BÙNG NỔ LIVESTREAM
Quốc D.T Chia sẻ
(Bizgrowth.vn)

A. Trước phiên live

- 3 cách tạo lưu lượng (Traffic)
  - Video
    - Video Teasing: Áp dụng cho các phiên livestream lớn
    - Video sản phẩm, lên điều đận
  - Tạo sự kiện LIVE
    - Tận dụng traffic từ hành vi ẩn vào trang cá nhân Kênh
  - Chạy ads (Dạng video ads live dạng Video đơn hoặc Thời gian thực)
    - Tối ưu: Giữ chân, lượt mua hàng, lượt nhấp, lượt thêm giỏ, GMV,...
- A. Danh mục sản phẩm
  - Phân tích sản phẩm theo Mô hình BCG
    - A Sản phẩm Mới — Ưu tiên đẩy
    - B Nhóm WIN
    - C Nhóm Duy trì — Bán kèm hoặc kep combo
    - D Nhóm Kém — Xả hàng cho các kênh freetraffic hoặc bán kèm, tặng kèm,...
    - Tư duy 80-20
  - Tiêu chí chọn Sp chạy ads
    - Nhóm A,B
    - Tồn trữ cao (Dự trữ,...)
    - Hiệu quả tốt
      - Ads/Doanh số tốt => Giá trị đơn tốt >150-200k
      - Chi phí/doanh số tốt
  - NÊN TẬP TRUNG VÀO COMBO = 1XX-2XX
    - Ads/doanh số
    - Chi phí đơn hàng/ Giá trị đơn hàng
      - 10k/50k = 20%
  - Liệt kê những sản phẩm sẽ làm clip
    - SP A
      - Loại A
      - Loại B
      - Loại C
      - Combo 1,2,3
    - SP B
    - SP C

B. Trong phiên live

- Nói về sản phẩm
  - giống Q đã chia sẻ 1 bài rất sâu về Concept livestream bán hàng thẳng
- Nói về ưu đãi
- Phân tích Dashboard
  - Tại sao Phiên flop
  - Tại sao bán được
  - Chỉ số: GMV, CTR, CO,GMP...
    - GPM = Tỷ lệ vào phòng live*CTR*CO*AOV*1000
  - Live thời gian đủ lâu=> đủ tệp để học GMP cao
- Hành trình của KH
  - Tạo thiện cảm
  - Đọc cmt: gọi tên, đọc câu hỏi, trả lời câu hỏi
  - Đọc cmt giả hoặc seeding điều hướng phiên live...

C. Sau phiên live

- Hành vi giúp cải thiện GPM
  - 1. Tỷ lệ vào phòng live
  - 2. Thời gian ở lại và tương tác live
  - 3. Tỷ lệ lượt nhất sp (CTR) và nhấp đặt hàng (CO)
  - Xem xét tỷ lệ lượng view tự nhiên với lượt view từ quảng cáo

1 số Note LƯU Ý TRONG PHIÊN LIVE:
- 1 kịch bản livestream chỉ từ 10-15p sau đó sẽ lập đi lập lại các nội dung vs nhau
- 1 phiên livestream ít nhất 45p-1h, trên >1h là tốt nhất
- Đối vs các kênh mới live chưa có doanh số nền tảng. Nếu mất xem dưới 5 liên tục trong 5p, tắt và bật lại live sau 15p. Lưu ý chỉ nên bật 1,2 lần. Ko tắt bật liên tục.
- 3p đầu tiên khi phát live phải nói liền, ko cần quan tâm mn vô đủ số lượng rồi mới nói. Vì 3p đầu tiên Tiktok sẽ cho đề xuất tệp nên cứ thoải mái nói.
- Không được dẫn khách qua các nền tảng khác như: ZALO, Shopee, FB,... thay vào đó hãy nói khách nhấn tin qua Tiktokshop để được hỗ trợ hoặc vào bio ở trang cá nhân tiktok của Shop.
- Trường hợp khách hỏi ĐỊA CHỈ CỦA SHOP. Nói khách là: ""Anh/chị muốn ghé cửa hàng bên em có thể vào phần trang cá nhân của Tiktok ở mục Bio của bên em có thông tin ạ. Tụi em ở Biên Hòa, đồng nai.
- Không được cho sđt của shop trên phiên live
- Không được nói TẶNG QUÀ khi không có tính năng tặng quà của Tiktok
- Có khách cmt thì đọc to rõ nội dung cmt của khách và sau đó trả lời câu hỏi
- Đọc tên của người cmt trước rồi đọc to rõ nội dung của họ. Ví dụ: Anh Hoàng Quốc, cho anh xem hộp bạch tuộc vs nhé. dạ vâng a...."
- Phải live nói chuyện, tương tác với KH liên tục. Nếu không có ai cmt cũng nhưng vẫn có mắt xem thì tạo cmt giả để tương tác. Hoặc trợ live (người thứ 2) hỗ trợ tương tác vs KH trong khi live chính đang bận.
- "KÊU GỌI HÀNH ĐỘNG LIÊN TỤC NHƯ:
+ Anh chị nào muốn săn deal ngày hôm nay cmt xuống: Deal 50k...(lặp lại 3 lần)
+ Anh chị ấn vào giỏ hàng để nhận ngay ưu đãi...
+ Anh chị nào chưa biết cách lấy voucher và đặt hàng trên tiktokshop làm theo e hướng dẫn...
+ Anh chị nào đã lấy được voucher chưa a cmt xuống: đã lấy...(Lặp lại 3 lần)"
+ Anh chị nào đã săn được deal rồi a cmt xuống: Đã mua... (Lặp lại 3 lần)
+ ...

- Không đọc cũng như trả lời những cmt mang tính tiêu cực, lướt thấy cmt tiêu cực thì bỏ qua. Ko để ý tới...
+ Trường hợp cmt tiêu cực là cmt phàn nàn của khách hàng về sp. Dùng câu: "Anh/chị nếu có gặp vấn đề gì về sản phẩm cứ vào tiktokshop của lagisea bên em nhắn tin phản hồi, bên CSKH của bên em sẽ hỗ trợ vấn đề của anh/chị đang gặp phải. Tuyệt đối không giải quyết ngay trên phiên live.

- Phần ghi chú đơn hàng của KH, tuyệt đối không được hứa hẹn j với KH. Khách nào có lưu ý khi đặt đơn cứ nói khách: Anh/chị đặt đơn có lưu ý gì cho bên em, anh chị lúc đặt đơn anh chị vào mục ghi chú để lưu ý đơn cho bên em gửi hàng cho anh/chị nhé. Những lưu ý khách thường hay cmt: Anh cần ship trước t7, Em gói đẹp đẹp cho anh chị nhé,...

- Kêu gọi mọi người vào phiên live cmt seeding ủng hộ

1/ Xây dựng các phòng live: Tách biệt ra

- Phiên live lớn: Chiến dịch lớn dài và kết hợp các KOC, KOL
- Xây dựng phòng live Daily
  - Chủ live
  - Nhân sự chủ chốt
- Xây dựng phòng live in house cho nhân sự (vệ tinh)
  - Testing concept, kịch bản mới
  - Scale up

2/ Xây dựng hệ thống phòng livestream in-house # Agency

- **Triết lý**
  - Của mình, mình làm mình có trải nghiệm nên hiểu và kiểm soát được
- **Nhân sự**
  - Inhouse
    - Thuê nhân viên và đào tạo: lương cứng+thưởng...
    - Theo ca: ưu tiên các bạn có kinh nghiệm cùng ngành. Dao động từ 50k-200k/h là hợp lý. (mức hầu hết sẽ tuyển được Live)
- **Quản lý nhân sự**
  - JD Mô tả công việc
  - Báo cáo đo lường
  - Nội quy phòng ban: kiểm soát và quản lý
  - Bảng tiêu chuẩn Livestream: Quy định những nguyên tắc, từ khóa cấm, lưu ý trong phiên live
  - Quy trình livestream
  - Chính sách lương thưởng
- **Thiết bị livestream**
  - Tự sắm
    - Ưu điểm: tiết kiệm chi phí rất nhiều. Hiểu rõ cần sửa gì bổ sung
    - Khuyết điểm: Ko hiểu biết có khi đắc hơn cả thuê ngoài mà được cái làm không tới nơi tới chốn. Chắp vá tốn kém hơn.
    - Những thiết bị livestream
      - Đèn: mua đủ bộ đèn. Sp càng ngách cần tính rõ của sp càng phải đủ đèn. Cơ bản tầm 3 đèn. Nghèo thì 2 đèn tầm vài trăm 1 bộ. giàu thì vài triệu...
      - Micro: nên dùng mic đôi. Loại đủ dùng rơi vào tầm 5-600k.Ko cần mua quá mắc vì chỉ live phòng kín rồi.
      - Camera (nếu live PC), ko thì dùng đtth iphone X hoặc tương đương trở lên sẽ cho ra chất lượng tạm ổn.
      - Đường truyền internet mạnh, ổn định
      - PC và màn: Để theo dõi kết quả cũng như support mã giảm, deal, tin nhắn, ghim sp, chạy ads,....
      - Tripod, cục chuyển đổi,...
      - Background
  - Thuê ngoài build
    - Lệch giá tự mua và cộng phí dịch vụ build
    - Ưu điểm là nhanh gọn, được hỗ trợ liên tục trong vài tháng. Khuyết điểm ở trên, tốn tiền, nếu ko tìm đc 1 bên ko phù hợp. Làm phòng live đúng chán.
- **Xây kênh chuẩn livestream**
  - Có hoạt động trước, trong và sau phiên live

TỐI ƯU DOANH SỐ PHIÊN LIVE

- Traffic
  - Nội sàn
    - Free traffic — Lên đều video
    - Paid traffic — Video đơn, thời gian thực,booking...
  - Ngoại sàn
    - Ưu tiên free traffic kéo các bên khác
      - (Thật) Fanpage, group,...
      - (Ảo) Người nhà, bạn bè, nhân viên, cá nhân
- Tỷ lệ mua hàng
  - Tối ưu các chỉ số ảnh hưởng tỷ lệ mua hàng:
    1/ Tối ưu lượt bán
    2/ Tối ưu lượt đánh giá
    3/ Tối ưu hình ảnh
    4/ Tối ưu mô tả sản phẩm
    5/ Tối ưu giá mỗi, định giá bán
    6/ Tối ưu chương trình ưu đãi, deal, ...
    7/ Kích bán, triển khai bán hàng
- Giá trị đơn hàng
  - Upsale
    - Phân danh mục để live: các dòng sản phẩm: giá thấp (giá mồi), giá trung bình, giá cao...Trước khi đổi danh mục thông báo cho khách là sẽ live mẫu như nào nhằm phân loại KH...
  - Cross sale
    - Bán chéo sp, kep combo
    - Đồng bộ vs phiên live. Vì dụ như: bày trí sp thành combo,...mẫu live mặc outfit là combo....Ghim sp