

不懂变现的网红不是好网红

本报记者 朱银玲

这年头,网红不稀奇了。但说到貌美又多金的她们,除了羡慕,不少人还发出了质疑声:她们凭什么而红?她们的付出和收获对等吗?她们难道不是只有颜值的花瓶吗?近日,钱江晚报记者和两位元老级网红雪梨和张大奔面对面,对于这些质疑,她们坦然地说出了自己的想法,也让人们看到了触网而红的她们,除了颜值还有更多普通人所不具备的特质。



财经圈
扫一扫二维码
了解财经大事



钱哥私募沙龙
扫一扫二维码
了解私募操盘

网红雪梨:网络怎么变,红人就跟着变

面前这个淘宝粉丝700万,微博粉丝300万的雪梨,皮肤很好,话不多。在与王思聪闹绯闻之前,她已有不小的知名度和不少的粉丝。但在那之后,她彻底成了网红。

雪梨真名朱宸慧,1990年出生,温州人。2011年底,雪梨还在浙江工商大学念大三,和室友钱昱帆两人一拍即合,凑了3000块钱开出一家淘宝店。

雪梨说:“开店几个月后,我们卖出了第一个爆款,一款79元的粉色小鞋子。当天我们拍完照上完新,就跑去睡觉了,结果第二天起来发现旺旺爆了。那时候还没有打印机,我们就手写订单,一直写到天亮。”当时她们的店铺只是一钻店铺,这款鞋的月销量却达到一千多双。“2013年,我们开始尝试独家定制的概念。目前淘宝店铺的收藏量是700多万。2014年底,微博上有50~60万粉丝,现在在340万粉丝。”

之前,雪梨说自己已经实现了财务自由,她对财务自由是怎么定义的呢?“很简单啊,想买什么就买什么,没有生活上的压力。”她说,“不过,别人说我年收入过亿,真的没有那么夸张啦!”

2015年,雪梨和合伙人开始尝试网红孵化,签约30位网红,其中5家店铺在上新当天都曾获得过女装类目第一名。成立一年,雪梨的孵化器就在业界小有名气,估值高达10亿元。那么她是怎么进行网红孵化的?

张大奔:网红不只颜值高,还得有头脑够努力

张大奔有很多头衔,而她更愿意称自己为生意人。她能在直播两个小时内卖出2000万的商品;在“双11”当天让销售额破亿;也能在内衣、化妆品等领域游刃有余……

2014年7月,还是平面模特的张大奔开出了自己的淘宝店。4个月后的“双11”当天,店铺销售额突破300万。如今,微博粉丝500万,淘宝粉丝491万。且买家复购率可达到100%。

是因为她漂亮?这当然是其中一大原因,但肯定不是全部。

她向记者诉说了她再普通不过的一天:早上醒来,看公司群消息,应付各种问题;每周一三五要去公司,不去也要开电话会议;剩下的时间,要去看秀、时尚博客,看流行什么,想怎么跟粉丝互动;夜深人静,就到了修图、写文案的时候……

“淘宝店主更像是产品经理。不是长得好看就能卖衣服,还得有脑力外加努力。”张大奔说,由于店铺走的是定制路线,所以各方面跟品牌几乎是一样的,甚至要求更多。“品牌一般是出四季衣服,网红店一月上新一次,频率比品牌高,质量又要保证,所以难度很大。”张大奔的店铺,每次上新就要上30~60个款。由于定制有周期,还得提前2个月下单,“节奏很快,压力也很大。”

上新前一周,她是没有任何自己的时间的,



雪梨

“首先选人,我们会考量很多方面,比如形象,做内容的能力,是否有特长,是否有电商属性等。选拔出来的会经过一轮培训,当人气足够时可以开店。再转向电商红人。”

公司会收取一定比例的佣金,但店铺属于红人自己。一般签3~5年的合同。目前,雪梨的公司有员工400多人,其中发货客服200多人。

雪梨也透露:“目前我们已经开始尝试做饰品、内衣,今后可能还有家居。未来希望我们的品牌能渗透到女生的生活的方方面面吧。”



张大奔

“几乎是没日没夜地修图,坐电梯修图,吃饭也修图。”

网络时代,信息更迭太快。人气也一样。会不会也担心有被后浪拍倒在沙滩上的一天?“完全不怕,因为我不是单纯的网红,我的主业是卖衣服。往后,我也会做更多幕后和决策性的东西。市场是一块肥肉,只有大家争着吃才好吃。”

记者手记

比你美的人比你更努力 网红因此而红

郭富城和网红方媛注册结婚了;罗志祥的女友周亚青也是网红;国民老公王思聪的网红女友,大概已经排到十几任了……

当人们还在津津乐道这些网红双眼皮是不是割的,脸上有没有打玻尿酸时,她们正在为自己的事业默默努力着。因为她们还有个共同的身份——网店店主。

光环背后,是没日没夜的拍照、修图、与工厂沟通、解决售后问题、与粉丝互动……她们是不幸的,因为部分人只看到了她们的外表;她们又是幸运的,长得美丽,还被这个时代选中,成为了某个风口上的受益者。

于是,你又可以在各大八卦头条上看到“收入千万”、“日销过亿”等字眼。

数以亿计的销售额背后,是社交媒体上百万量级的粉丝。实际上,网红们的成长路径颇为相似:以一位年轻貌美的时尚达人为形象代表,以红人的品位和眼光为主导,进行选款和视觉推广,在社交媒体上聚集人气,依托庞大的粉丝群体进行定向营销,从而将粉丝转化为购买力。

过去,她们吸睛的方式主要是照片,如今,她们又通过直播,让自己更真实地展现在粉丝面前,让吸金变得锦上添花。

2016年可谓是直播元年,从团购网站掀起的“百团大战”到直播平台的“千播大战”,经过一年的大浪淘沙,拿淘宝直播来说,是已形成较为清晰的商业模式和稳定的内容生产者。

自2016年3月手机淘宝推出“淘宝直播”,仅2016年双12期间公布的数据,淘宝直播的日活峰值已达千万级,双12当天的直播观看峰值已经超过2016年双11。截至2017年3月,主播人数超过1万人,每天直播场次超过8000场。

昨天,在淘宝直播一周年庆典上,淘宝产品平台总监、淘宝直播负责人陈镭对外披露了这样一组数据:“去年3月推出以来,在一年65万场的淘宝直播中,我们保持了50%以上的转化率(即在直播中直接访问直播商品)。”

据了解,目前已有上万主播入驻淘宝直播平台,过去一年用户在淘宝观看直播的时长累计达1.4亿小时,相当于1.58万年。

而主播们通过直播提升店铺销量,也再次吸引人气。比如上文说的张大奔,直播两小时就卖出了2000万的商品,这转化率不是一般高。

要我说,网红就是一群漂亮又聪明的人。懂得将自己的优势,转化成“金”,且大有企业家思路。所以,如果你印象中,网红就是“美”,那么,这种观点可得改改了。

还是那句话,比你美的人还比你努力,还有什么可说的呢? 本报记者 朱银玲