



直播不能光靠口说，还需要现场试用产品，用使用效果征服客户的心，吸引大家购买。



两小时的直播，张子健销售突破80000元。

商场柜台变直播间 店长当主播 一场带货20万

■文/记者 杨天娇 图/记者 吕世银

在十堰，各大商场一直依靠线下客源。疫情发生后，宅在家“云逛街”成为很多人的消费新方式，走货最快的“直播带货”活动受到众多商场的青睐，从最初的“试水”阶段到如今的一场直播带货近20万元。

近日的一个晚上，武商集团十堰人民商场雪花秀专柜开始了一场直播，这个说话带着东北腔、瘦高的小伙张子健就是当晚的主播。懂得适时调节气氛的他，通过专业的成分讲解、真实的感官体验和有效的互动让当晚的线上销售额突破8万元。

“我喜欢美妆，它让我变得更精致。”张子健今年23岁，在雪花秀品牌工作一年多，现在是武商集团十堰人民商场雪花秀专柜店长。疫情防控期间，他变身“带货主播”，效果很好，被评为雪花秀华中区的直播达人。

对于直播，张子健表示，这只是自己工作的一部分内容，他想尽力把每一场直播活动做好。“直播开场时最累，中间时段十分考验主播的互动和调节气氛能力。”张子健说，自己没有为每场直播写“剧本”。直播中的产品讲解，都源自他平时工作中的钻研，再加上有趣的说话方式和巧妙地互动，一场至少两小时的直播里，张子健表现得自信从容。

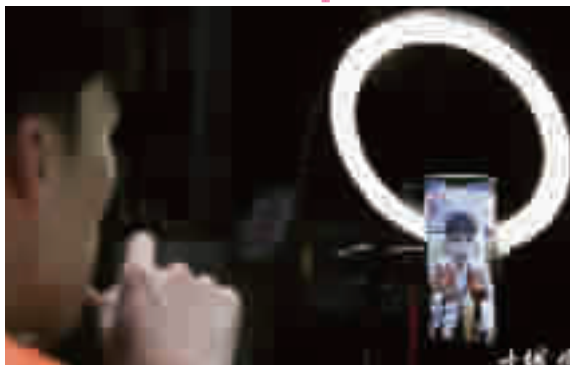
疫情发生前，张子健没有直播过，但平日里，他很喜欢浏览各大美妆博主的推荐视频，以及试用品牌全线商品。正是这些美妆知识的积累，为他做好每一场直播打下了基础。“看网红博主的视频，让我学会为消费者推荐产品的技巧。我使用过雪花秀所有的产品，亲身体验让我的推荐更具说服力。”张子健告诉记者。

据了解，从2月中旬开始，张子健为雪花秀品牌直播30多场，平均每周在淘宝平台直播4小时以上，每场观看人数5000人左右，最高的一场带货20万元。

与张子健一样的主播，在十堰各大商场中有很多。疫情防控期间，“直播带货”成为热词，武商集团十堰人民商场几乎所有的品牌都做出调整，线上直播销售成了必须选。此举不仅跟随潮流，采用了最新的销售模式，也有利于通过网络将商品推荐给顾客，让消费者“宅家”购物。记者了解到，今后，武商集团十堰人民商场还将继续开展线上直播。



直播前，张子健先给自己画一个精致的妆容。



在外人看来，主播这个行当有巨大的光环。但是只有主播自己清楚，站上这块高地的不易。

对于直播带货的产品，张子健如数家珍，侃侃而谈。

