要，微信一键分享，红包、礼物、抽奖，微信签到、聊天弹幕，多地视频互动，激活现场气氛。

三、直播环节

1.充分保障直播推流，会前测试、开播测试，确保直播效果。

2.线下直播或者说现场直播，与线上直播不同，借助暖场视频、直播引导页具有更强的互动性以及渲染力，更好获得反馈。

3.提前针对主题进行设计主题海报预热宣传。

突出直播主题，让直播预告热闹起来。

四、不做一场直播，不知道你的活动影响力有这么大！

直播数据报告是云直播平台的业务延展，包括视频回放与数据报表。

易联直播团队提供一站式直播服务。

随时为观众继续提供直播回放，有效延长了直播的时间和空间，发挥直播内容的最大价值。

不做一份直播数据报告，不知道你的活动影响力有这么大！

**企业直播营销案例范文 第三篇**

一场好看的直播活动，需要主播具备3个素质：

>（1）选拔考核的方式

自我介绍+才艺展示，应聘人员自己使用APP录制，重点考察应聘人员的颜值、才艺和表达能力。

告诉应聘人员企业的直播大致诉求，征集ta认为有趣的策划想法，让他们对这场直播有深刻的认识。此处考察她对直播的积极性和主动性。

任何人在有摄像机直对的时候，都会紧张。安排一个面试环境，有主管，有专业摄像机，此处重点考察应聘人员的随机应变能力。

>（2）培训

给初步选拔后的主播进行培训。培训主要分3部分内容：

涉及直播的准备、技巧、灯光、口才、常见问题等各个方面。

涉及企业相关的常见问题，专业领域等知识。

直播过程中的相关运营技巧、数据运营、传播运营等。适合管理人员、运营人员和主播一起听。

**企业直播营销案例范文 第四篇**

有趣的直播内容，才是直播营销能够形成有效流量市场的关键，做好直播营销的创意策划，可以让直播内容变得更有创意、更有吸引观众的魅力。

1、直播价值营销

针对直播内容，我们可以策划多个营销事件，为用户带来更多价值利益。

比如:做美食带货直播的朋友，除了讲解产品之外，也可以给直播用户解锁一些美食吃法，让用户在享受价值优惠的美食时，也能收获到更多实用好玩的技巧。

不过无论你是做什么价值设置，一定要注意和直播的主题或者商品相结合。

这样才能更加精准地击中用户的心。

2、直播互动营销

做直播营销策划，最重要的就是直播间与粉丝的互动，要让粉丝在你的直播间有参与感、体验感，这样一来想要进一步转化变现就相对简单。

而直播互动营销最大优势就是可以带给用户更直接更亲近的使用体验，大大拉近与他们的距离。

当你能和用户成为朋友时，你的营销就已经成功了一半。

3、直播内容营销

在直播营销时代，没有内容依然无法做直播。

如果你不想只是昙花一现，想要打造一个有着持续关注度的直播间，内容都是任何营销的核心和主体。

但是如何才能通过内容来吸引用户呢?

1.直播内容与账号定位相关

2.直播内容与用户需求相关

**企业直播营销案例范文 第五篇**

说销售类直播活动，要说一个前提。产品众筹营销玩法已经是前几年热门的一个事情了，前几日有朋友来公司谈合作，还谈了这个方向，说自己拿了100万线下影院的广告资源和淘宝众筹做置换，淘宝众筹会给首页的热门资源位。但是我问他的核心问题是：“你的经销商订货会在众筹平台上完成么？”

我看过太多的众筹，99%都是有目标拆解的，企业的众筹几乎不可能是靠平台自然流量完成众筹目标的。销售类直播活动也是这个道理。我们虽然做直播的目的是为了销售，但是不能天真的把真实的销售预期完全依赖于一场直播活动来解决。你想一想，天猫双11晚会的直播活动，都还是靠小二和KA商家一起做任务做出来的目标。

销售类直播活动与品牌类直播活动策划，大致内容框架相同，但是不同的有以下几点：

我们也不要那种电视购物式，一直督促你买买买的主播，而是那种介绍起来，就和自己使用过，真心推荐的那种，有代入感的主播。

我们去年策划过一叶子面膜1小时直播卖掉了13000件的活动，也策划执行过元旦节大牌美妆产品1元抢购秒杀的活动。活动的设计，是为了回馈用户，促销，做流量产品，做爆款产品，给店铺带流量进去。

一场直播，不管任务目标是大还是小，都要做目标拆解。如果你的目标是完成1万元的销售额，平台自然流量促成的销售最好不要超过20%，经销商渠道要解决60%，可以从这里进货，剩余20%要发动企业员工来做动员，这么便宜的活动，直播专项价，快来买买买。不足的，准备好自有资金填充吧。

总之在我看来，企业做直播活动，潜意识里是想借直播这个时下还挺时髦的营销工具，做一次营销活动，然后媒体曝光一下。策划人员要有深刻的认知，不能把这个活动搞砸了，就得深刻认知各个环节的要点和重要性，只有这样，才能做一个漂亮的、成功的直播活动。

来自： 路在前方gv6rwm > 《待分类》

0条评论

发表

请遵守用户 评论公约

抖音直播运营带货培训平阳班成功举行

抖音直播运营带货培训平阳班成功举行。“今天过来也体验了一把当主播的感觉”，这个是今天来参加平阳抖音直播运营带货培训现场学员的感...

直播时代，每个公司都应有一名当红主播

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！