

新职业
新体验

揭秘新职业

直播销售员

随着短视频、直播带货等网络营销行业的兴起,覆盖用户规模达到8亿以上,互联网营销从业人员数量快速增长。2020年人社部等部门发布互联网营销师新职业信息,其中,在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种,2021年底,这一新职业的国家职业技能标准出炉。

所谓直播销售员,其实就是带货主播。一提到带货主播,大家第一个想到的就是李佳琦。直播销售员主要负责在直播镜头前把要推销的产品推销出去,因此需要对产品有一定的了解,包括产品的性能、使用方式、适合什么样的消费者、价格以及优惠区间,还要亲自上手为大家试货。在直播销售员成为新职业的两三年里,一批又一批非“科班出身”的普通人涌进直播间,大量中小微企业也因网络直销方式激发出活力。

现代快报+记者 刘晓琪/文 郑芮/摄

“聊聊天”
就能月入上万?

记者体验“直播销售员”,揭秘直播间的故事



扫码看视频

新职业 前景

直播带货仍处于红利期
但竞争激烈

从2020年开始,侯悦已经做了3年的直播销售员。之前,她有过6年线下销售的经验。她告诉记者,进入直播行业后除了“销售”的属性不变,还多了一项挑战。“线下销售你可以直观感受到顾客想买或是不想买,但直播带货就只有自己在说,刚开始面对镜头也会很紧张、结巴。”与线下销售不同,手机成了她的“顾客”。“第一次直播真的很紧张,流量也一般,慢慢地,现在会有一些固定的粉丝来看直播。”侯悦坦言,好在自己坚持下来了。

如今,直播带货行业已经成为潮流,大到流量明星、小到网红主播,都不断涌入直播市场。主播们也并非像大家认为的那样光鲜,据某平台公布的数据显示,2022年该平台电商直播主播数量同比增长337%,在这种情况下,即便是头部主播也不敢轻易给自己“放假”,毕竟停播对于直播间的粉丝活跃度损耗是巨大的。大多数像侯悦一样的中小主播,到现在还必须保持一天直播5小时以上、一周播5~6天的频率。于是,“熬不住”离场成了行业常态。

直播带货虽然火爆,但过去引发的问题也不少,比如主播带货时的虚假宣传、消费者维权难等问题,都引起过广泛讨论。直播销售员工种近年进入“新职业”名单,也意味着电商主播等岗位成为“名正言顺”的新职业,能够极大地促进该领域人才的培养与管理,行业更加规范。

“从越来越多的商家、达人开始尝试直播带货,到这两年人社部将其纳入‘新职业’,直播带货行业可以说是越来越规范了。”侠客行淘宝直播基地负责人宋厚强告诉现代快报记者,从电视直播到电商直播,主播的定位也在不断变化。喊麦、演戏式直播火过一阵后很快就会被淘汰,“在整个直播电商最大的出发点还是以消费者为主,消费者喜欢什么,我来为大家分享所需要的这个东西。主播渐渐有了自己的定位、IP之后,整体上可以称为内容带货双驱动。用户愿意听你分享,也愿意消费。”

“直播带货仍然是数字化生产非常重要的一环。现在来看,至少还有2~3年的红利期,有一个更蓬勃发展的空间。”宋厚强说。

记者手记

我是一个网上冲浪爱好者,爱刷视频,平时也喜欢网购。几年前李佳琦以“口红一哥”的身份进入大众视野,我也第一次知道了“带货主播”这个行业。后续也在不同的直播间尝试下过单。这几年,从喊麦式直播、剧本直播,到明星“赔本吆喝”式直播,带货直播的形式越来越丰富,主播也从1个人变为2个人甚至一个小团队,直播间也在“内卷”。

近几年,新媒体行业越来越饱和,只因主播们月入几万甚至几十万的收入吸引了越来越多的人涌入这个行业。这桶“金”真的那么好挣吗?这次的体验让我深刻体会到,主播们靠“流量”吃饭,但好的内容一定是支撑流量的基础。从选品、试用、写脚本到正式直播,主播工作中的每一个环节都环环相扣。镜头前短短几个小时的带货,背后是一个团队长时间的努力。

随着直播行业的迅猛发展,短时间内直播间涌入大量主播从事带货。李佳琦等主播在各种购物节中“一夜上亿元”的销量,也吸引了不少人在对该职业毫无了解的情况下扎入其中。随着从事该行业的人数越来越多,行业的规范性就显得格外重要。相信“直播销售员”成为“新职业”后,会向越来越规范、越来越专业的方向发展。

新职业 体验

几个小时的直播
往往需要准备好几天

“开播啦开播啦,来到直播间的朋友可以给我们点点关注,一会儿我先给大家上一波福利”……这样一份看似只需要在镜头前“聊聊天”就可以月入过万的工作,吸引着越来越多年轻人加入。带货主播们的日常工作是什么样的?这份新职业又会如何发展?日前,现代快报记者来到位于南京建邺区的一个直播基地,体验“直播销售员”工作,揭秘直播间的故事。

在外人看来,只需要掌握上述这些“话术”便可以轻松完成一场直播带货。可据记者了解,“直播销售员”仅仅会“说话”可不够。在直播基地,主播侯悦带着记者体验“直播销售员”这一职业。

“点击‘开始直播’,我们的直播就正式开始了。”直播运营小李讲解道,直播时除了主播,还需要一名运营人员完成控场、产品上架等工作。“欢迎来到直播间……”记者跟着侯悦讲解的节奏轻点屏幕上的“讲解”按钮,一款产品成功上架。在直播产品列表中罗列着数十个产品,它们是如何通过层层筛选成功上架的?直播前又需要做哪些准备工作?带着疑问,记者来到直播间外的工作区域。

直播产品质量的好坏,“选品”是关键。直播间外的一张会议桌上,放满了各种产品,要从几百件产品中选出十多个符合直播标准的产品,并不容易。记者跟着其他主播以及运营、商务等工作人员一起围坐在会议桌边,开启了一轮选品试吃。

“选品有三个关键,第一是品质,第二是价格,第三就是产品本身在网上的好评率。三者条件都满足,我们才会在直播间上架。”记者拿起一块烤馍饼干品尝,口感香脆,有一定饱腹感,很适合上班族当早餐或是追剧时的小零嘴。结合价格以及网上评论后,大家一致决定将其上架。“这样的食品会从口味品质、价格、市场反馈三个方面考虑,化妆品则需要更长周期的试用。”侯悦说。

选品完成后,需要根据商家给的产品特点,再结合自己的使用感受写出一份直播脚本。与记者平时接触的新闻稿件撰写不同,直播脚本需要更加自然、生活化的表述,有时还需要自带一些“网感”。侯悦说,虽然直播脚本内容是可以看的,但有些产品特点的关键词还是需要记住的,这样直播时的表情才够自然。

“我们来说一下昨天晚上直播的一些状况,之前强调过的描述语要再熟悉一下……”“在展示产品的时候一定要和观众有互动感……”直播运营小李来到直播间,给主播们开正式直播前的复盘会议,“复盘是很重要的,每场直播结束后我们都会开一个复盘会议,总结上一场直播的错误,以及接下来该如何去完善。”记者注意到,复盘会议上,直播运营人员会根据上一场直播的数据以及主播们的状态、观众反馈、话术等给主播提出不同的建议,这样的会每天都开,算是对前一天工作的总结。

从选品到正式直播,这中间需要耗费好几天的时间,记者几个小时的体验只是“冰山一角”。当然,一场直播的完美呈现,光靠主播一人可不够,“直播销售员”这一职业的背后是有一个专业的团队以及好的内容来支撑的。



记者与工作人员一同选品



主播侯悦正在直播



直播开始,运营指导记者操作后台