

高职网络营销课程引入“直播电商”项目的教学实践研究与思考

李炫锦

南京金陵高等职业技术学校, 中国·江苏 南京 210000

【摘要】本文结合开发直播电商项目教学的实践经验,论述了直播电商项目在教学中的具体实施步骤及师生需要注意的关键问题,同时也指出了该项目教学存在的一定的局限性并提出相关建议。

【关键词】直播电商; 教学实践; 实施

【项目】2020年度全国职业教育科研规划课题立项课题: 高职网络营销课程引入“直播电商”项目的教学实践研究(项目编号: 2020QZJ088)的研究成果。

近年来直播电商已经成为最炙手可热的新零售创新运动。2020年,由于疫情的影响下的“宅经济”使直播行业呈现爆发式增长。据公开数据显示,截至2020年12月,直播电商行业用户规模达3.88亿人次,重点监测电商平台累计直播场次超2400万场。《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年12月,电商直播用户规模为3.88亿,较2020年3月增长46.42%,同时微热点大数据研究院统计,“直播+购物”模式的热度最高,热度指数高达77.68;线上购物直播观看人数也实现稳步增长,由此可见,未来观看直播购物将成为消费者的线上购物习惯,直播电商将蓬勃发展。因此,社会对电子商务专业的人才需求量也会越来越多。

纵观社会当下的直播电商的发展态势,更为我们职业学校电子商务专业的毕业生拓宽了就业路径。中等职业学校是基层应用型人才的培养基地,培养的是掌握初级技能,同时能够服务于生产、一线工作的人员。网络营销课程作为电子商务专业的核心课程,是帮助该专业学生明确电子商务营销基本理论,掌握电子商务营销技能的必要的课程,在整个电子商务课程体系中占有着举足轻重的位置,因此引入直播电商项目的网络营销课程教学实践研究具有鲜明的现实意义。

1 直播电商项目教学

直播电商项目教学是指在由教师布置直播任务,学生根据任务的要求分成项目小组,然后根据自身的学习兴趣和特点,对直播活动进行具体分工,并围绕既定的目标自行计划、实施和评价直播任务的教学活动。整个教学活动由教师指导,学生主导,进而激发学生的学习兴趣与动力,达到良好的学习效果。

2 直播电商项目教学的具体实施

2.1 布置任务

教师在布置任务内容的时候要尽可能的考虑学生的兴趣偏好,在制定任务目标的时候要结合学生的学习能力,这样学生

接受任务后就更容易进入状态,才能积极努力的完成任务。

2.2 制定计划

2.2.1 教师在布置任务之前要让学生明白直播带货的基本流程。虽然我们的学生每日可见各种APP的直播销售,看似相当熟悉,却未必清楚直播销售具体要做什么,怎么做。基本流程如图1:

2.2.2 细化和明确具体的任务

(1) 选择直播平台

常见的流量最大的直播平台有淘宝,抖音,快手等,其次是小视频,西瓜视频,B站等。那么学生可以通过自己对平台的熟悉程度来作出选择,同时也要考虑到货品的需求顾客更倾向于使用哪种APP。

(2) 选择货品

直播带货选品要遵守几个原则:

①与账号定位属性相关联,系统才会根据你的垂直内容贴上精准标签,将视频推荐给更精准的粉丝。

②亲自试用产品,只有自己使用过产品,才能知道它到底是不是一款好产品,是不是适合你的粉丝消费群体需求,有哪些特性,该怎么使用,直播时怎么去给粉丝讲解和推荐。

③选择高性价比直播带货产品,不管是哪个平台,高性价比的产品都会更占优势。一般要做到高性价比就需要一手货源。在实践教学,一般鼓励学生选择学生喜爱的性价比较高的产品。

(3) 搭建直播团队

一般来说,效果较好的直播团队需要六种岗位的组合,学生可以根据自己的特长与偏好选择岗位,合理分配任务,遵守岗位职责。组织结构图2:



图2

(4) 布置直播场景

直播间一般以浅色或纯色背景墙为主,以简洁,大方,明亮为基础打造,不能过于花哨,以免使顾客反感。同时也需要根据当期直播的主题来点缀背景墙。

(5) 直播互动

直播开播前要做好充足的准备,选择粉丝观看直播的高峰期播出,每次播出的产品不要超过两款,以主推的爆品为主,介

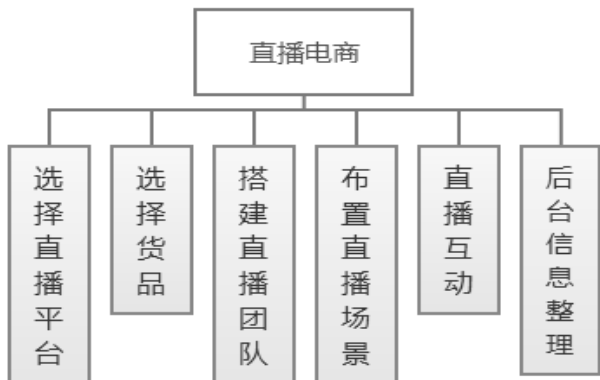


图1

绍产品特点, 强调该产品相比于其他同类产品的特殊性, 并现场亲自体验产品, 传播专业知识等。同时要制造舆论, 夸奖产品的评论一定要读出来, 增强顾客对产品的信息, 与客户及时互动, 加强用户参与感。

(6) 后台信息整理

收集和整理粉丝的反馈信息, 及时改进, 努力做得更好。

2.2.3 整个直播活动需要的设备和预算规划

明确直播活动必须的设备, 技术与资金, 学生需要理清哪些是现有的, 哪些是可以借到的, 哪些是可以寻求帮助的, 哪些是必须要购买的等等。

2.3 任务实施

每个项目小组根据团队拟定的计划着手准备, 充分发挥小组成员的主观能动性和团队合作精神。任务的实施主要经过三大步骤: (1) 直播方案策划, 主要包括确定主题, 目标设定, 文案台词的撰写以及互动的设计。(2) 直播方案实施, 主要包括商品讲解, 现场促单, 与粉丝互动。(3) 直播结果反馈, 主要包括数据分析和售后服务。

2.4 任务评价

主要通过学生自评和教师点评两种方式进行。自评主要是预期目标是否达成, 找出直播中各环节存在的问题, 总结经验和教训。教师点评主要是提出各小组任务实施中需要改进的方向以及学生创新之处的点赞。

3 直播电商项目教学实施的基本要求

3.1 教师层面

(1) 直播电商项目教学对教师的素质要求较高, 教师不仅要具备扎实的营销理论基础还需要有企业经验或者企业的技术培训。因此, 本课程的专业教师要利用寒暑假开展下企业实践, 接受直播电商的培训, 参与企业直播电商, 熟悉直播电商的流程, 记录和采集直播环节中精彩的片段作为教学展示, 从实践中提炼总结直播的各种技巧以及存在的问题, 从而形成与课程内容相对地教学内容。

(2) 在直播电商项目教学过程中, 教师给学生抛出任务后, 要摆脱当“店长”的嫌疑, 而是当小店的“顾问”。要将整个任务的策划与实施完全交给学生去学习摸索, 教师要敢于站在学生的身后耐心的观察和等待, 给学生足够的空间和时间去发挥他们的特长, 激发他们的创新思维。当学生面临困难的时候, 教师也不能直接指出问题所在, 而是要引导学生自己去发现问题, 然后与学生一起去分析问题, 最后辅助学生解决问题。整个实践环节都应该让学生主导, 这样可以有效的抑制学生的依赖情绪, 主动或被动的承受压力, 然后将压力变成自主学习的动力, 开拓思维和眼界。

(3) 教师还要在学生的实践环节中给学生设置任务结点, 并扮演督导的角色, 在每个结点来临之际催促学生保质保量的完成, 提前完成的给与积分奖励, 延迟完成的将受到小小的惩罚。

3.2 学生层面

(1) 充分准备。凡是预则立, 不预则废。短时间的直播看似所含的内容不多, 其实准备工作可能需要几十倍的时间, 所以直播前的准备要下功, 直播方案的策划, 平台的选择, 广告文案的设计, 设备灯光的支持, 拍摄剪辑的水平, 主播的口才表达和应变能力, 直播间互动的相关活动等等都需要做足功课。

(2) 及时充电。理论知识是对经验的高度提炼和总结, 偏向理论, 经验来自于实践, 是依据过往事例的处理方式对现在决定的一种支持。所以学生所学的理论知识应对现在的每日更新市场是相对滞后的, 当学生在实践环节遇到困惑的时候除了求助老师, 还需要学生利用课余时间通过实地调研和阅读相关材料进行补充, 特别是每个实践环节的细节都需要学生细细琢磨, 心领神

会, 才能顺利的完成任务实践。

(3) 团队协作。首先小组的每个成员要明确自己的岗位职责, 除了完成自己的岗位任务, 还需全力配合其他岗位的需要。店长要承担任务实践的组织协调, 根据小组成员的性格特点以及才艺特长分配岗位, 让每一个员工都能各尽所能, 扬长避短。

(4) 成本控制。直播间的创建和运营是需要一定的经费的, 学生的实践活动经费是有限的, 因此学生要学会利用现成的资源, 比如设备可以选用团队中摄像清晰度高, 流量最快的一部手机; 由于我们的学生在上网络营销课程之前已经学过商业美工这门课程, 好多学生掌握了绘制手工展板的能力, 因此直播间的场景布置可以自己设计, 自己制作; 有些学生的业余爱好是摄像摄影, 那就能在拍摄上大展身手。

4 直播电商项目教学中存在的问题及相关建议

(1) 课时问题。在网络营销课程中引入直播电商项目势必压缩了学习理论知识的课时, 部分学习能力较差的学生在较短的时间内掌握网络营销的专业理论知识还是存在困难的, 没有专业的理论知识做指导, 学生是很难开展任务实践的。任课教师在学生讲授理论知识的时候要要多关注学习能力较差的学生, 利用课余时间帮助他们及时消化, 同时在其学习实践的环节给与相关的提点。

(2) 分组问题。电子商务专业的每个班级的学生的实操能力是参差不齐的, 由于学生的动手能力在理论学习阶段是显现不出来的, 再加上小组的成员是学生自行组队, 难免会出现实力特别强的小组和实力特别弱的小组, 这样会产生两种极端的现象: 一种是强组按时甚至提前并高质量的完成任务, 另一种是弱组迟迟完成不了任务。为了防止极端现象的产生, 教师须要求各小组在任务开展初期及时提交直播方案的策划书, 从而测评小组实施方案的可行性。

(3) 经费问题。一门课程的实践教学环节的经费是相当有限的, 所以关于货品的选择也只会停留在模拟产品阶段, 直播间的场景选择也只会利用教室一角进行布置。解决经费问题的最好办法就是与企业合作, 校企合作还需要校方及专业教师的积极努力。

(4) 突发事件应对问题。由于整个实践环节属于模拟实践, 因此直播间与客户互动的环节也只能走形式, 不会产生突发事件, 学生应对突发事件的能力得不到锻炼, 同时影响了任务事件的最后环节数据整理与反馈的进行。当学生通过直播电商的实践学习, 掌握了直播电商的基本流程, 就可以在综合实践课程教师的指导下, 开发系部的玖悦生活馆的线上直播, 体验真实的电商直播实践。

5 结语

直播电商给网络营销的发展带来了新的机遇, 相比于传统电商下的单一产品推广形式, 直播电商系统的方式能够允许互动双方根据现场情况进行实时问答, 彼此之间可以通过丰富的言语、视频等表达方式进行信息传递, 使得销售变得更加立体化, 前景相当可观。同时也拓宽了高职电子商务专业学生的就业渠道, 新增了主播、场控等岗位。为学生谋出路是教师的职责所在, 因此将直播电商项目引入网络营销课程的教学无疑是利好学生的, 也是市场对人才培养方案提出的新的要求。

参考文献:

- [1] 王昂. 新媒体环境下校企合作电商直播人才培养模式研究[J]. 质量与市场, 2020 (09).
- [2] 刘涛, 苏凡博, 曾岑. 直播电商人才培养: 传媒教育的机遇与挑战[J]. 青年记着, 2020 (10).