业务材料 · 导读

本册导读 · 佐川眼镜直播归因分析

用途：一份复盘加两张台账，回答「看数据的时候能不能分清哪些变化是自己造成的，哪些不是」。

材料	内容
02 佐川眼镜直播归因分析	归因边界、四类高频疑问台账、5 分钟响应线、4 周运营周表、月度汇总表、复盘五段式、边界与改进项、迁移千川对照表

口径：周表 W1 与 W4 的首尾值来自实习记录（27→35 单、200→250 元、平均停留约 2:00→2:30）。中间两周、四类疑问条数和 5 分钟响应率是按当时记录方式还原的过程值，用来展示台账字段与归因动作，对外只报首尾两个数。订单和客单价是整场结果，同期还改过话术、连带和排品，不单独归因到个人。

联系：13309640858 · qr112516@163.com

业务材料 · 02

02 · 佐川眼镜直播归因分析

结论先说：这场直播里，我能认领的只有两个动作——用户高频疑问的传递效率、换品节奏。订单和客单价的变化是整场结果，里面有货品、价格、主播状态和流量的共同贡献，我不把它算成自己一个人的功劳。这份复盘的重点是把「哪些变化能归因、哪些不能」写清楚，以及这套动作怎么搬到千川素材上。

一、观测对象与数据口径

项	数值	口径
直播间起点	零粉新号	从 0 起号，非成熟账号
场均订单	27 单 → 35 单	周期前后对比，场次记录，非严格 A/B
客单价	200 元 → 250 元	同上；含连带与商品结构变化
单场峰值在线	突破 10,000 人	平台后台当场记录
平均停留	约 2 分钟 → 2 分 30 秒	场次对比，与话术调整同期发生

口径提醒：以上是周期对比和场次记录，不是控制变量的实验结果。同期还改过话术、连带和排品，所以只能说「这些变化与动作同期发生」，不能说「动作带来了多少订单」。这点在对外材料里也不包装。

二、先划清归因边界

环节	谁负责	是否纳入我的归因
投流与进人	平台流量 / 投放侧	❌ 不纳入
商品价格与货盘	店铺	❌ 不纳入
主播表达与状态	主播	❌ 不纳入
评论区、私信的实时反馈收集与传递	**我**	✅ 纳入
换品节奏与互动引导配合	**我**	✅ 纳入

把边界先划出来，后面的结论才站得住。业务沟通里最容易被追问的就是「这个数是不是你做的」，与其被问出来，不如自己先写。

三、归因链路

```
三屏监测（评论区 / 私信 / 后台）
        ↓ 实时归类
高频疑问四类台账
        ↓ 5 分钟内同步
主播调整讲解重点 + 换品节奏
        ↓ 观测
停留时长 / 互动密度 / 当轮成交
        ↓ 散场
整场诉求汇总 → 运营台账 → 下一场话术与介绍顺序
```

每一场直播都在给下一场攒素材，不是散场就结束。

四、四类高频疑问台账

类别	典型提问	传给主播的动作	反哺到下一场
镜框款式	「这个框还有别的颜色吗」「有没有细边框」	当场补讲款式差异，切换展示样品	把款式对比前置到开场 3 分钟
脸型适配	「圆脸戴会不会显脸大」「方脸适合哪种」	请主播按脸型分类讲，不再逐个答	做成一张脸型—框型对照贴片
度数配置	「高度数能不能配」「散光加不加钱」	转给主播报配置规则，避免口径不一	写成固定话术，减少重复答疑
价格售后	「能不能便宜」「坏了怎么换」	统一售后口径，不在直播间临时议价	沉淀成 FAQ，贴片常驻

四类不是拍脑袋分的是当场记录归出来的。它们后来有两个用处：一是直播间话术库，二是小红书 KOC 笔记的选题来源——用户在笔记评论区问的也是这几个问题。

五、直播运营周表（4 周）

当时是按周记的。一张表只回答两件事：这周改了哪一处，改动之后哪几个数跟着动了。字段沿用场次记录表，按周汇总。

结果指标

周次	场次	场均订单	客单价	平均停留
W1	8	27 单	200 元	约 2:00

周次	场次	场均订单	客单价	平均停留
W2	9	29 单	215 元	约 2:08
W3	9	32 单	232 元	约 2:20
W4	10	35 单	250 元	约 2:30

过程指标与动作

周次	四类疑问记录（款式 / 脸型 / 度数 / 价格售后）	5 分钟内被主播答上	这周只改一处	下一周带进开场
W1	22 / 14 / 18 / 26	55%	只盯评论区，没有归类表	先建四类台账
W2	31 / 20 / 25 / 30	72%	四类归类表上线，散场汇总	款式对比前置到开场 3 分钟
W3	28 / 24 / 27 / 22	86%	脸型—框型对照贴片、售后 FAQ 常驻	度数配置写成固定话术
W4	24 / 21 / 19 / 20	91%	换品节奏配合，同类镜框不连讲超过两轮	散场台账直接变下一周开场脚本

读表方法：每周只动一处，同时改三样就说不清是哪个动作起作用。「5 分钟内被主播答上」是我自己定的验收线，当场能查；四类疑问条数往下走不等于问题变少，是重复答疑被固定话术接走了。

口径：W1 和 W4 的订单、客单价、停留来自实习记录里的周期对比值（27→35、200→250、约 2 分钟→2 分 30 秒）。中间两周、四类疑问条数和响应率是按当时的记录方式还原的过程值，用途是展示台账字段与归因动作。对外沟通只报首尾两个数，不报中间过程值。

六、月度汇总表

指标	期初 W1	期末 W4	变化	我能认领的	不认领的
场均订单	27 单	35 单	+8 单	反馈传递效率、换品节奏与变化同期发生	流量、货盘、价格、主播状态
客单价	200 元	250 元	+50 元	不认领	连带与商品结构调整
平均停留	约 2:00	约 2:30	+30 秒	5 分钟响应线、开场前置款式对比	当天进人质量

指标	期初 W1	期末 W4	变化	我能认领的	不认领的
高频疑问 5 分钟内响应	55%	91%	+36 个百分点	四类台账与固定话术	主播表达
单场峰值在线	—	突破 10,000 人	单场记录	不认领	平台流量与投放

这张表只想说明一件事：能归因的只有传递效率那一列。订单和客单价放在这里是让复盘完整，不是为了往自己身上算。

七、两条自检标准

当时给自己定的验收线只有两条，都是能被当场验证的：

1. **用户提出的高频问题，有没有在 5 分钟内被主播回答过**。没答上就算这一轮传递失败。
2. **换品的时候有没有视觉疲劳**。同一类镜框连着讲太久，停留就往下掉，需要穿插不同形态的展示。

这两条直接作用在停留时长上，比「感觉今天氛围不错」可核查。平均停留从约 2 分钟到 2 分 30 秒，愿意听完一轮讲解的人多了，成交才有机会发生。

八、复盘五段式

段	内容
目标	让进来的人愿意停下来听完一轮讲解
动作	三屏监测、四类归类、5 分钟内同步、换品节奏配合、散场汇总台账
结果	停留约 2 → 2.5 分钟；场均订单 27 → 35、客单价 200 → 250（整场结果，不单独归因）
归因	可归因：反馈传递效率、换品节奏。不可归因：流量、货盘、主播状态、价格
可复用项	高频疑问四类台账、5 分钟响应线、散场台账回灌下一场

九、边界、没做好的地方、下次怎么改

- **单次 KOC 投放拿不到完整闭环归因**。小红书到店铺的链路太长，中间会漏，所以我对外只讲曝光 25 万、互动 4,200+，不把它包装成 GMV 结果。同期活动 800+ 人参与、话题曝光 12 万，同样只报可核查的量。
- **归因链路当时没提前铺**。如果重做一次，会在开投前先跟店铺谈好专属暗号或落地参数，把「哪篇笔记带来哪个人」先建起来，而不是投放结束后再想怎么算。

- **方法深度还有缺口**。能做周期对比、分档统计和台账归因；要做用户流失预测或复杂归因建模，还得继续学。这一条不藏。

十、搬到千川素材上，怎么对应

佐川直播当时	千川素材岗对应	沿用哪条方法
评论区 / 私信 / 后台三屏	素材评论区 + 投放后台 + 直播间进人数据	多来源合并看，不只看一个后台
四类高频疑问台账	四类用户异议台账：成分看不懂 / 适合谁 / 怎么用 / 值不值	把用户原话归成类，再回灌脚本
5 分钟内同步主播	素材进人后前 3 分钟直播间承接话术	给传递动作定一个可核查时限
平均停留 2 → 2.5 分钟	3 秒完播率、进直播间率、成交转化	逐环定位，改哪一环有对应动作
散场台账回灌下一场	每条素材按版本号归档 + 投放结果回灌模板库	一次投放给下一批攒素材

一句话：直播里我练的是「把用户原话变成下一轮内容输入」，千川素材要做的也是这件事，只是把「下一场直播」换成「下一批脚本」。