



江苏旅游职业学院

毕 业 设 计（论 文）

旺福莱水晶制品有限公司跨境直播发展策略探究
——以 Facebook 平台为例

专 业 商务英语

学生姓名 刘珊珊

班 级 203 商务英语

学 号 200411103

指导教师 周媛

完成日期 2023 年 5 月 30 日

毕业设计（论文）承诺书

本人郑重承诺：

- 1、本设计（论文）是在指导教师的悉心指导下，查阅相关文献资料，进行分析研究，独立撰写而成的。
- 2、本设计（论文）中，所有数据和有关材料均是真实的。
- 3、本设计（论文）中除引文和致谢的内容外，不包含其他人或机构已经撰写发表过的研究成果。
- 4、本设计（论文）如有剽窃他人研究成果的情况，一切后果自负。

作者签名： 

签字日期：2023年 5 月 30 日

目 录

摘要.....	1
1 前言	3
1.1 研究目的和意义	3
1.2 研究方法	3
2 文献综述:.....	5
2.1 国内文献综述	5
2.2 国外文献综述	5
3 旺福莱水晶制品有限公司利用 Facebook 平台跨境直播概况	6
3.1 旺福莱水晶制品有限公司简介	7
3.2 Facebook 平台跨境直播简介	8
3.3 旺福莱水晶制品有限公司跨境直播 SWTO 分析	9
4 旺福莱水晶制品有限公司 Facebook 平台跨境直播现状问题分析	10
4.1 直播内容缺乏丰富和有趣性	10
4.2 水晶产品专业名词的翻译不准确.....	10
4.3 英语主播话术没有吸引力.....	11
4.4 直播营销策略需要优化.....	11
5 旺福莱水晶制品有限公司 Facebook 跨境直播改进策略	11
5.1 与观众积极互动.....	11
5.2 翻译准确性解决方法	12
5.3 利用话术吸引客户	12
5.4 利用广告为直播造势 邀请直播嘉宾.....	13
6 结语	14
参考文献.....	15



旺福莱水晶制品有限公司跨境直播发展策略探究

——以 Facebook 平台为例

刘珊珊

(江苏旅游职业学院，江苏扬州，200411103)

摘要：随着互联网技术日新月异且日渐成熟的大环境下以及中国外贸的发展，跨境电商成为我国进出口贸易的一个新引擎，也是我国经济外循环的一个重要推动力。大数据背景下，传统的营销模式无法适应跨境行业的发展所需，而完全依靠大数据营销模式给中小企业带来了极高的营销成本，中小企业需要寻找适合自身发展的营销策略。本研究旨在从企业自身出发寻找问题，精准实施营销策略，为中小企业在激烈的市场竞争中寻找出路提供实践指导意义。本研究通过案例分析研究旺福莱水晶制品有限公司目前的经营状况，分析其营销过程中暴露的问题，利用 S W O T 模型全面剖析案例旺福莱水晶制品有限公司在 Facebook 平台上开展跨境直播的优势和市场潜力，得出旺福莱公司在 Facebook 平台上开展跨境直播存在的一系列问题，并提出了相应的应对措施。

关键词：跨境直播；Facebook 平台；水晶制品

Research on the development strategy of cross-border live streaming of Wangfulai Crystal Products Co., LTD.

-- Taking Facebook platform as an example

Abstract: With the rapid and increasingly mature environment of Internet technology and the development of China's foreign trade, cross-border e-commerce has become a new engine of China's import and export trade, but also an important driving force of China's economic external circulation. The 14th Five-Year Plan for E-commerce Development also points out that cross-border export e-commerce should be strongly supported and e-commerce platform enterprises should be encouraged to expand the global market. With the global outbreak of the novel coronavirus, global network coverage and penetration have reached a record high, and cross-border e-commerce is developing rapidly by virtue of its advantages of "no contact", breakthrough space and timeliness. In the face of surging user scale and diversified market demand, today's cross-border e-commerce enterprises have



both opportunities and greater challenges. Under the background of big data, traditional marketing model cannot adapt to the needs of the development of cross-border industries, and relying entirely on big data marketing model brings high marketing costs to small and medium-sized enterprises, which need to find marketing strategies suitable for their own development. This research aims to set out from enterprise itself to find problems, accurate implementation of marketing strategy, for small and medium-sized enterprises in the fierce market competition to find out the way to provide real practice guiding significance. This study studies the current operating conditions of Wangfulai Crystal Products Co., Ltd. through case analysis, analyzes the problems exposed in the marketing process, and uses SWOT model to comprehensively analyze the advantages and market potential of Wangfulai Crystal Products Co., LTD. 's cross-border live broadcast on Facebook platform. Finally, a series of problems existed in the cross-border live broadcast of Wangfulai Company on Facebook platform are concluded, and put forward the corresponding countermeasures.

Key words: cross-border live streaming; Facebook platform; Crystal products



1 前言

随着全球化的加速和互联网技术的不断发展，跨境电商已经成为了一个全球性的趋势。在这个趋势下，跨境直播也逐渐成为了一种新的销售模式。跨境直播是指通过直播平台，将商品展示给全球消费者，实现跨境销售的一种方式。在这个过程中，直播主可以通过直播的形式，向消费者展示商品的特点和使用方法，增加消费者的购买欲望，从而提高销售额。

旺福莱水晶制品有限公司是一家专业生产水晶制品的企业，其产品主要销售到欧美等国家和地区。随着跨境电商的发展，公司也开始尝试跨境销售。然而，由于市场竞争激烈，公司的销售额一直没有得到很好的提升。因此，公司需要寻找一种新的销售模式，以提高销售额。

本文以 Facebook 平台为例，探究旺福莱水晶制品有限公司跨境直播发展策略。旺福莱水晶制品有限公司一直以 Facebook 平台为主要工具，已经在 Facebook 上建立了自己的品牌页面，并且定期进行跨境直播。且 Facebook 平台商业化比较好，包括一些功能，比如 Facebook 广告投放，支持全球各地的 80 多种支付方式等，平台内容形式丰富，例如发帖、直播、短视频等等，与旺福莱水晶制品有限公司的经营方式相契合，并且具有丰富的平台操作经验。而且 Facebook 是全球最大的社交媒体平台之一，拥有庞大的用户群体和广泛的覆盖面。Facebook Live 属于 Facebook 的其中一项内置功能，使用功能不需要缴纳额外的费用。在进行直播的同时，卖家可以通过 Messenger 与用户相连通。通过 Facebook 后台设置相关触发指令。当用户评论出这些指令后系统可以直接弹出购买链接，还能设置为只能是粉丝评论，这个技巧不仅能提高成交量，还能增加粉丝数。在 Facebook 上进行的直播，在直播过后都可以直接生成视频录像保留在 Facebook 上，使用户可以通过熟悉的方式重复观看。平台为用户提供了一个可以与喜欢的产品和人近距离接触的机会 这些活动加深了客户的参与感，从而对品牌更加忠诚。旺福莱水晶制品有限公司通过在 Facebook 平台上进行跨境直播，可以将产品展示给全球消费者，提高品牌知名度和销售额。

1.1 研究目的和意义

跨境电商出口是一个国家对外贸易的一个重要组成部分，当前很多海外的社交媒体平台都扩展开发了直播带货功能，跨境直播的发展对拉动国家外贸收入具有积极意义。外国



人普遍喜爱中国商品，但传统的外贸商务模式已经难以满足当前互联网思维下的商品外贸要求。研究旺福莱水晶制品有限公司使用 Face book 平台跨境直播，有助于探析当前跨境直播带货的发展现状以及其存在的现实问题，并针对目前存在的问题提出有建设性的解决措施以及策略，为进一步提升跨境直播行业和公司的发展助力。

理论意义：在互联网技术日新月异且日渐成熟的大环境下，跨境直播行业的发展为各类外贸公司以及平台既带来了机遇同时也带来了挑战，在其发展中需根据外贸公司利用平台进行跨境直播发展的现状，探究发现其中出现的问题，再根据其问题进行相应的策略研究，制定出符合外贸公司利用平台进行跨境直播的有效策略。

实际意义：本文研究通过研究旺福莱水晶制品有限公司利用 Face book 平台进行跨境直播的案例，分析跨境英语直播的发展及策略，有助于推动旺福莱水晶制品有限公司跨境直播发展，进一步推动新时代下中国外贸和跨境直播行业的发展。

1.2 研究内容和方法

本文主要研究跨境直播行业背景下旺福莱水晶制品有限公司利用 Face Book 平台发展的背景和意义，通过文献综述、SWTO 等方法阐述跨境直播行业的发展现状以及旺福莱水晶制品有限公司利用 Face Book 平台发展现状，找出旺福莱水晶制品有限公司利用 Face Book 平台进行跨境直播存在的问题，针对目前存在的问题，提出旺福莱水晶制品有限公司利用 Face Book 平台跨境直播的解决措施和发展对策。

本文研究旺福莱水晶制品有限公司跨境直播策略主要采用文献研究法及案例分析法。

文献研究法：为了更加深入的了解我国跨境电商的相关知识，本研究通过查阅历年跨境电商的相关政策以及学术期刊论文，以期通过相关文献资料获得更多的帮助。

案例分析法：把旺福莱水晶制品有限公司利用 Face Book 平台进行跨境直播中出现的问题作为案例，并对此进行分析，提出建议。



2 文献综述

2.1 国内文献综述

为更好地研究跨境直播带货发展现状，通过大量查阅文献发现国内近年来对跨境电商直播研究较多，成果较为丰富。

以公司、平台等为案例的研究成果主要有田易之（2022）重点针对跨国电商企业 P 公司在经营方面所采取的管理模式来展开深度分析，试图为 P 企业在跨国经营管理模式的发展方向指明理论依据和优化方向通过对跨境电商的深入研究与分析。（2021）谢云妮基于中国和东南亚电子商务行业发展现状和新趋势进行研究，分析了直播电商的发展情况、用户规模、带货场景和营销模式。进一步探究东南亚六个国家的电子商务市场和用户画像，发现消费者行为受到文化偏好的影响，跨境电商面临着跨文化的营销困境。用相关理论等进行论述的主要有姬鑫瑞等（2021）用多模态理论分析跨境电商直播话语，探究在信息交互条件受限时，不同模态如何共同作用，最大化提高信息交互，增加模态间的互补和强化，并弥补缺失模态。其他关于跨境直播的研究成果还有鲍磊等（2022）主要对后疫情时代跨境直播带货的发展动因、问题及对策进行探究。（2021）陶丽萍从直播的背景与现状、直播的作用、直播平台以及直播的要素等方面对出口类跨境电商直播进行了探究。（2021）孙爱民对后疫情时代外贸企业跨境直播营销实施途径进行探讨。（2022）田飞燕以互联网与经济融合为背景，从跨境电子商务和其直播带货的发展现状入手，寻找互联网技术与经济发展结合下的跨境电商里的"直播带货"营销推广新发展战略，以至于推动跨境电商在直播带货模式下实现经济迅猛发展。

2.2 国外文献综述

国外理论界关于跨境直播电商平台的研究成果数不胜数，跨境直播电商平台发展问题备受国际经济学界的高度关注和重视，成为诸多学者关注的热点，取得了较多研究成果。这些成果包括 Zhang Xiang（2022）他的论文综合考虑多个影响因素,研究结果表明,选择合适的预测方法,能够有效提高公司商品销售预测的准确性,从而更好地制定采购计划,优化库存结构,对跨境电商平台的实际运营具有一定的启示意义。Chuyue Chen,Haitao Ouyang,Jiaqi Tan,Fan Wu,Yuqian Zhan.（2021）运用 SWOT 分析法，分析了 RED 作为国内顶级内容社交



电商平台，在新冠肺炎疫情下表现突出的优势、劣势、机遇和威胁。探讨了 RED 独特的营销和运营策略，以及 RED 在运营和成本方面的不足，以及 RED 在竞争对手和商业化方面的威胁。除了这些不利因素，内部和外部环境也带来了盈利机会。最后，提出了在疫情和中国跨境电子商务新规下如何抓住盈利机会的建议。Guo Jia, Xu Yujing 等（2021）研究基于信息透明度视角,从流畅性的视角,将流畅性定义为流畅性所提供的能力,并考察流畅性如何影响跨境电商背景下的消费者行为。结果表明,直播虽然不直接影响消费者的跨境购买意愿,但可以通过增加感知信息透明度来增加消费者的购买意愿。此外,直播的支付能力能够进一步调节不同类型信息透明度与消费者跨境购买意愿之间的关系。研究结果为学术界和企业界提供了急需的贡献。Shunru Chen（2021）首先研究了中国跨境电商发展的来源，以及跨境电商趋势下中小企业的发展。其次，分析了小艺科技引入亚马逊的案例，通过理论与实践相结合的方法，列举了小艺科技对中小企业跨境电商发展的积极影响，如对品牌价值提升、产品推广等方面的积极影响。最后，对中小企业的未来发展与转型进行了分析与展望，并在此基础上提出了相关建议。

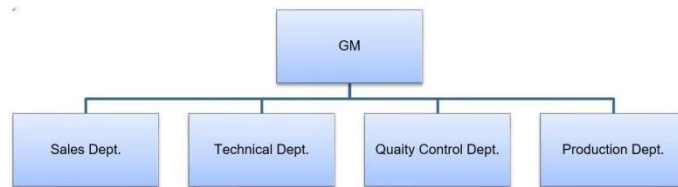
3 旺福莱水晶制品有限公司 Facebook 平台跨境直播现状

3.1 旺福莱水晶制品有限公司简介

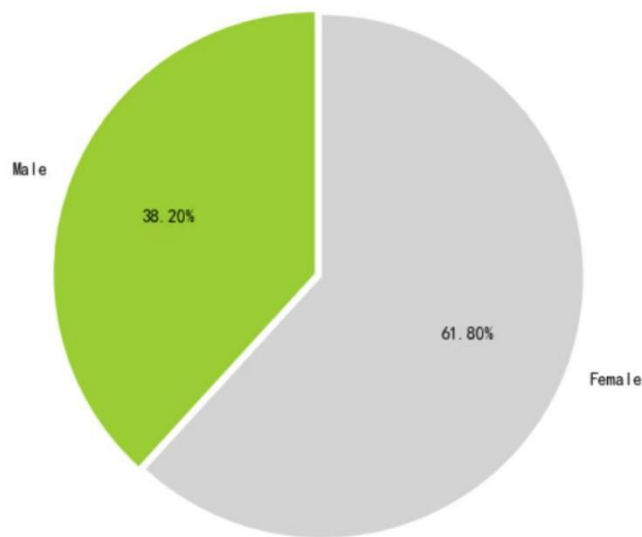
旺福莱水晶制品有限公司位于世界水晶之都东海。成立于 2016 年。拥有超 20 多名员工。是一家专业生产水晶球、水晶头骨、水晶棒、水晶塔、水晶生石、亚硒酸盐产品、水晶金字塔、电镀水晶、水晶瓶、水晶簇、动物雕刻件等各种水晶宝石的专业厂家。丰富的产品设计经验保证了能够满足客户对水晶形状的要求。产品的高要求能够满足客户的质量要求。该公司与世界各地的水晶产地合作，控制水晶的质量和价格，为客户提供最舒适的购物体验。目前，向许多国家销售水晶，并在世界各地享有良好的声誉。贯彻“为客户提供优质服务”的服务理念，在不断总结和创新的基础上，努力发展成为国内外知名的外贸企业。作为一家水晶制品公司，旺福莱水晶制品有限公司利用 Facebook 平台跨境直播，可以帮助他们扩大海外市场，提高品牌知名度和销售额。目前，旺福莱水晶制品有限公司已经在 Facebook 上建立了自己的品牌页面，并且定期进行跨境直播。他们通过直播展示自己的产品，向海外观众介绍产品的特点和优势，同时也可以与观众进行互动，回答他们的问题和解决他们的疑虑。通过跨境直播，旺福莱水晶制品有限公司可以直接与海外消费者进行沟通。



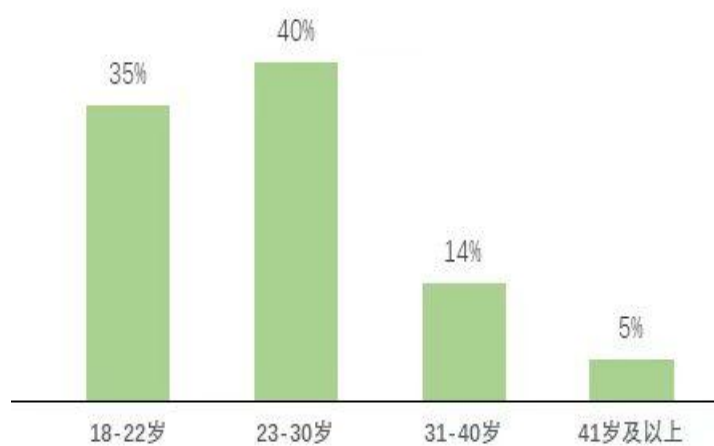
通和交流，了解他们的需求和反馈，进一步优化产品和服务。



1-1 部门结构



1-2.员工性别饼状图

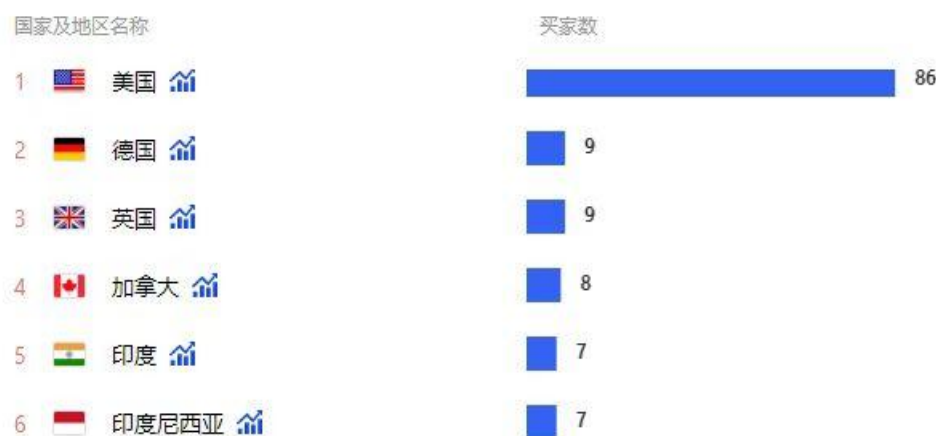


1-3 员工年龄组成

1-1 图表是旺福莱水晶制品有限公司的主要部门分布，主要为销售部门、技术部门、质



检部门和生产部门。销售部门主要负责直播，产品的销售以及售后；技术和生产部门主要负责产品的制作、创新以及维修等等；质检部门主要负责对产品质量的检查以及包装。1-2 图表反映出旺福莱水晶制品公司女性占比较多，从事直播行业的大多数的女性，一方面女性亲和力较强，客户更倾向于女性，可以拉近与客户的距离，让客户产生信任感，从而促进消费，另一方面，直播比较适合女性，不需要太大体力。1-3 图表可以直观的看出公司员工年龄大多在 23-30 岁之间，大多是刚毕业的毕业生，学习能力相对较强，对新鲜事物接受速度较快，培训起来较轻松，再加上大部分中年人没有太多精力放在工作上，更加重视家庭，不能熬夜，所以一定程度上来看，年轻人更适合这种工作，这个年龄段的年轻有活力，精神旺盛，健康风险小，给观众积极开朗的氛围感，且公司大部分主播的英语水平都在 CET6 以上，公司在招聘时也更倾向于英语专业的毕业生。



1-4.买家地区分布

1-4 图表表明一段时间内，买家地区分布情况以及买家数。目前旺福莱水晶制品有限公司海外销售买家大多分布在美国，部分在德国和英国，少数分布在加拿大、印度以及印度尼西亚。当然也有一部分客户来自澳大利亚、俄罗斯、日本、韩国、泰国等等。

3.2 Facebook 平台跨境直播简介

Facebook 是起源于美国的社交网络服务网站，创立于 2004 年 2 月 4 日，总部位于美国加利福尼亚州门洛帕克，创始人和 CEO 是马克·扎克伯格。2012 年 5 月 18 日，Facebook 正式在美国纳斯达克证券交易所上市，目前总市值为 4700 亿美元左右。同时，Facebook 旗下的几个 App 应用软件活跃用户数均已突破 10 亿，为 Facebook 整合更多的用户数据资源



提供了条件。截至 2023 年 1 月 Facebook 月活跃用户 29.63 亿，在我们的全球最“活跃”社交媒体排名中名列第一平台。更重要的是，该公司最新的投资者收益报告中公布的数据显示，Facebook 的月活跃用户在过去三年中略有增长。每月使用 Facebook 的总人数在 2018 年之前的三个月内增加了大约 500 万(+0.2%)2023 年 1 月这些最新数据表明，地球上大约 37.0%的人使用 Facebook。然而，由于该公司将其平台的使用限制在 13 岁及以上的人群，因此 Facebook 的合格使用率可能会高于这些数字建议。海外的直播带货商场是一片蓝海，当前，很多海外的社交媒体平台都扩展开发了直播带货功能，希望通过直播购物与顾客发生更紧密的联络，比如 Facebook 的 Facebook Live 直播，现在人们纷纷也开始尝试 Facebook 直播带货。

3.3 旺福莱水晶制品有限公司跨境直播 SWTO 分析

一、优势(Strengths)

根据公司自身特点，公司形成了海外跨境电子商务平台的运营理念和方法，并通过实践检验和不断完善，在海外电子商务平台的运营上已经具备了一定的基础。每个团队成员具有丰富的海外市场销售经验，对海外市场客户的产品价格、款式、质量、认证等要求有一定的了解，并负责产品描述和文案内容的撰写,有自己独特的意见。公司能够轻松、迅速地调整经营理念，适应瞬息万变的市场形势，根据实际需求及时调整营销策略，迅速地进行必要的营销测试和新产品推广活动开展，可以减少前期资金的投入和占用。

二、劣势(Weaknesses)

由于公司规模小，缺乏资金，以及团队也处于磨合期，最初的增长很慢。缺乏向客户吸引营销流量的能力。目前除平台内广告外，站外引流能力和经验较弱。特别是对于日益火爆的媒体营销，缺乏运营能力。团队成员以往的经验都是在协助线上营销的路线上，主要是线下对客户的展会，缺乏对客户的纯网络媒体营销经验。此外，这类人才在市场上很难找到或者收购成本太高。团队相对较小，缺乏品牌和专业内容创作者，运营人员多工种，精力和时间有限，无法高效专业地进行站外的多渠道整合营销推广。

三、机会(Opportunities)

预计全球电子商务规模到 2023 年将超过 3.5 万亿美元，增长率将比前一年增长 24.1%。在整体零售销售额中所占的比例稳步增加，网上购物在各国被越来越多的消费者所接受。国家加大对跨境出口电子商务的支持力度，在多地设立跨境电子商务综合试验区，推出一



系列免税措施，加大对中小企业的支持力度。在这样的环境下，像旺福莱水晶制品有限公司这样的超小型出口跨境电子商务企业将会得到更多的便利和资源。Facebook 拥有大量美国等主要用户，欧美国家、亚太和非洲大陆等新兴市场的第一用户，为公司同时进行欧美和新兴市场的营销引流提供了条件。

四、威胁(Threats)

出口跨境电商平台的政策越来越严格，平台上的卖家很容易触犯平台的规则，轻则被罚款严重的还会导致封号，平台上的卖家处于非常弱势的地位。旺福莱水晶制品有限公司目前严重依赖第三方平台的站内流量，如果站内流量消失或者被平台惩罚封号，将导致公司业务量的急剧下滑。

4 旺福莱水晶制品有限公司 Facebook 平台跨境直播现状问题分析

4.1 直播内容缺乏丰富和有趣性

目前公司的直播内容主要是展示产品和介绍产品特点，缺乏趣味性和互动性。公司可以考虑增加一些有趣的互动环节，吸引更多的观众参与。比如介绍玛瑙晶洞。Hi,friends.This is agate geode .Do you want to buy this?和 Hi,dear.This is agate geode.Wow!Look,It's like a bag. That's so cool! Just take it home.这样一对比，可以直观的看到前一句缺乏有趣性。

4.2 水晶产品专业名词的翻译不准确

水晶产品有很多种材质，每种材质的专有名词各有不同，如果翻译出的英文不准确，国外客户可能不知道是什么材质，或者有可能是客户想要的材质，却因为名称不一样，而损失一位客户，所以专业名词的翻译很重要，同时对主播自身的专业素养有一定要求。例如黄水晶（citrine），不能翻译成 yellow quartz，粉晶（rose quartz），而不是 pink quartz,紫晶（amethyst），不是 purple quartz。还有一种情况，同一种材质的叫法不一样，例如蓝霏石（Blue aragonite），有些客户也会叫它 hemimorphite（异极矿）所以主播需要随机应变，掌握多种材质的专有名词。同时需要掌握许多英文缩写，很多都会出现在直播间中。例如 BTW(by the way),NP（no problem),TTYL(talk to you later),BRB(be right back),LOL(laugh out loud),TY(thank you)等等。其次了解各个材质所雕刻的形状。各种动物植物，动漫人物，天然形状：簇（cluster),原石（raw material),矿标（specimen），柱子（point),球（sphere）等



等。最后了解水晶产自那些国家。例如紫晶洞（amethyst geode）大多产自巴西（Brazil）和乌拉圭（Uruguay）。

4.3 英语主播话术没有吸引力

没有吸引力的话术，激不起客户强烈的购买欲望，无形当中流失了很多重要客户。良好的话术使销售进展更顺畅，让销售更加有信心。例如介绍紫晶晶洞球。Hi, friends. This is amethyst geode sphere. Do you want to buy this? 和 Hi, dear. This is amethyst geode sphere. Wow! Look, It's like a laughing mouth. That's so cool! Just take it home. 这样一对比，可以直观的看到前一句缺乏吸引力。

4.4 直播营销策略需要优化

目前公司的直播营销策略比较单一，缺乏创新和差异化。公司可以考虑采用更多的营销手段，如优惠券、抽奖等，吸引更多的观众参与直播和购买产品。

综上，旺福莱水晶制品有限公司利用 Facebook 平台跨境直播需要不断改进和优化，以提高直播质量和吸引更多的观众参与。

5 旺福莱水晶制品有限公司 Facebook 跨境直播改进策略

5.1 与观众积极互动

重复强调重要信息，为了避免中途进入的观众错过重要信息，在直播期间，旺福莱水晶制品有限公司要重复强调重要信息，比如优惠活动、上新时间等。这样不仅可以帮助中途进入直播的新观众了解当前的进度，还能让其他观众加深印象。

置顶信息，将包含对观众有用的指导信息的评论置顶，例如关于如何参加优惠活动或产品的细节说明，还能将针对观众的提问置顶，引发观众讨论，收集意见。

跟进用户，安排客服与评论区的留言互动，商家不仅口头上要回答观众的问题，也要以文字的形式回复，让观众有迹可循。直播结束后，跟进这些直播时参与了互动的用户，因为这些用户就是意向较高的目标受众，极有可能从观众转化为新客户。



5.2 翻译准确性解决方法

提高自身素质注重知识积累，查阅专业书籍做好专业词汇的翻译，水晶制品是一般人几乎没有接触过的领域，处理这些专有名词，靠的不仅仅是外语水平还要解决知识广度和深度上的问题，不同的专业有着各自的专业用语，有时候甚至同样拼写的一个语调在不同的专业则有不同的意义，参照权威规定，做好专有名词的翻译。熟悉并掌握水晶专有名词，可以帮助客户更好更快的找到他们所需要的产品，提高销售额。

5.3 利用话术吸引客户

直播过程中一定的说话技巧会挽留许多客户。首先引导关注话术，熟记一些常规引导台词。例如：Hello dear friend. Welcome to our live studio. Thanks for watching us live. If you like or are interested in our products, don't forget to follow us. I'm sure we have discounts from time to time. Don't miss it. There will be many discounts for new customers.等等，和客户聊天，引导客户和自己互动。然后介绍主要卖品，满足多少金额包邮（free shipping over ...），介绍折扣产品(discount products)，吸引客户在直播间停留更长时间，询问客户在寻找什么产品还是随便看看，一般国外客户会浏览许多直播间，通过比较价格、服务、质量等等选择在哪里选购，这些主要是针对新客户而言，老客户一般会带自己的清单在直播间选购。直播过程中多用 Please、thank you 等单词，客户会觉得被尊重。当介绍一种材质时，不能只向客户介绍名称，要有一些形容词（nice、beautiful、pretty good、excellent 等），以及这种材质的象征意义功能。例如粉水晶（rose quartz）功能：Symbolizes love,happiness,it could improves interpersonal relationships,and can make we feel good.象征爱情，改善人际关系，可以使人心情愉悦。使用场景：We can put rose quartz in our office and our own shop to help our business go more smoothly.可以把粉水晶放在我们的办公室或自己的店铺帮助我们生意更加顺利。国外许多客户相信这些水晶是有能量的，介绍产品卖点，从而增加客户的购买欲望。积极回答客户的问题，产品问题要及时回答，如果来不及截图保存稍后回答，回答问题要有耐心，不要看不起粉丝，鄙视提问者；更不能嘲笑和唉声叹气，当然对于一些骚扰和流氓问题，可以选择性过滤。才艺秀，直播间要想和粉丝互动起来,除了产品,你的才艺也可以感染他们.有些人本身会唱歌,会弹唱乐器,有的会玩塔罗牌算命,这些都会吸引大家的注意力.有的人甚至会通过点歌和算命来促使粉丝下单,进行成交。向粉丝提问，除了及时回答粉丝提出的问



题,我们也可以向粉丝提问来提升互动率,也是一种不错的直播互动技巧,问问题的时候尽量避开开放性的问题,多问一些封闭性的问题,比如:大家觉得电镀白松石球好看还是没有电镀的白松石球好看?各位亲爱的朋友们想要这个雕刻件吗?想要的可以扣1。感谢话术,直播在下播之前,都要感谢每一位观众来到自己的直播间,无论是否购买产品。例如 Take care yourself until next time.See you later.Have a good day!(需要注意客户所在地的时间)Thank you for watching.Thank you for your support.从而给客户留下一个好的印象,取得再次消费的机会。不满包邮金额记得提醒客户。新客户问客户要邮箱。最后最重要的一点,注意客户来自哪些国家,注意国家禁忌。例如如果是英国客户,不能在直播间比划剪刀手,掌心不要向内手背向外,因为这会被认为是挑衅或侮辱。不能向土耳其客户做 OK 手势,等于是在骂人。不能向美国客户介绍蝙蝠做图案的商品。与黑人交谈时忌讳“黑”(black)这个词。大多客户忌问隐私问题,如年龄、体重、收入、婚姻状况等。

5.4 利用广告为直播造势 邀请直播嘉宾

在直播活动前 1-3 天,旺福莱水晶制品有限公司可以创建预告贴并推广,吸引观众关注直播活动,帖子正文可以预告一下直播活动的商品和优惠,让更多人提前了解到这场直播的信息,鼓励观众关注公共主页,以便他们可以在开始直播后收到通知,轻松连接。在直播开始后,可以速推直播视频,让观众在看到帖子后直接加入,但需要注意的是,广告审批需要一定的时间,为了防止时间差,建议直播开始后用 10-20 分钟预热气氛,将直播的重点放在后面,以保证观众不会错过精彩内容。

许多商家会担心遇到没人看直播的尴尬场景,应对这种情况,一方面我们要利用好广告为直播造势,另一方面可以邀请嘉宾共同直播,以此来为直播引流。可以在 YouTube、Instagram 上寻找做相关品类的测评博主或者时尚红人,确定邀请后,嘉宾可以在自己的社交平台预告此次直播,扩大受众覆盖面,直播时,可以与嘉宾聊产品的相关信息,还能请嘉宾演示产品的使用效果,这种互动既能让传递的信息更丰富,也能使得直播效果更加生动有趣。



6 结语

通过本文的探究，我们可以看出旺福莱水晶制品有限公司在 Facebook 平台上开展跨境直播的发展策略是非常明智的。Facebook 平台具有庞大的用户群体和强大的社交互动功能，可以帮助旺福莱公司更好地推广产品和拓展海外市场。同时，旺福莱公司在跨境直播过程中也需要注意一些挑战和风险，如语言和文化差异、主播选择和推广效果等问题。因此，旺福莱公司需要不断优化策略，提高直播质量和效果，才能在激烈的市场竞争中获得更多的机会和优势。总之，跨境直播是一种全新的营销方式，对于企业来说具有重要的意义和价值，希望本文的探究能够为企业的发展提供一些有益的启示和参考。



参考文献

- [1] 田易之. P 公司跨境电商运营模式优化研究[D]. 广西师范大学, 2022.DOI:10.27036/d.cnki.ggxsu.2022.000681.
- [2] 李华龙. 出口类跨境电商的传播策略研究[D]. 南昌大学, 2018.
- [3] 姬鑫瑞, 李万里. 多模态视角下跨境电商直播话语分析[J]. 海外英语, 2021(20):92-93.
- [4] 鲍磊, 李子庆, 滕刚业. 后疫情时代跨境直播带货的发展动因、问题及对策[J]. 时代经贸, 2022,19(08):72-75.DOI:10.19463/j.cnki.sdjm.2022.08.017.
- [5] 郑家睿. 后疫情时代中国中小型跨境电商企业面临的风险及其防范[D]. 暨南大学, 2021.DOI:10.27167/d.cnki.gjnu.2021.000946.
- [6] 陶丽萍. 跨境电商出口直播模式探究[J]. 全国流通经济, 2021(31):25-27.DOI:10.16834/j.cnki.issn1009-5292.2021.31.027.
- [7] 杜雪纯. 跨境直播带货营销模式研究[D]. 吉林大学, 2021.DOI:10.27162/d.cnki.gjlin.2021.006984.
- [8] 谢云妮 (MEILIA). 跨文化因素与多国电商平台直播运营模式研究[D]. 浙江大学, 2022.DOI:10.27461/d.cnki.gzjdx.2022.000499.
- [9] 马瑞泽. 论乡村振兴语境下“直播+农产品”营销策略提升[J]. 经济研究导刊, 2021(24):13-15.
- [10] 林圆圆. “互联网+”背景下跨境电商英语直播人才培养路径探析[J]. 宁波职业技术学院学报, 2021,25(02):60-63.
- [11] 肖嗣萱. 服装企业跨境电商出口网络营销绩效的影响因素研究[D]. 北京服装学院, 2022.DOI:10.26932/d.cnki.gbjfc.2022.000020.
- [12] 孙爱民. 后疫情时代外贸企业跨境直播营销实施途径探讨[J]. 商业经济, 2021(11):68-69+170.DOI:10.19905/j.cnki.syjj1982.2021.11.022.
- [13] 孟昭宇. 跨境电商群直播商业模式下品牌营销策略[J]. 对外经贸实务, 2017(05):59-62.
- [14] 马爽, 李亚慧, 罗荣璟, 胡淑媛, 黄志浩, 黄子豪, 吕奕娴, 龚冠华. 农(副)产品跨境贸易直播翻译策略及方案[J]. 海外英语, 2022(02):43-45.
- [15] 田飞燕. 互联网与经济融合下跨境电商直播带货——以 TikTok 平台直播带货为例 [C]// 财经与管理国际学术论坛论文集 (一) . [出版者不



详],2022:36-39.DOI:10.26914/c.cnkihy.2022.015070.

[16]Zhang Xiang. Prediction of Purchase Volume of Cross-Border e-Commerce Platform Based on BP Neural Network[J]. Computational Intelligence and Neuroscience, 2022, 2022 : 3821642-3821642.

[17]Chuyue Chen,Haitao Ouyang,Jiaqi Tan,Fan Wu,Yuqian Zhan. Based on COVID-19,Analysis of The Strategic Model of E-commerce Enterprises——a Case Study of Xiaohongshu(RED)[C]//.Proceedings of 3rd International Conference on Innovations in Economic Management and Social Science (IEMSS 2021).[出 版 者 不 详],2021:251-258.DOI:10.26914/c.cnkihy.2021.049730.

[18]Guo Jia et al. The Influences of Live Streaming Affordance in Cross-Border E-Commerce Platforms: An Information Transparency Perspective[J]. Journal of Global Information Management (JGIM), 2021, 30(2) : 1-24.

[19]Zhifang Hu. Selection and Analysis of Middle East Cross-border E-commerce Platforms[J]. Journal of Global Economy, Business and Finance, 2021, 4(5)

[20]Huimin Jiang. Training Business English Professionals with Cross-border Ecommerce Mode under the Background of Hainan Free Trade Port——A Case Study of OCALE National Cross-border E-commerce Competition[C]//.Proceedings of 2nd International Symposium on Education and Social Sciences (ESS 2021).,2021:104-110.DOI:10.26914/c.cnkihy.2021.009589.

[21]Shunru Chen. An Analysis of the Impact of Cross-border E-commerce on the Development of Foreign Trade of Chinese SMEs[C]//.2021 年创新人才培养与可持续发展国际学术会议论文集（英文）.[出 版 者 不 详],2021:9-12.DOI:10.26914/c.cnkihy.2021.006945.

[22]Mingkai Chen. SWOT Analysis for SMEs to Develop Cross-border E-commerce[C]//.Proceedings of 3rd International Conference on Business, Economics, Management Science (BEMS 2021).,2021:36-42.DOI:10.26914/c.cnkihy.2021.004227.



致 谢

行文至此，百感交集。

首先，我要感谢我的导师周媛。周老师有着严谨的教学态度，严密的逻辑思维，丰富的学科知识，以及负责人的工作态度让我在学习和做人方面都受益匪浅。在整个论文的定题、修改过程中也少不了周老师的细心审查，耐心的为我修正错误，提出方向。我将牢记老师的教诲，不管对于这个课题还是对于做人的态度，我将奋力拼搏，修改错误，超越之前的自己。

其次，我要感谢我的家人。他们一直以来都是我最坚实的后盾和支持者。他们在我遇到困难和挫折时给予了我无限的鼓励和支持，让我能够坚持走下去。没有他们的支持和理解，我无法完成这篇毕业论文。此外，我还要感谢我的同学和朋友们。他们在我学习和生活中给予了我很多的帮助和支持。他们和我一起分享了学习和生活的点滴，让我感受到了友情的温暖和力量。

最后，我要感谢所有为本篇毕业论文提供帮助和支持的人。他们的贡献和帮助让我能够顺利地完成这篇毕业论文。在此，我向所有支持和帮助过我的人表示最真诚的感谢和祝福。