



EBOOK KINH DOANH ONLINE



TUYỆT CHIÊU LIVESTREAM BÁN HÀNG HIỆU QUẢ

VỚI CHI PHÍ 0 ĐỒNG

MỤC LỤC

PHẦN 1: CHUẨN BỊ.....	5
I. Livestream bán hàng là gì.....	5
II. 4 lợi ích của Livestream bán hàng	5
PHẦN 2: THỰC CHIẾN	9
Bước 1: Chuẩn bị Livestream.....	10
Bước 2: Thông báo thời gian Livestream.....	16
Bước 3: Thực hiện Livestream	19
Bước 4: Kết thúc livestream bán hàng.....	23
PHẦN 3: KINH NGHIỆM LIVESTREAM HIỆU QUẢ	25
1. Sản phẩm để livestream	25
2. Tuyển mẫu livestream	25
3. Nội dung khi livestream	26
4. Chất lượng video	26
5. Thời lượng Livestream.....	27
6. Chú trọng mô tả nội dung ở phần mô tả và tiêu đề.....	27
7. Tăng sự lan tỏa Livestream	28
8. Tập luyện trước khi Livestream	28
9. Nên có một đội ngũ hỗ trợ	29
10. Thần thái, cảm xúc và thái độ.....	30
PHẦN 4: CHIẾN THUẬT LIVESTREAM BÁN HÀNG.....	31

1. Tiên Phát Chế Nhân.....	31
2. Kẻ Cầm Cự.....	31
3. Chịu Đấm Ăn Xôi.....	31
PHẦN 4: MỘT SỐ HÌNH THỨC LIVESTREAM CHO DOANH NGHIỆP	33
1. Phỏng vấn trực tiếp (Interview).....	33
2. Hỏi đáp trực tiếp (Q&A)	33
3. Chương trình khuyến mãi/ Hướng dẫn trực tiếp.....	33
4. Ra mắt sản phẩm trực tiếp	34
5. Sự kiện huấn luyện, học tập trực tuyến (Education Virtual Event)	34

PHẦN 1: CHUẨN BỊ

I. Livestream bán hàng là gì

Livestream bán hàng là một hình thức bán hàng quảng bá sản phẩm, thương hiệu có sự công phá doanh thu dữ dội. Đã bao giờ bạn tự hỏi tại sao nhiều trang phát livestream đạt hàng trăm nghìn, thậm chí hàng triệu người xem khiến doanh số gia tăng đáng kể trong khi livestream của bạn chỉ có vài lượt xem?

Một số người cho rằng chỉ cần livestream là có thể bán được hàng, thì mình tin chắc họ đã sai lầm. Trong cuốn sách này, tôi sẽ hướng dẫn chi tiết cho bạn cách livestream bán hàng hiệu quả giúp bạn tạo ra doanh số đột phá.

II. 4 lợi ích của Livestream bán hàng

Để hiểu được tại sao **Livestream bán hàng** đang là lựa chọn hàng đầu của mọi người. Thì chúng ta cùng nhau tìm hiểu lợi

ích của việc Livestream bán hàng trước nhé. Hiểu được điều này các bạn sẽ hiểu được câu hỏi trên.

1. Tiếp cận khách hàng với chi phí 0 đồng

Trước đây khi muốn kinh doanh một sản phẩm nào đó người kinh doanh phải tính toán tất tần tật các khâu từ thuê mặt bằng, địa điểm cho đến nhân viên...và tất nhiên sẽ tốn một khoản tiền khá lớn nhưng vấn đề này đã được giải quyết bằng giải pháp bán hàng online đặc biệt là thông qua tính năng live stream.

Không những tối giản hoá chi phí đầu tư live stream còn miễn phí và cho tương tác rất tốt. Theo thống kê, thông thường những cá nhân kém nổi tiếng có thể đạt vài nghìn lượt xem cho một buổi live stream bán hàng, riêng những người nổi tiếng có thể đạt được từ vài chục nghìn đến hơn trăm nghìn lượt xem.

2. Livestream giúp đưa hình ảnh thực tế của sản phẩm đến với khách hàng

Tâm lí chung của người mua hàng đều muốn xem sản phẩm một cách chân thật, chi tiết nhất nhưng lại rất ngại đi đến tận nơi để mua nên việc ngồi nhà order mà vẫn có thể xem hình ảnh thực tế 100% quả là tiện lợi.

Bài post thông thường chỉ cho khách hàng xem một góc của mặt hàng thì đối với livestream bạn có thể cho khách hàng thấy được tổng thể của sản phẩm.

3. Livestream bán hàng giúp tiết kiệm chi phí

Livestream được mệnh danh là kênh quảng bá sản phẩm cũng như thương hiệu miễn phí 100%. Đồng thời Live stream cũng có thể giúp bạn tiết kiệm được một khoản trong chiến lược marketing của mình. Nếu bạn đang từng sử dụng phát trực tiếp trên TVC hay bất cứ kênh đài truyền hình nào thì bạn sẽ hiểu rõ vấn đề này.

4. Tính chủ động trong khâu quảng cáo

Khác với việc làm những Video hay là TVC quảng cáo thì bạn phải thông qua một đối tác trung gian chẳng hạn: webiste, đài truyền hình hay là các đơn vị chuyên quảng cáo khác... Điều này sẽ làm bạn bị hạn chế nhiều mặt như ý tưởng sáng

tạo nội dung, thời lượng phát video, chi phí sản xuất cao...
Với việc Livestream thì những vấn đề trên không phải là
“**gánh nặng**” vì bạn có thể hoàn toàn chủ động về mọi thứ,
chỉ cần sẵn sàng bấm máy và thực hiện livestream bán hàng.

PHẦN 2: THỰC CHIẾN

Để có một livestream bán hàng hiệu quả, bạn sẽ cần làm 4 bước thông thường dưới đây:

1. Chuẩn bị.
2. Báo trước thời gian livestream.
3. Thực hiện livestream.
4. Kết thúc.

Chúng ta sẽ đi sâu từng bước, nên nhớ, hãy đọc thật kỹ và làm theo từng bước, tôi chắc rằng bạn có thể làm được và bạn sẽ cảm thấy sự hiệu quả sau khi đọc cuốn sách này.

Bước 1: Chuẩn bị Livestream

Bước chuẩn bị là một trong những bước cực kì quan trọng trong lúc chúng ta thực hiện bất kì một chiến dịch marketing online hay nội dung nào. Hoặc có thể hiểu rằng *“Thành công trong sự chuẩn bị là chuẩn bị cho sự thành công”*.

*“Để chuẩn bị cho một **Livestream bán hàng hiệu quả**, chúng ta cần chuẩn bị những yếu tố gì?”*

Thứ 1: Cần xác định đối tượng mục tiêu

Hãy xác định chân dung khách hàng sẽ xem Livestream của bạn là ai?

- **Họ là ai?**
- **Bao nhiêu tuổi?**
- **Những sở thích của họ là gì?**
- **Hành vi của họ ra sao?**
- **Họ đang ở đâu?**
- **Những điều họ quan tâm là gì?**

Tìm ra chân dung khách hàng sẽ giúp bạn xác định được nội dung mình nói giúp giữ chân khách hàng xem livestream và tăng tỷ lệ chuyển đổi.



Thứ 2: Xác định mục tiêu, mục đích của livestream

Đây là một vấn đề vô cùng quan trọng. Mục tiêu có thể là để bán hàng, để tương tác những bạn bè lâu năm, hay để thông tin một chương trình khuyến mãi mới.

Với mỗi mục tiêu bạn sẽ có một cách tiếp cận, nói chuyện, bán hàng khác nhau.

Thứ 3: Lên ý tưởng, phác thảo kịch bản livestream

Trong bước này, để có thể lên ý tưởng cũng như phác thảo một kịch bản cho Livestream, chúng ta cần xác định rõ: ta làm Livestream cho chủ đề gì? Phong cách gì? Hình thức như thế nào?

Thứ 4: Chuẩn bị bản thân

Người thực hiện Livestream cần kiểm tra trang phục. Nên chọn những trang phục mang tính thuận lợi, thoải mái, lịch sự nhưng vẫn đảm bảo được phong cách và có thể nhận diện ngay đến thương hiệu hoặc mặt hàng mà ta đang kinh doanh.

Bên cạnh đó, người Livestream còn phải chuẩn bị tốt và chỉnh chu về tác phong, biểu cảm, đầu tóc, sức khỏe, tâm trạng trước khi bắt đầu Livestream. Vì Livestream là quá trình cần nói liên tục, nên khi tâm trạng và sức khỏe không tốt, điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến quá trình Livestream.

Thứ 5: Chuẩn bị các trang thiết bị Livestream

Trong số các thiết bị, điện thoại và máy tính là hai công cụ phổ biến nhất.

Sau bước chuẩn bị các trang thiết bị, chúng ta cần phải **kiểm tra xem camera** của thiết bị đó hoạt động như thế nào, có hiệu quả không, nên sử dụng camera trước hay camera sau, camera nào sẽ phù hợp và thuận tiện nhất?

Nếu bạn Livestream một mình thì sử dụng camera trước là lựa chọn thích hợp nhất. Vì khi đó, bạn sẽ dễ dàng theo dõi, quan sát bản thân và những người đang tham gia Livestream Facebook của mình. Nếu bạn có đội ngũ hỗ trợ thì có thể livestream bằng camera sau để có chất lượng hình ảnh tốt hơn.

Bên cạnh việc kiểm tra thiết bị thì **kiểm tra đường truyền Internet** là một điều hết sức cần thiết. Một mẹo nhỏ để có thể dễ dàng xem được đường truyền internet có tốt không, chính là vào Youtube và mở một video của Youtube lên để kiểm tra đường truyền của chúng ta.

Nhớ **kiểm tra pin của thiết bị livestream**. Nếu bỏ qua yếu tố này, trong quá trình Livestream thiết bị sẽ hết pin dẫn đến quá trình livestream ngắt quãng.

Tiếp theo là phần **chuẩn bị về không gian**. Ở bước này, chúng ta cần xác định được góc quay là ở đâu, chúng ta nên

đặt thiết bị ở đâu sao cho phù hợp. Cần lưu ý, đối với bất kì các thiết bị nào thì góc quay tối đa cũng chỉ là 1200 độ.

Cần xác định vị trí đặt thiết bị trước, sau đó là bật camera trước lên và quan sát không gian được hiện thị trên thiết bị như thế nào, để có thể tiến hành chỉnh sửa dần sao cho hợp lý. Nên show ra những gì chúng ta muốn chúng hiển thị trên màn hình, tuy nhiên cần nên khéo léo trong việc này, còn những vật dụng hoặc những gì không đẹp, không cần thiết hãy dời sang một chỗ khác.

Ánh sáng là yếu tố cực kỳ quan trọng khi livestream. Nếu ánh sáng tốt sẽ giúp cho sắc mặt, thần thái của người Livestream trở nên sáng hơn và đẹp hơn. Ngược lại, nếu ánh sáng không tốt, sắc mặt cũng như chất lượng hình ảnh sẽ không rõ, điều này sẽ làm người livestream cảm thấy không tự tin trong lúc nói.

Để có một Livestream thu hút, chúng ta có thể chuẩn bị thêm **âm thanh**. Âm thanh có thể yên tĩnh hoặc kèm theo những âm thanh khác nhau, tùy thuộc vào mục đích của người Livestream. Nếu bạn thích âm thanh du dương, chúng ta có thể kèm theo đó một âm thanh của một bản nhạc nhẹ

hành trong quá trình **Livestream Facebook**, điều này sẽ giúp cho tâm trạng của chúng ta trở nên tốt hơn và người xem sẽ cảm thấy nhẹ nhàng, dễ chịu hơn.

Ngoài ra, cần chú ý đến những yếu tố nhỏ như: **vật nuôi, con nhỏ, người thân...** Điều này tưởng chừng không cần thiết, nhưng thực chất nó vô cùng quan trọng. Nếu không chuẩn bị kỹ, sẽ dẫn đến trường hợp bị con nhỏ khóc đòi, hoặc thú cưng: chó, mèo nhảy lên bàn và xô ngã thiết bị đang Live, hoặc trường hợp bị người khác bước vào gây ồn ào và làm bạn phân tâm.

Chuẩn bị về độ nhận diện **thương hiệu**. Khi chúng ta muốn Livestream để quảng bá một thương hiệu nào đó, thì việc bố trí thương hiệu là điều vô cùng quan trọng trong Livestream, hình thức chuẩn bị này sẽ gia tăng được bộ nhận diện thương hiệu đến người xem, từ đó có thể gia tăng được giá trị của thương hiệu.

Chúng ta có thể đặt **khéo một chiếc Logo** trong không gian Livestream hoặc có thể thu hút người xem bằng cách mặc trang phục có in hình thương hiệu của bạn để có thể show thương hiệu của mình ra. Ngoài Logo, nếu chúng ta muốn

bán một sản phẩm nào đó, chúng ta có thể bố trí chỗ để sản phẩm trong không gian Livestream để khách hàng, người xem có thể thấy chúng.

Và, chúng ta chỉ cần nhớ một điều ngắn gọn trong bước này là: **PHẢI CHUẨN BỊ THẬT KỸ.**

Bước 2: Thông báo thời gian Livestream

Đây là bước quan trọng không kém bước chuẩn bị. Bởi vì, mỗi ngày người xem có thể tiếp cận rất nhiều thông tin từ Facebook, đặc biệt là Livestream.

Nếu chúng ta không thông báo trước thời gian tiến hành Livestream mà thích lúc nào Live lúc đấy, sẽ dẫn đến trường hợp người xem lúc này chỉ có những người đang online mới thấy được Livestream của mình, còn những người không dùng điện thoại hay thiết bị điện tử lúc đó sẽ không biết.

Hơn hết, nếu bạn không thông báo thời gian Livestream, người xem không thể sắp xếp thời gian, kế hoạch cá nhân của mình để theo dõi Livestream của bạn.

Chính vì thế, chúng ta **nên thông báo thời gian** của mình trước lúc tiến hành Live ít nhất là **3 tiếng** đồng hồ. Và nếu có thể, chúng ta nên báo trước **6 tiếng** đây là một khoản thời gian vừa đủ để người xem có thể nhận biết được bạn đang muốn Livestream.

Cách thông báo cũng rất quan trọng. Hay nói cách khác là “**thả thính**”. Thông báo phải đảm bảo làm sao cho khách hàng cảm thấy tò mò và cảm thấy háo hức đón chờ Livestream của bạn.

Một vài gợi ý trong cách thông báo: bạn có thể đăng bài thông báo **Livestream Facebook** bắt đầu bằng một tiêu đề giật tít, thu hút nhất có thể để có thể khiến người xem tò mò. Chúng ta cần đánh vào tâm lý, mong muốn của khách hàng, hãy đưa ra những vấn đề hoặc chủ đề thực sự khách hàng của bạn mong muốn hoặc cần giải quyết.

Ví dụ:

- Nếu để Livestream giới thiệu khóa học về phương pháp bán hàng Online, chúng ta có thể thông báo: ***“21h30 tối nay 29/06/2020 mình sẽ Livestream để hướng dẫn cách mà hàng triệu, triệu người trên thế giới đang tin dùng để có thể biến doanh số của bạn từ 1 lên gấp 1.2-1.5 và có thể là gấp 2 so với hiện tại.*”**
- Nếu Livestream giới thiệu sản phẩm mới, chúng ta có thể thông báo: ***“30h tối nay mình sẽ Livestream giới thiệu 20 mẫu áo da hot nhất mùa đông năm nay.”***

Bước 3: Thực hiện Livestream

Sau bước chuẩn bị và thông báo, chúng ta đã có thể đi vào bước mong chờ nhất là **thực hiện Livestream**.

Thứ nhất, nên nhớ để có một video Livestream hiệu quả, cần phải là một người Livestream chuyên nghiệp. Một nguyên tắc để đánh giá một người Livestream chuyên nghiệp đó chính là tính “**đúng giờ**” của người đó. Khi bạn thông báo lúc nào, mấy giờ thì đúng lúc đó, bạn phải thực hiện việc mình là hứa, đã cam kết như đã thông báo.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp, bạn gặp phải việc bận hoặc một điều gì đó không thể thực hiện Livestream đúng giờ thì hãy đăng một bài thông báo về việc này, bài Livestream của bạn sẽ dời lại vài giờ hoặc vào ngày khác.

Nếu có thể, chúng ta nên kèm theo một lý do, nguyên nhân cụ thể dẫn đến không thể đúng như đã hứa hẹn.

Điều này sẽ giúp người xem có thể theo dõi được tình hình của bạn, để có thể đón xem Livestream của bạn dễ dàng và thuận tiện cho họ nhất.

Một Livestream sẽ vô cùng hiệu quả nếu chúng ta có thể mời hoặc tag những đội, nhóm, hội hoặc những bạn bè thân thiết, đặc biệt hơn cả nếu họ là **khách hàng tiềm năng**, khách hàng đã quen thân với mình.

Nguồn cảm hứng, tâm trạng Livestream có thể đến từ những người xem Livestream, hơn hết là những người xem đầu tiên. Tâm lý của một số cá nhân Livestream có thể bị ảnh hưởng về số người đang xem, đôi khi đợi lâu nhưng không ai xem sẽ dẫn đến trạng thái tụt hứng hoặc có thể hơn nữa là kết thúc cả Livestream.

Chào hỏi, hỏi thăm: Việc đầu tiên để mở đầu cho một Livestream thu hút và tạo được cảm tình, chính là việc chào hỏi và hỏi thăm sức khỏe, tương tác với những người đang xem, ...việc tương tác này có tác dụng vô cùng lớn: thứ nhất, người xem sẽ cảm thấy rất có thiện cảm nếu bạn có thể nhớ tên hoặc cảm thấy vui khi bạn quan tâm đến sự xuất hiện của họ. Thứ hai, đó chính là kéo dài được thời gian để chờ số người tham gia Livestream tăng lên để bắt đầu hiệu quả hơn.

Thông báo nội dung Livestream: bạn nên thông báo chủ đề hôm nay là gì? Lý do của buổi Livestream và nếu có thể bạn

thông báo thêm về thời gian kết thúc hay Livestream sẽ kéo dài trong bao lâu. Để người xem sắp xếp thời gian xem của mình.

Kiểm tra chất lượng âm thanh đường truyền bằng cách tương tác, chúng ta có thể hỏi xem người xem có nghe rõ không, có xem rõ không, chất lượng hình ảnh như thế nào để có thể tiến hành chỉnh sửa. Việc này không chỉ giúp tương tác đến khách hàng mà còn giúp chúng ta có thể kiểm tra được chất lượng của bài Livestream.

Kêu gọi hành động: để tăng khả năng tương tác và hướng Livestream đến nhiều người, chúng ta nên kêu gọi người xem like, thả tym, share hoặc tag những người bạn khác để cùng vào xem.

Thực hiện Livestream: nên nhớ khi tiến hành livestream, chúng ta nên thực hiện theo kịch bản đã viết ra, có những bước nào, nói gì, theo trình tự thế nào.

Trong lúc Livestream, khách hàng có thể thắc mắc những câu hỏi khác nhau, những câu hỏi này có thể là những câu hỏi đúng chủ đề livestream, nhưng cũng có những câu hỏi nằm ngoài chủ đề đó, do đó khi không có kịch bản, chúng ta sẽ bị

cuốn theo những câu hỏi của người xem và dẫn đến lạc đề trong lúc Live, vì thế mà video của chúng ta sẽ không đạt được mục đích như đã đề ra. Đối với những câu hỏi nằm ngoài chủ đề Livestream, chúng ta có thể xin phép không trả lời hoặc có thể trả lời nhưng trong một chủ đề Livestream khác, hoặc trả lời sau, ...

Tương tác hai chiều với người xem: thường xuyên đặt những những câu hỏi như: họ nghe rõ không? Có ý kiến gì khác không? Có đồng ý với quan điểm của mình hay không? Việc tạo ra tương tác với người xem sẽ giúp người xem cảm thấy không nhàm chán hay buồn ngủ và bản thân mình cũng không thấy chán. Bên cạnh đó, điều này sẽ giúp cho những lượt xem, lượt comment, share, like tăng lên đáng kể.

Chúng ta có thể làm cho Livestream của mình trở nên thú vị hơn với những minigame nhỏ như: dự đoán kết quả số số, quay số, đoán chữ, ... Những minigame được tổ chức nên có độ khó vừa phải, không quá dễ hoặc quá khó. Nếu quá dễ sẽ gây nên tính nhàm chán, không hào hứng và phí đi giải thưởng. Nhưng nếu quá khó sẽ dẫn đến người xem thấy bất khả thi và cũng không hào hứng.

Giải thưởng của Minigame: giải thưởng của minigame cần nên chú ý:

- Cần đủ hấp dẫn để để mọi người sẵn sàng tham gia chơi.
- Cần cân đối giải thưởng: về số lượng giải thưởng là bao nhiêu, giá trị giải thưởng như thế nào, ...

Một lần nữa nên nhớ rằng, chơi minigame là một điều hay nhưng cần nhớ

- Độ khó vừa phải
- Giải thưởng hấp dẫn nhưng không quá tốn kém với bạn.
- Minigame nên có sự sáng tạo và không đụng hàng hay trùng lặp với với những trang khác.

Bước 4: Kết thúc livestream bán hàng

Để kết thúc livestream để bán hàng hiệu quả, chúng ta cần thực hiện theo các bước:

- **Đầu tiên: Tổng kết lại livestream đó.** Cảm ơn người xem: cảm ơn tất cả mọi người và cảm ơn chân thành đến những người xem đã theo dõi từ đầu đến cuối livestream.

- **Thứ hai: Kêu gọi hành động: like fanpage, share, comment, thả tim, ...** Nếu có những chủ đề rộng hơn hoặc người xem có những thắc mắc ngoài chủ đề livestream: kêu gọi người xem inbox, comment để trao đổi kỹ hơn, sâu hơn về những điều mà khách hàng đang thắc mắc. Để có thể xây dựng mối quan hệ ngày càng khăng khít với người xem và duy trì lượng khách hàng tiềm năng cũng như khách hàng trung thành.

Nếu đã có kế hoạch cho một Livestream tiếp theo, chúng ta có thể tận dụng video đang live nhằm để thông báo cho người xem cho họ sắp xếp thời gian xem tiếp Livestream của chúng ta.

PHẦN 3: KINH NGHIỆM LIVESTREAM HIỆU QUẢ

1. Sản phẩm để livestream

Một số sản phẩm đang hot bán hàng trên livestream hiệu quả hiện giờ như: áo dạ, đầm váy, quần áo, giày dép, túi xách và ốp lưng. Chỉ những sản phẩm từ tầm trung trở xuống (dưới 600k) thì bán livestream mới ổn vì đa phần đối tượng khách xem livestream chỉ mua những sản phẩm tầm giá đó đổ xuống.

Sản phẩm càng rẻ, càng đẹp thì bán livestream cực kì ổn, 2 chị bán giày quảng châu 99k bên mình 4 đôi lời chỉ 40k nhưng 2 buổi live 4 tiếng có thể kiếm được 150-300 đơn/hàng.

2. Tuyển mẫu livestream

Những buổi livestream bán hàng có mẫu đẹp, dễ quan sát thường giữ được lượng view rất cao. 3 yếu tố cần có nơi một mẫu livestream bán hàng:

- Mẫu livestream phải thường xuyên dùng CTA chốt sale, kêu gọi khách hàng mua hàng.
- Mẫu liên tục kêu gọi khách hàng tương tác bình luận, chia sẻ cho bạn bè

Việc kiếm được mẫu livestream tốt làm hằng ngày hiện giờ khá khó, giá khoảng 200k-2 triệu cho 2 tiếng live stream.

3. Nội dung khi livestream

Content is king là một yếu tố không thể tranh luận, một buổi livestream nên có nhiều mẫu mã để khách hàng có thể lựa chọn và content đóng góp rất quan trọng xúc tiến người dùng xem và mua hàng trên livestream.

Có 2 anh bạn của mình mấy lần đầu để content là “***bán nước hoa 200k***” thì không ai mua nhưng sau khi sửa thành “***xả nước hoa đồng giá 200k***” thì khách lại mua ầm ầm.

4. Chất lượng video

Livestream cần có 4 khung hình đẹp, gọn gàng và ngăn nắp, bạn có nghĩ 2 đồng hàng lộn xộn với 1 mẹ bím sữa khuôn mặt sầu đời sẽ thu hút được người xem không?

Mạng cũng quyết định đến chất lượng video rất nhiều, nếu mạng wifi yếu thì mình khuyên bạn nên dùng 4G để tránh trạng thái lag và có thể bị out khi đang livestream.

5. Thời lượng Livestream

Chỉ nên kéo dài từ 45-90 phút. Nếu làm livestream dưới 45 phút thì chưa đủ độ hot, độ tương tác và chưa có sức lan tỏa được. Nếu thực hiện quá 90 phút, lượt người xem sẽ giảm dần, những người xem ban đầu sẽ không còn duy trì cho đến khi kết thúc live vì họ không đủ kiên nhẫn và không đủ thời gian để xem trù khi livestream quá hay, nhưng ít ai có thể làm được điều đó.

6. Chú trọng mô tả nội dung ở phần mô tả và tiêu đề

Tiêu đề nên gây giật tít. Phần mô tả nên gạch đầu dòng hoặc làm nổi bật, nên nhớ chỉ nên viết những ý chính. Tác dụng của mô tả giúp những người xem không vào kịp ngay từ đầu hoặc không thể nghe phần giới thiệu đầu livestream, có thể hiểu được nội dung buổi livestream của bạn đang nói gì.

7. Tăng sự lan tỏa Livestream

Chúng ta nên share livestream đến nhiều nơi khác nhau, đặc biệt là những nhóm có đối tượng mục tiêu, share lên fanpage, lên tường của những tài khoản ảo, bất cứ đâu có thể share hiệu quả.

Để tiến hành share, chúng ta có thể thực hiện 2 cách:

- Sử dụng 2 điện thoại: 1 để live, 1 vào facebook để share
- Sử dụng 1 điện thoại và 1 máy tính: có thể share trực tiếp hoặc copy link đó và dán lên tường, group, page sở hữu.

8. Tập luyện trước khi Livestream

Người livestream nên tiến hành tập nói trước để tránh những tình huống không như ý.

Một số cách tập luyện:

- Đặt điện thoại ở chế độ camera quay phim, quay lại đoạn mình nói. Sau đó mở ra nghe lại để xem mình nói đã trơn tru hay chưa, những hành động, biểu cảm, body

languages của mình đã được hay chưa, nên chỉnh sửa những chỗ nào.

- Đứng trước gương, sau đó tự nói một mình để biết ngôn ngữ biểu cảm, cách thức mình diễn đạt, ngôn ngữ hình thể của mình.
- Ngoài ra, chúng ta cũng có thể tiến hành livestream nhưng ở chế độ “chỉ mình tôi” để có thể thực tế hơn.
- Sau khi đã tập luyện và chuẩn bị kỹ, chúng ta sẽ bắt đầu livestream công khai.

9. Nên có một đội ngũ hỗ trợ

Nếu Fanpage hay Livestream của bạn có lượt người xem và mua hàng đông, hãy có vài bạn hỗ trợ bạn. Những người này có thể làm nhiệm vụ gọi điện cho khách hàng ngay khi người đó để lại số điện thoại hay đã đặt hàng thông qua livestream.

Điều này sẽ giúp duy trì được cảm xúc của người xem, người mua hàng, để tránh trường hợp gọi sau khi kết thúc live sẽ làm người xem thay đổi quyết định, không cần hay không còn nhu cầu mua nữa, làm cho chúng ta mất đi đơn hàng.

10. Thần thái, cảm xúc và thái độ

Người livestream cần xây dựng hình ảnh của mình thật tốt, thật hấp dẫn, phong phú, hài hước, ...vượt qua nỗi sợ hãi, ngại ngùng khi nói, tự tin và mạnh dạn làm, vì chỉ có bắt tay thực hiện thì chúng ta mới có thể rút ra được những kinh nghiệm và bài học thực tế, biết được chúng ta đang sai lầm ở đâu, chúng ta còn thiếu gì, cần sửa gì.

PHẦN 4: CHIẾN THUẬT LIVESTREAM BÁN HÀNG

1. Tiên Phát Chế Nhân

Áp dụng cho các bạn có nguồn lực sẵn, có KH thân quen khi vừa bật live lên đã có vài chục đến vài trăm người xem, thì còn chờ gì nữa mà không sale.

2. Kẻ Cầm Cự

Ứng dụng cho các bạn vừa làm livestream, nguồn lực chưa nhiều hoặc những bạn mong muốn livestream của mình giữ chân được khách hàng lâu hơn. Ở trường hợp này trước khi livestream chúng ta thường chơi 2 minigame nhỏ mục đích dẫn sự tương tác từ khách hàng, đặc biệt là hãy khuyến khích người xem livestream chia sẻ cho bạn bè để được nhận quà, được tham gia minigame. Đây là một yếu tố quan trọng giúp bạn có thêm nhiều người xem live hơn.

3. Chịu Đấm Ăn Xôi

Đây là 3 chiến thuật rất hay mà ngày nay ít bạn làm. Đó là không sale từ đầu mà chỉ làm minigame suốt cả buổi tiếp tục tầm vài ngày. Những buổi giống như vậy lượng share và

người xem rất lớn có thể đến vài ngàn share, lượng like page hoặc follow trang cá nhân tăng đột biến, KH tiềm năng đông, phễu được tạo ra cực lớn.

Chỉ sau vài ngày bạn khởi đầu áp dụng lại 2 trong 4 chiến thuật trên thì khá là hiệu quả. Có 4 khách của mình đã làm vậy trong 4 tuần, giờ chỉ cần bật live lên là có 1xx người xem, không cần tác động khác.

PHẦN 5: MỘT SỐ HÌNH THỨC LIVESTREAM CHO DOANH NGHIỆP

1. Phỏng vấn trực tiếp (Interview)

Trong các event launching sản phẩm, hình thức phỏng vấn trực tiếp các chuyên gia/ người qua đường phát biểu về sản phẩm giúp tăng mức độ uy tín cho doanh nghiệp. Đồng thời nâng cao nhận thức về thương hiệu đối với cả người xem và người được phỏng vấn.

2. Hỏi đáp trực tiếp (Q&A)

Đây là một chiến thuật hiệu quả cao để chia sẻ chuyên môn về một chủ đề, tạo khách hàng tiềm năng và tăng tương tác; một hình thức pha trộn hoàn hảo của nội dung bán hàng, giáo dục và giải trí cùng lúc.

3. Chương trình khuyến mãi/ Hướng dẫn trực tiếp

Ngoài việc dễ dàng sắp xếp, một video trực tiếp về sản phẩm có thể tăng lưu lượng truy cập cho tất cả hàng hoá và dịch vụ, tăng chuyển đổi bán hàng. Bao gồm một ưu đãi đặc biệt trong một sự kiện phát trực tiếp sẽ khuyến khích người xem

hành động ngay lập tức. Đây là hình thức đang phổ biến hiện nay khi xã hội đang thực hiện cách ly.

Các nền tảng e-commerce như Lazada, Tiki, Shopee đang sử dụng hiệu quả nhất hình thức này.

4. Ra mắt sản phẩm trực tiếp

Đây là một cách đáng kinh ngạc để tăng doanh số của bạn ngay lập tức. Một số thương hiệu hàng đầu có chiến thuật này, bao gồm Apple, Honda và Google.

5. Sự kiện huấn luyện, học tập trực tuyến (Education Virtual Event)

Trong ảnh hưởng của dịch bệnh, hiện tại, những sự kiện học tập, đào tạo lớn nhỏ cũng theo xu hướng chuyển một phần hoặc hoàn toàn từ offline sang online. Nếu doanh nghiệp sở hữu những sản phẩm cần hướng dẫn chi tiết đến khách hàng, hình thức này có thể phát triển thành những khoá đào tạo sử dụng, kỹ thuật máy móc dài kỳ với kinh phí thấp hơn so với tổ chức offline.

Từ các video livestream cá nhân đến các chương trình phát sóng chuyên nghiệp của các nhãn hàng lớn đang thu lại hiệu quả từ hình thức nội dung này. Với Live Streaming, nhãn hàng tạo ra kết nối thân mật trong thời gian thực với khán giả, với hỗ trợ của các nền tảng phân phối truyền thông, bất cứ nơi nào cũng có thể là địa điểm phát sóng.

Sau khi đọc hết cuốn sách này bạn đã hiểu **Livestream bán hàng là gì? Cách livestream bán hàng hiệu quả?** Cuốn sách này được biên soạn bởi ONTRAINING, bạn có thể truy cập tại địa chỉ ontraining.vn, chúng tôi cung cấp những khóa học bạn có thể tham khảo, hi vọng có thể giúp ích cho sự phát triển của bạn. Xin cảm ơn!