

“全民直播”背景下电商直播实践教学的研究

谢梅琴

(广州涉外经济职业技术学院 广东广州 510540)

摘要:近年来,在科技的不断发展下,我国网民数量与日俱增,网购也逐渐覆盖各个年龄群体,电商市场趋于饱和,纷纷朝着直播方向发展,全民直播来袭,满足了流量与变现的目标。作为电商市场发展的主要方向与趋势,电商直播备受关注。本文则遵循与时俱进的基本原则,基于全民直播背景,深度剖析了电商直播实践教学的策略,以此为培养电商人才奠定基础。

关键词:全民直播 电商直播 实践教学

中图分类号: G712 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.30.181

目前,网络技术的发展为电商直播提供了契机。近几年,电商直播逐渐打破了传统市场的经营模式,摒弃了时空所带来的限制,形成了全民直播的发展态势。现如今,市场上电商直播呈现出多样性,淘宝直播、抖音直播、快手直播充斥着广大受众,直播类型也形形色色,带动了经济发展,也实现了流量与变现的双重目标^[1]。在职业院校教学过程当中,要基于全民直播的发展特点,针对电商直播进行研究,了解学生对网络的喜爱程度以及对直播的关注特点,在教学中融入电商直播,以此提高学生的学习积极性,也推动电商直播实践教学的可行性。

一、电商直播的基本概述

1. 电商直播的含义

从理论上分析,电商直播主要是指线下商家借助网络平台,通过直播的方式推销产品,让消费者在网络直播中了解产品的属性,根据自己的购买需求合理选择商品。其中,电商直播过程中为吸引消费者,扩大销售份额,大多数厂家会采取相应的优惠对策起到吸引的目的。电商直播过程中离不开电商直播系统,电商直播系统是指在电商开通直播功能之后,帮助商家以直播的方式进行线上销售^[2]。与传统娱乐直播有着本质的区别,电商直播不仅打破了传统的营销模式,而且也能提高经济效益与社会效益,自新冠疫情以来,电商直播呈现出一片欣欣向荣之态势,越来越多的消费者纷纷通过电商平台购买产品,小到食品,大到家电,电商直播成了当前人们讨论的内容。

2. 电商直播的类型

电商直播在经不断发展与升级改进过程中,形成了三种类型。①电商平台+直播模式。这种类型是建立在具有消费

基础的电商平台上,具有代表性的有淘宝、天猫、京东等,电商平台与直播模式相整合,不仅可以为消费者提供丰富的产品,也能凭借多年的良好信誉吸引消费者喜爱,促使消费者产生购买欲望。②专业电商直播。这种模式主要聚集在某大类产品,如像化妆品、衣服等。③电商直播模式。电商直播模式是基于直播软件所形成的一种新型模式,其消费群体为社交软件的用户,通过社交软件传播自己的产品,并针对性地为消费者展开产品介绍,如抖音直播、快手直播等。

3. 电商直播的作用

在全民直播背景下,电商直播如航海中的指明灯,将所有的船只汇聚于此。电商直播与传统电商相对比优势众多,并主要表现为三点。①电商直播过程中,更加生动且直观形象,能够实现主播与受众的互动。与传统线上平台对比,电商直播可以通过以身试验的方式为消费者介绍产品的基本属性,相较于平面图片更加直观,可以让消费者从不同的角度了解商品的实际情况^[3]。除此之外,在直播过程之中,主播通过系统且具有逻辑的话术能够带给消费者一定的情绪感染,甚至还可以得到消费者的及时反馈,拉近与消费者之间的关系,获得消费者或用户的反馈。直播结束之后,如果消费者对本场直播感兴趣,还可以采取直播回放的方式,以此从根本上打破了时空所带来的限制,也能将直播的作用发挥得淋漓尽致。②直播是建立在互联网之上所形成的一种营销方式,电商直播在发展及改革过程当中延伸了互联网的作用与价值,通过视频的方式开展网上直播,由主播将产品的属地、使用方法、购买链接、优惠活动等一一告知给消费者,或者打到屏幕之上,营造良好的直播氛围,完成销售目标。③电商直播具有独立自主性,这是传统直播无法比拟的,而

这也在一定程度上决定了电商直播的多重用途。电商直播不仅可以为受众带来更多的产品，也能服务于社会公众，甚至还可以形成社会舆论，在社会中引起反响。

4. 电商直播的要求

在内容上，电商直播主要是对产品进行销售，与消费者联系得更加紧密，实现与消费者的互动，促使品牌效应更为明显，产品更加立体化^[4]。特别在全民直播背景下，众多优秀的主播出现在人们视野之中，电商直播面临机遇，同时也面临挑战。面对这种情况，要明确其要求，并从以下几点出发，保证每一场直播具有直观性、系统性与全面性。①合理选择主播：主播至关重要，主播是电商直播中的主体人物，通过话术以及情绪感染，为消费者介绍产品，提高消费者的购买欲望。在选择主播时，要以线下销售经验为主的主播为主，且主播不仅要对商品熟悉，基本功扎实，而且还要具有一定的大众熟识度。在近几年诞生了众多网红主播，如李佳琦、罗永浩等，这一类主播具有优秀的主播技巧，主播水平较高，所卖产品的热度远远高于其他主播，在介绍过程中，不仅能够让消费者更加信任，而且也能为消费者讲解更多与商品相关的知识，其销售额高于其他网红主播。②明确直播要求：产品不同，行业不同，所提出的直播要求也有所不同，在此背景下要明确客户的范围。如果直播内容为化妆品，其客户范围以20-40岁女性为主，在选择主播时都要选择皮肤状态良好以及气质优雅的女性，以此可以让客户快速产生代入感，并形成一定的购买欲望与购买冲动。③确定直播脚本：如今大多数直播具有脚本，如果消费者觉得直播过程比较自然，则说明直播脚本是成功的，在直播之前需要明确本场直播的脚本，并确定商品的品类、价格、卖点、优惠等。在直播过程中依据脚本，以提高消费者吸引力为主，或者以优惠政策为载体，吸引目标客户。④设计直播封面：直播封面同样至关重要，只有让受众一目了然才能进入到直播间，形成潜在客户，对此要加以重视，在每次直播之前需进行不同的尝试，保证封面的新颖性、创新性与合理性，在优化中达到最佳状态。⑤完善直播内容：直播内容关系到了直播效率，在直播过程中对团队提出了一定的要求，要保证团队配合的紧密性，无论是从选品还是到产品包装，主播都要在团队的引领中营造良好的气氛节奏，并从每一个环节入手，保证直播内容的针对性。

二、电商直播在电子商务应用中的意义

1. 创新发展的形势

当前，人们已经进入了信息化时代，手机、电脑已经成

为人们沟通交流的重要载体，在等地铁、等公交过程中人们会刷抖音、看新闻，全民直播背景下越来越多的直播平台纷纷诞生，其中具有代表性的有虎牙直播、抖音直播等，这一类直播是建立在软件基础之上的，不仅可以直播卖货，而且也能播放短视频，吸引消费者以及目标客户的关注。小到学生，大到老年人，观看直播成为人们闲暇时刻的一种休闲方式。其中，将电商直播与电子商务相互整合，不仅可以促进双方共同发展，而且也能紧跟时代发展的潮流，实现电子商务教学的变革。

2. 促进社会经济的发展

全民直播背景下，电商直播成了推动社会经济发展的重要方式之一。在直播刚刚盛行的阶段，人们通过拍摄视频短片记录生活，吸引人们的关注，在伴随着经济的发展下，各类带货主播纷纷出现，通过短视频吸引受众的关注，定位目标客户，为其推荐产品，以此提高产品的销售量。例如，网红主播李佳琦直播产品多为化妆品，每场直播观看人数达到上千万，但仍有众多消费者连连吐槽抢不到，如此可了解到直播所带来的重大影响力。特别在近几年疫情的影响下，乡村振兴口号提出后，帮助贫困地区进行农作物销售也成了电商直播的一种方式，在社会背景以及主播宣传的同时，人们会争相购买农产品，甚至还会出现供不应求的现象，这不仅体现了人们对电商直播的依赖，也能明确表明电商直播会推动社会经济的发展与进步，而这正新时代电子商务所学习的内容，实现电子商务教学与电商直播的相互整合能够促进经济发展，带动经济流通。

三、电商直播与实践教学融合所存在的缺陷

1. 缺乏对电商直播的认知

大多数师生在电子商务理论方面缺乏深度研究，虽然全民直播已经成为目前的重点，但是部分学校未从根本上出发，没有经过实地考察便会购买直播设备。虽然实现了教育的现代化与信息化，但是却缺乏对电子商务理论以及电商直播的认知，盲目跟风现象严重。除此之外，在电商直播建设过程当中，教育观念与教育理念同样至关重要，然而大多数师生对其缺乏认知，部分师生认为电商直播与实践教学融合主要是更新直播设备，改变上课模式，在上课中讲解直播相关内容即可，甚至还会随意选择一名学生作为主播带货。虽然这符合电商直播的基本要求，但是却没有从深度角度出发，对电商直播与实践教学的共通点进行分析，无法真正地将电商直播的作用充分发挥出来。

2. 缺乏总体的规划与研究

部分学校为实现电商直播实践教学的可行性纷纷构建了

电子商务直播课程,但是在初期却缺乏总体的规划,出现重网络设备、轻应用系统的不良局势。且学校没有从市场角度出发,没有掌握第一手动态与资源,所售卖的产品已被社会所淘汰,重复投资现象十分明显。

四、电商直播与实践教学融合的对策

1. 开展实践教学

现如今,乡村振兴已经成为电商直播中的一部分,对此为顺应时代发展的要求,教师可以带领学生深入乡村开展实践教学,真正地实现电商直播与实践教学的相互整合。一般而言,大多数主播在售卖商品之前会对产品进行试用,通过亲身实践的方式,能够让学生对电商直播有更加深刻的认知。比如,可以让学生根据在乡村所见所闻,拍成视频,形成营销方案与营销策略,通过短视频与直播结合的方式进行直播带货,吸引更多的人观看,学生可以拍摄农民种地的画面,采摘的画面等。如果当地盛产砂糖橘,学生可以将砂糖橘的视频及时地发布到社交平台之上,将热卖转变为裂变传播,以此在增加售卖量的同时也能够扩大曝光度。开展实践教学的目的,不仅为了展示乡村产品,更重要的是让产品及时的销售出去,避免当季产品滞后,对农民造成经济损失。实践过程当中,教师要引导学生完善营销规划,将社交账号作为小型的公司,采取模拟经营的方式,从策划到销售,明确流程,提高电子商务能力,让学生在实践中提升营销能力、策划能力、沟通能力以及社交能力,在无形当中引导学生对电子商务有更加清晰的认知与理解。

2. 创新教学方式

在全民电商背景下,为充分发挥出电商直播的作用与价值,则需创新教学方式并做到几点。①以直播营销课程为主,创新教学内容,在电商直播下,主流营销模式备受关注,品牌营销、新媒体营销便是其中的一部分,电子商务的学生要提高软文写作能力、策划能力、团队能力,采取体验式营销、情感性营销等多种方式,以此打造直播营销课程体系。②完善数据库应用与管理课程体系,电商直播当中,电子商务实践教学需要从时代出发,加强对大数据技术的结合,并依据大数据核心选择数据库工具,有效分析目标人群的共同点,做到引流。③创新教学方法,提高学生的兴趣,这是至关重要的内容之一,在教学当中,可以采取校园模拟电商平台实训方式的方式展开教学,可以应用淘宝或天猫作为校内模拟学习,采取情景教学、案例教学、任务驱动法教学等多种方式,遵循人本理念,提高学生的积极性,让学生在体验直播带货中增强体验感。④完善校企合作模式,目前

职业教育的校企合作要将产教融合作为核心,并找准利益的结合点,其中在电商直播当中通过校企合作模式可以构建实践实训基地,完成理论教学与实践教学的整合。学校、政府、企业要形成深度合作,搭建电商直播的桥梁,解决毕业生就业问题,同时还要构建产教融合下的电商直播人才培养基地,真正地将实践项目也变得常态化,完善实训条件,推动实践教学的可行性。

3. 提升学生思想水准

为真正地做好电商直播与实践教学的整合,要从不同的角度出发,不仅要引导学生对直播有更加清晰的认知,能够深入直播当中提高直播能力,而且还要做好后续各类工作,如学会视频剪辑、商品拍摄等。PS技术是学生掌握的技能之一,对于电子商务的学生而言,需要对PS的各个功能加以了解,做好图片的美化、视频的剪辑,或采取滤镜叠加的方式,展现不同的图片效果,在实践教学当中,可以通过短视频与直播相结合的方式,由短视频吸引受众,让受众在最短的时间内进入到直播间之中,而为吸引受众,最主要的目的便是保证短视频制作的精良,这则离不开学生视频剪辑与商品拍摄。其中,学生可以在实践中拍摄搞笑的视频或让人赏心悦目的美景,由教师给予学生视频与图像的引导教学,提升学生的审美力度,并增强学生的思想感悟,以此保证所制作视频与拍摄图片的精良,为接下来的直播教学而奠定基础。与此同时,在电商直播过程当中,要通过模拟的方式提升学生的体验感,模拟过程中需要以团队为主要载体,从产品的选择、策划、设计流程、脚本等多个角度出发,保证直播前期准备的完善性,并在合适的时间点开始直播,直播过程之中要合理选择主播,保证所选择主播话术准确,沟通流畅,在团队的配合下,能够营造良好的氛围,吸引消费者与其产生互动,在互动中提高购买能力。

参考文献

- [1]邱碧珍.直播电商在农产品电商中的应用分析[J].农业展望,2020,16(11):129-133.
- [2]王莉,薛清华.电子商务直播人才培养策略初探[J].职业技术,2021,20(06):25-29.
- [3]耿旭蓉,郝志瑞.零售数字化转型视域下电商直播营销体系架构[J].商业经济研究,2021(13):79-82.
- [4]李双.电商直播背景下高职电商人才职业能力探析[J].中国市场,2021(28):193-194.