

徐亮从工艺玻璃领域转战花卉电商赛道。两年多的时间,他打造出自有品牌,还通过直播日销鲜花绿植1500多单——

## “庭艺哥”的小院直播间

本报记者 田真 本报通讯员 穆尚 摄影报道

### 1

#### 养花达人想做电商 网上学习拍摄技巧

43岁的徐亮之前一直从事工艺玻璃贸易行业,闲暇时间最大的爱好就是养花。通过养花,徐亮不仅缓解了压力,陶冶了性情,还积累了非常多的养花知识。

“之前还在网上和全国各地的花友们交流养花知识,算是为电商创业积累了一定的粉丝量。”徐亮说,后来做工艺玻璃贸易出现了瓶颈,干脆改行卖起了多肉绿植。

有不少朋友向徐亮请教养花知识,还有人建议他拍成短视频发到网上教大家养花,并利用直播流量拉动花卉销量。

2021年10月份,徐亮开始在快手账号上发布视频,发布的第一个视频是讲龙船花如何换盆养护的。当时的他根本不知道怎么拍视频,镜头里只有一盆龙船花,做剪辑时画面上还密密麻麻写满了各种注意事项。

短视频发出后,没有任何浏览量。“在网上教大家种花的账号太多了,从这个赛道中脱颖而出不容易。”

第一次尝试后,徐亮发现自己太多的不足,于是就上网学习各种拍摄技巧,比如怎样用全景视角去呈现院子里茂密盛开的鲜花,怎样在视频中插入文字和声音才能让受众耳目一新,怎样用固定机位拍摄人物看起来更自然……

“一边学习,一边实践,把拍完的视频一遍遍地反复看,和别人的‘爆款’进行细节比对,发现不足就赶紧记下来。”慢慢地,徐亮也琢磨出了一些门道。“除了保证画面清晰,标题也非常重要。标题最好带数字,最好是问句,还要做到言简意赅,这样就有更多的浏览量。”

后来,一条关于金钱树养护的视频,一经发布就冲上了热搜,收到了8000多的点赞量和3000多的收藏量。这给了徐亮更大的信心,也让他乐此不疲。

### 2

#### 瞄准固定客户 错峰直播养花

随着粉丝不断增多,徐亮动起了平台

“大家好,欢迎来到我的直播间,现在跟大家分享一下,夏天如何正确地给杜鹃花浇水,才不会出现黄叶、落叶等情况……”早上6点半,在“庭艺哥教养花”的直播间里,主播徐亮正捧着一盆杜鹃花,对着镜头讲解养护的细节知识。



徐亮在院子里修剪花卉。

直播带货的念头。

首场直播的场景,徐亮至今还记得。“直播间里就几个人,面对镜头自己手足无措,一开口就磕磕巴巴,一场直播下来根本不知道说了什么。”经历了这一次的尴尬后,徐亮开始蹲守在其他知名主播直播间里,学习直播技巧。

“单纯讲怎么养花,我是轻车熟路。这些都是我多年在养植中学习的经验和得到的教训。最难的其实是如何把握好直播

的节奏,让直播间的用户有更好的体验。”

徐亮直播的地点选在了自家的院子里,60平方米的院子放满了大大小小的花,总共有600多盆,主要是草本、木本、多肉等。

鲜花馥郁,庭院飘香。每天6点半到11点半,徐亮就会固定开播,持续直播5个小时。

提到为什么要在早上和上午直播,徐亮告诉记者,现在业内的知名主播大多晚

上上线,会吸引平台的很多流量,造成中小卖家直播间流量稀少。他选在早上直播,主打一个错峰。徐亮进一步解释道,虽然这时平台的整体流量较少,但上线的主播也不多,聚集的流量反而是增加了,再加上绿植的消费者主要是50岁到60岁的人群,他们习惯于早上看直播。

### 3

#### 客户反馈需上心 细节决定成败

两年多的时间,徐亮由最初的新手成了现在的直播达人,其爽朗、接地气的直播风格和专业的讲解受到了很多网友喜爱。“庭艺哥教养花”的快手账号粉丝已经有10.6万人,直播间日销最多能卖出1500单。

据徐亮介绍,现在的一场直播流量超过1万人次,商品的复购率达60%,其中部分粉丝两年复购了2000多单。他的网店不仅花卖得好,肥料、营养土的销量也挺可观。

徐亮说,能取得这样的成绩并不容易,这离不开他和团队对于店铺售后的严格把控。

“顾客反映的问题,一定得抓紧解决才行。”徐亮回忆道,刚开始在网上卖了一批花卉,订单急需发货,就雇了几位临时工抢时间打包发货。结果当货物送到顾客手里时,网店也陆续收到了不少的投诉,大多是收到的花卉有破损。

徐亮了解情况后,原来是临时工打包不规范,导致鲜花绿植在运输过程中出现了损坏。“查明原因后,我赶紧向客户道歉,并及时赔付了他们的损失。”

还有一次,他正在外地出差,突然收到顾客反映,说在直播间买的浇水壶漏水。

“我当时的第一反应是,不相信浇水壶会有质量问题,不过仍第一时间给顾客补发了一件。后来又陆续收到了几位顾客的投诉,最后了解到,原来是生产厂家在发货过程中每箱都会存在一定的破损率。”

“我们是大批量收货,再根据订单把浇水壶单个发给顾客。这个过程中就没有再仔细验货,所以才出现了这样的情况。”徐亮说,销售过程中难免出现问题,关键是要及时调查清楚并解决它,真诚对待顾客,坚决不能推诿扯皮。“这些小的细节会决定生意的成败,一定不能忽视。”



加强安全教育 预防溺水

公益广告