

双十一后看“网红直播带货” 为何火爆？

指导老师：耿燕

A horizontal row of 15 dark silhouettes of business professionals in various poses, including walking, talking on a phone, and holding briefcases, set against a light blue background. Their reflections are visible on the dark surface below them.

微课题制作：20工商班 王东旺课题组

一、现象阐述

如今网红直播带货成了一种最火热的销售行为，李佳琦、薇娅这样的带货一哥一姐，双十一活动首日买了近两百亿，近五亿人蹲守直播间。



二、问题引出

“网红直播带货”为何如此火爆？



三、原理应用——刺激营销

所谓**刺激营销**，就是**营销人员**在推销产品的过程中，根据消费者的消费心态和消费动机，用动听感人的**语言**对产品进行讲解；用多彩亮丽的**形体**或优美的**演示**等方式，对消费者进行得当、有效的消费刺激，从而挑动起消费者的消费激情。



四、原理分析（一）

1、营销人员

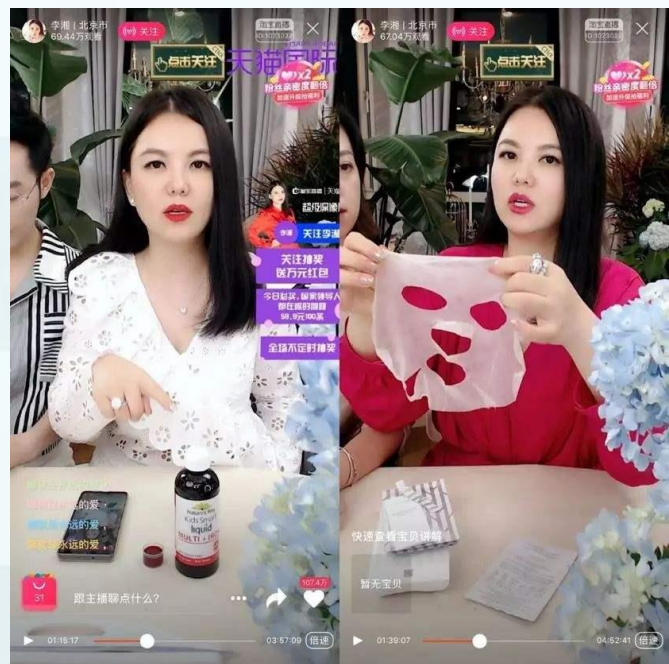
网红主播甚至很多明星作为新型导购出现，成为意见领袖，对消费者尤其是粉丝有很强的影响作用。

2、语言

网红主播将精致的话术，网络流行语言和很强的沟通技巧运用在直播间，通过实时性、可体验、互动性的直播形式打造新零售的场景，直接刺激消费者的消费欲望和购买动机，并促成快速成交。

3、演示

直播间中产品的演示刺激更加强烈，比如李佳琦试用口红，薇娅几乎所有食品都亲自试吃等等，导致粉丝以最快的速度他们接受推荐的产品。



四、原理分析（二）

由于网红直播带货模式充分运用刺激营销的各种手段，将有大量粉丝的主播、精致的话术、产品更为生动的展示等刺激手段融为一体，更加符合新一代消费者重视体验、追求时尚、营造消费气氛、偶像感强等特点，因此，获得极大成功。



网红带货火爆 VS 消费者

五、启示

网购、线上支付、短视频平台的爆火，使得我们生活中的一切都在慢慢相连,最终把生活中的一切融合为一个巨大的网络。

网红直播带货是商业模式发展的必然结果





六、总结

**把握时代脉络
方能展翅翱翔**





谢谢!

