



品牌视觉 / 店铺视觉 / 产品视觉 / 文案视觉

视觉营销 与运营实战

从入门到精通


谭静 编著

10个
品牌视觉塑造窍门
抢占客户心智

11种
店铺视觉优化方法
助力皇冠店铺

16种
产品视觉设计方法
打造爆款产品

10种
文案视觉呈现技巧
全面提升转化率



视觉营销 与运营实战

从入门到精通

谭静 编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉营销与运营实战从入门到精通 / 谭静编著. —
北京: 人民邮电出版社, 2019.5
ISBN 978-7-115-50923-9

I. ①视… II. ①谭… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第039486号

内 容 提 要

本书结合典型案例,深刻、系统地剖析了视觉营销与运营的思维和策略,是一本介绍视觉营销与运营的实战手册。

全书内容主要分为四个部分。第一,讲解视觉营销的基础知识。第二,介绍视觉营销的具体实战方法:通过10个品牌视觉塑造窍门,抢占客户心智;通过11种店铺视觉优化方法,助力皇冠店铺;通过16种产品视觉设计方法,打造爆款产品;通过10种文案视觉呈现技巧,全面提升转化率。第三,剖析如何利用视觉营销引流并促进转化,最终实现销售目的。第四,强调移动端店铺的视觉设计。

本书逻辑简单清晰,内容丰富全面,适合营销与运营人员以及电子商务从业人员阅读。

◆ 编 著 谭 静

责任编辑 马 霞

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

天津翔远印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15.5

2019年5月第1版

字数: 303千字

2019年5月天津第1次印刷

定价: 59.80元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言

在电子商务发展如火如荼的时代，“视觉营销”一词渐渐走进我们的视野，不论是网络广告还是电商网页，都涉及视觉的设计和打造。这对于企业和商家而言，既是机遇，也是挑战。如果能够把握机遇，迎接挑战，就能够笑到最后；如果不懂得利用视觉营销，就有可能被无情淘汰。

为了更好地把握机遇，企业和商家应该认识到视觉营销的价值，有效发挥它的作用，让视觉设计助营销一臂之力。那么，视觉营销究竟能给企业带来哪些好处呢？

(1) 引流：通过互联网的巨大优势，视觉效果打造可以有力吸引消费者的注意，为企业的产品转化打下良好的基础。

(2) 省时：相对于其他的营销方式而言，视觉营销图文并茂，更加直观生动，对于企业营销而言更加高效。

(3) 促进销售：营销的最终目标就是销售产品，视觉营销可以有效调动消费者的积极性，将视觉效果转化为销售额。

随着电子商务的不断发展和人们审美水平的提高，越来越多的企业和商家不得不开始重视视觉营销的价值。因为无论是从销售的效率还是从营销的效果上看，视觉营销的作用都无可比拟。当然，随着移动互联网和短视频的兴起，视频营销也逐渐发展起来，但视觉营销仍然占据着主导地位，并不断地向外拓展。

既然视觉营销对企业和商家的发展如此有利，那么这种营销方式到底应该怎么运用呢？不少初学者会提出以下疑问：

- 视觉营销如何产生吸引消费者眼球的创意？
- 视觉营销如何传递出品牌信息？
- 视觉营销如何塑造产品视觉？
- 视觉营销如何实现快速“吸粉”和引流？
- 视觉营销如何提升转化率？

目前市场上的视觉营销图书主要是从单方面去介绍其中的相关知识，而将视觉营销的知识整合成具体指导实践的图书却是少之又少。为此，笔者认真研究并分析了相关资料，结合典型案例，为读者提供了一套较为实用的视觉营销与运营的干货技巧。

本书从多个角度对视觉营销与运营进行了全面、充分的讲解，主要分为以下几

个部分。

第1章主要讲解了视觉营销的一些基本知识，包括视觉营销的概念、特点、优势、类型、误区等。视觉营销，从这里起步。

第2—5章主要讲解了品牌视觉、店铺视觉、产品视觉、文案视觉的打造方法，包括品牌标识的塑造，以及如何从标签、字体、色彩、照片、包装等角度对品牌进行视觉设计，介绍了品牌店铺的视觉制作标准。围绕店铺视觉设计的方方面面，介绍了案例和技巧，同时着重讲解了产品的视觉设计细节，以及各种不同类型的文案视觉设计。

第6—8章重点介绍了视觉营销应该如何从流量、转化、销售上下功夫，对流量的引导以及在线视觉营销的玩法详细进行了阐述。

第9章专门对手机移动端营销进行了介绍，将移动端的视觉设计单列出来，从而帮助读者轻松搞定移动营销。

本书主要有以下特色。

(1) 专注视觉营销：本书主要以视觉效果的类型、设计、引流、转化、运营等为主线，通过108个经典知识点，帮助企业更好地实现视觉营销，打造富有创意和美感的视觉效果，为网店设计提供参考，充分发挥视觉营销的影响力。

(2) 理论与实例相结合：本书并没有大篇幅地讲述理论知识，而是在书中穿插了很多经典案例，直接为读者提供实用的经验，让读者的实践之路走得更加顺畅。读者可以从经典案例中努力学习成功者的技巧和经验，进而为视觉营销与运营打下坚实的基础。

希望通过这种系统而翔实的讲述，为读者带来货真价实的技巧和技能，以助力读者提高营销运营能力，早日走上成功之路。

由于作者的知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评指正，联系邮箱：itsir@qq.com。

目录 Contents

第1章 视觉营销，引人入胜的视觉体验

- 001 定义解析：什么是视觉营销 / 2
- 002 小心误区：视觉营销的四大误区要注意 / 4
- 003 分析消费者：了解他们的购物流程 / 8
- 004 分析自我：需要创造什么样的视觉内容 / 11
- 005 视觉设计元素：呈现丰富的视觉感受 / 12
- 006 视觉说服力：展现图文的力量 / 16
- 007 视觉心理学：如何利用心理学知识 / 17
- 008 视觉内容：有价值、易消化 / 22
- 009 营销理念：通过图表和可视化工具来展现 / 24
- 010 节省时间：视觉信息时效性越来越强 / 25
- 011 信息传达：快速！准确！直观！ / 26
- 012 审美差异：视觉设计需要考虑消费者的心理 / 28
- 013 细节到位：控制好画面元素，突出重点 / 29

第2章 品牌视觉，占领消费者心智的符号

- 014 品牌分析：抓住品牌精髓，获得忠实顾客 / 32
- 015 品牌 LOGO：无形资产，深深刻在受众心中 / 34
- 016 品牌标签：规范使用，小心成为品牌杀手 / 37
- 017 宣传口号：宣传语，加深客户的记忆点 / 38
- 018 品牌形象：代表品牌的人或物 / 40

- 019 品牌色彩：一个品牌总是惯用一种主色调 / 41
- 020 品牌字体：个性鲜明，增加客户的辨识度 / 42
- 021 品牌摄影：让消费者从图片就能认出你 / 43
- 022 品牌包装：全方位统一风格，加深品牌识别度 / 45
- 023 制定标准：围绕店铺制定统一的视觉标准 / 47

第3章 店铺视觉，轻松打造皇冠级店铺

- 024 视觉定位：设计出符合运营思路的店铺 / 51
- 025 店铺结构：帮助顾客轻松找到需要的商品 / 55
- 026 首页布局：建立信任，提供快捷的服务 / 56
- 027 搜索列表：有利于打造店内的人气产品 / 60
- 028 导航设置：梳理产品线，做好细分类目 / 61
- 029 商品陈列：将商品更加美观地呈现给顾客 / 62
- 030 商品描述：吸引顾客，进行有效分流 / 64
- 031 自定义页：用心设计，为店铺锦上添花 / 68
- 032 活动创意：活动广告与专题的视觉创意 / 69
- 033 首页促销：让人流连忘返的第一印象 / 72
- 034 广告设计：建立标准，图片突出品牌感 / 73

第4章 产品视觉，决定成交的关键所在

- 035 数据分析：找出好的产品，进行视觉优化 / 77
- 036 逻辑顺序：厘清产品内页设计的逻辑关系 / 78
- 037 描述模板：建立产品上架流程和相关标准 / 84
- 038 问题产品：做出一个优秀的产品描述页 / 85
- 039 爆款分析：及时跟踪产品动向，做出调整 / 87
- 040 关联销售：留住顾客，创造更多销售机会 / 88

- 041 位置设置：关联营销应该放在什么位置 / 90
- 042 关联技巧：产品如何选择，卖点怎么找 / 92
- 043 产品分类：多推荐消费者真正喜欢的产品 / 94
- 044 产品创意：如何提炼出绝佳的视觉创意 / 96
- 045 色彩搭配：运用色彩视觉有效传递信息 / 97
- 046 视觉构图：构成一个协调完整的画面 / 99
- 047 风格统一：表里如一，切勿虚有其表 / 103
- 048 形式美感：美工要简洁、大气、美观 / 104
- 049 目标明确：模特需要符合人群的特征 / 106
- 050 后期修图：让商品图片变得真实又美观 / 108

第5章 文案视觉，设计完美的视觉化文案

- 051 主题突出：让消费者知道你想干什么 / 111
- 052 定位文案：知己知彼，确认品牌目标 / 113
- 053 读心文案：写文案必须针对消费者的需求 / 115
- 054 卖点文案：用产品卖点来吸引消费者 / 116
- 055 痛点文案：重点突出你不买会怎么样 / 118
- 056 品牌文案：更加清晰地展示品牌形象 / 119
- 057 促销文案：有冲击力，体现出紧迫感 / 122
- 058 活动文案：善用一句话表达核心内容 / 124
- 059 节日文案：利用机遇去聚集店铺人气 / 126
- 060 新品文案：抓对商品卖点与打造卖点 / 129

第6章 引导流量，将流量转化为销量

- 061 流量构成：针对不同入口做出合理的视觉设计 / 132
- 062 素材选择：高清大图，曝光与角度要正确 / 136

- 063 商品主图：制作诱人主图，增加商品流量 / 141
- 064 主图规范：符合商品类目的主图制作规范 / 142
- 065 主图构图：不同构图产生不同的视觉关注点 / 143
- 066 信息展示：对主图进行一定的信息分层处理 / 147
- 067 记忆强化：做好商品主图的品牌宣传工作 / 148
- 068 场景营销：场景化处理，打消客户的疑虑 / 149
- 069 质感体现：无形中影响消费者的心理感受 / 151
- 070 推广图片：了解直通车推广图片的设计要点 / 153
- 071 钻展广告：脱颖而出，争取更多的点击率 / 158

第7章 增加转化，视觉力也是销售力

- 072 店招设计：不容小觑的网店门面 / 162
- 073 首焦设计：店铺首页的灵魂所在 / 164
- 074 首屏设计：具有强大的视觉冲击力 / 165
- 075 分类设计：清晰的条理和逻辑性 / 166
- 076 橱窗设计：更好地突出展示产品 / 167
- 077 详情页设计：提升转化率的关键要素 / 169
- 078 尾页设计：重点针对潜在的客户 / 176
- 079 卖点视觉：将提炼的卖点视觉化 / 177
- 080 组合视觉：把握好卖点间的关系 / 179
- 081 方案视觉：将方案的主题视觉化 / 181
- 082 情感视觉：从感性角度打动顾客 / 183
- 083 技术实现：将情感融入到视觉中 / 185
- 084 写实主义：突出广告图冲突之美 / 186

第8章 促进销售，在线视觉营销这么玩

- 085 在线陈列：确保导航功能和便捷性 / 189

- 086 登录页面：使用视觉元素打造完美登录页 / 191
- 087 视觉引导：使用模板和清单展示信息 / 194
- 088 浏览路径：做好店铺的视觉动线设计 / 196
- 089 品类排序：将商品更加美观地呈现给顾客 / 199
- 090 商品搭配：提升商品关联率，增加客单价 / 204
- 091 系列组合：提高商品客单价，带动销售额 / 206
- 092 创意营销：在视觉设计中融入更多创意 / 208
- 093 电子邮件：至关重要的视觉营销工具 / 210
- 094 信息图：有助于顾客记忆品牌信息 / 212
- 095 社交平台：如何用视觉元素带来成效 / 214

第9章 移动视觉，手机端店铺的视觉设计

- 096 框架展示：手机端店铺的逻辑构思 / 218
- 097 设计原则：店铺视觉的六大原则 / 220
- 098 色彩应用：不同类目的色彩分析 / 222
- 099 动线设计：设计手机端店铺的动线 / 224
- 100 手机端店招：简洁专一，版面精致 / 226
- 101 焦点图轮播：建议设定为三轮播 / 227
- 102 手机端首焦：做好六个轮播展示 / 229
- 103 首页设计：手机端店铺的结构展示 / 230
- 104 店铺首页：手机端店铺首页日常设计 / 231
- 105 优惠券设计：清晰展示店铺活动 / 233
- 106 大促设计：突出爆品，做好承接 / 234
- 107 分类展示：在手机端做好优化 / 235
- 108 产品详情页：优化手机端的展现形式 / 237

第1章

视觉营销，引人入胜的视觉体验



如今，电子商务越来越发达，很多传统行业正在逐步实现电商化。同时，营销方式也在与时俱进，视觉营销便是电子商务中常用的一种营销方式，它不仅能够提升产品销量，还能对企业打造品牌、塑造自身形象起到良好作用。

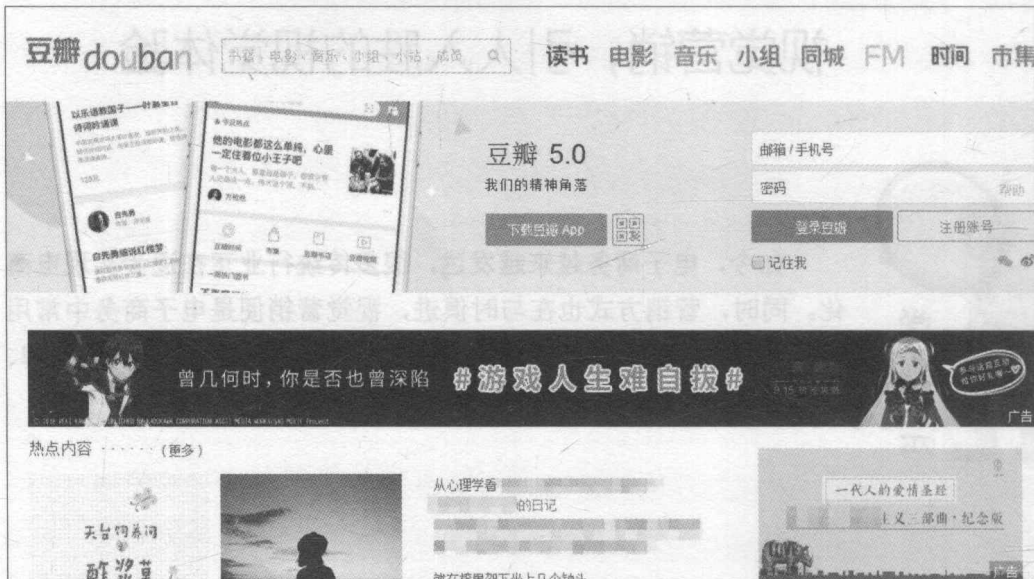
要点展示



- ❖ 定义解析：什么是视觉营销
- ❖ 小心误区：视觉营销的四大误区要注意
- ❖ 分析消费者：了解他们的购物流程
- ❖ 分析自我：需要创造什么样的视觉内容
- ❖ 视觉设计元素：呈现丰富的视觉感受
- ❖ 视觉说服力：展现图文的力量
- ❖ 视觉心理学：如何利用心理学知识
- ❖ 视觉内容：有价值、易消化
- ❖ 营销理念：通过图表和可视化工具来展现
- ❖ 节省时间：视觉信息时效性越来越强
- ❖ 信息传达：快速！准确！直观！
- ❖ 审美差异：视觉设计需要考虑消费者的心理
- ❖ 细节到位：控制好画面元素，突出重点

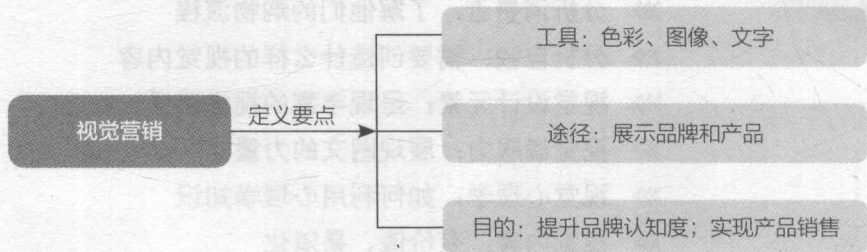
001 定义解析：什么是视觉营销

视觉营销，英文为“Visual Merchandising”，简称“VM”或者“VMD”。随着电子商务的迅速发展，视觉营销的作用越来越重要，因为首先进入消费者视野的是产品的图片。在这个被信息包围的世界，无论我们是走在大街上，还是打开电脑和手机，都会接触到各式各样的广告。图 1-1 所示为豆瓣社区中的广告。



▲ 图 1-1 豆瓣社区中的广告

网络中的广告，不仅在社交平台俯拾皆是，在视频网站也是随处可见。那么，如何用广告来吸引消费者，使其发生购买行为呢？视觉营销是关键。一般而言，视觉营销的定义要点包括图 1-2 所示的几个方面。



▲ 图 1-2 视觉营销的定义要点

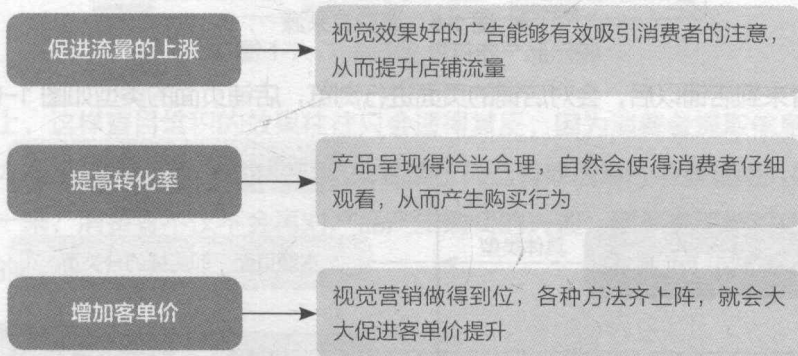
以天猫为例，一进入天猫首页，就会看到各种非常吸睛的图片和文字内容，如图 1-3 所示。



▲ 图 1-3 天猫首页

从图中可以看出，无论是色彩斑斓的图片，还是创意十足的文字，都足以对浏览者造成视觉的冲击，从而引导其点击广告，进入商品的购买页面，最终实现商家的营销效果。这就是视觉营销，简单地说，视觉是方法，营销是目的，二者不可分离。

而视觉营销的意义则更加清晰明了，特别是电商的视觉营销，因为它本来主要就是利用效果较好的视觉表达来吸引消费者，给他们留下良好的印象，从而将产品销售出去。因此，电商类的店铺进行视觉营销的意义其实也跟销售额密切相关，主要体现在图 1-4 所示的几个方面。



▲ 图 1-4 电商店铺视觉营销的意义

温馨提示

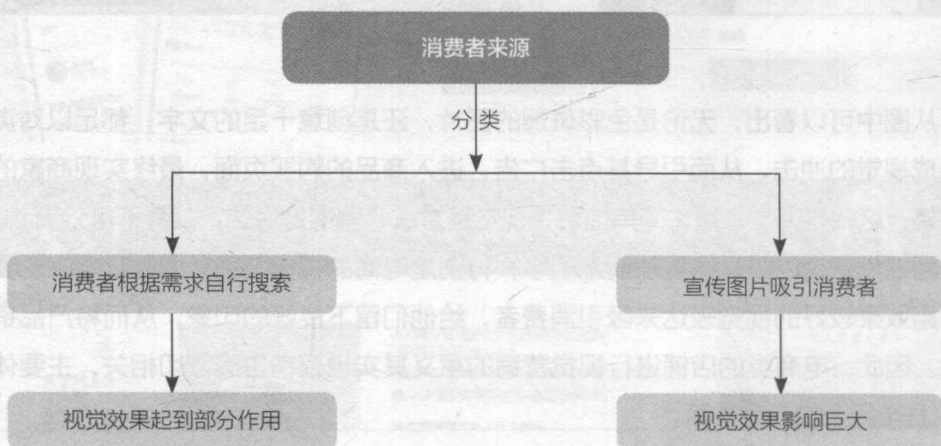
此外，视觉营销还能有效提升消费者对品牌和产品的信任度，从而不断增强消费者对品牌的认知度和好感度，吸引消费者进行再次购物，从而使商家能赚取更丰厚的利润。

002 小心误区：视觉营销的四大误区要注意

虽然视觉营销可以有效促进销售额的上涨，优势很大，但在实际操作的过程中也应该注意避免一些常见的误区。本节将详细介绍视觉营销的四大误区，为营销人提供正确的方法。

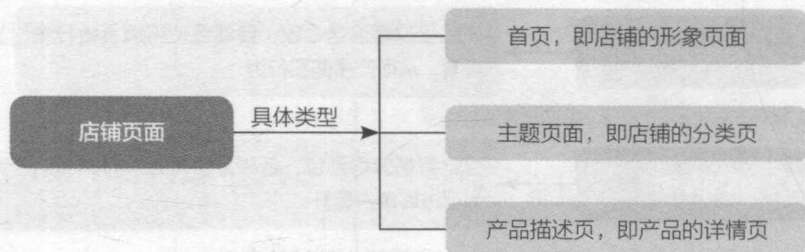
1. 不关心转化率降低

视觉营销不关心、不分析转化率降低问题就很难做到有的放矢。想要弄清楚转化率是如何降低的，就需要明确一个问题：消费者是怎么来的？一般而言，消费者从两种渠道来，具体内容如图 1-5 所示。



▲ 图 1-5 消费者来源

消费者来到店铺以后，会对店铺的面进行浏览，店铺页面的类型如图 1-6 所示。



▲ 图 1-6 店铺页面的类型

相关调查显示，买家在店铺首页的流失量最大，其次是产品详情页，因此，商家应该按照流失量大小确定打造页面视觉效果的主次。

页面的视觉效果对提升交易的成功率起着很大的作用，如果视觉效果做得不好，就很可能白白丢掉很多流量，导致转化率降低。如果将视觉效果打造得有冲击力，就能有效提高店铺的转化率，从而促进产品的销售，吸引源源不断的流量，赚

取丰厚的利润。

因此, 视觉效果的设计十分重要, 下面再列举三种页面设计的误区。

2. 功能堆积

很多网店在打造商品的视觉效果时, 往往都有些随意和贪心, 总是想在小小的页面里竭力展示产品的所有功能, 而且在文案的编辑上也展示出了不小的“野心”。图1-7所示为功能杂乱堆积的产品示例。



▲ 图 1-7 功能杂乱堆积的产品示例

实际上, 这样盲目堆积的效果往往只会适得其反, 因为消费者提取信息的耐心是有限的, 太过花哨和繁杂的信息会让本来就疲于筛选有效信息的消费者陷入困境。

这样一来, 消费者不仅不会再对产品产生购买的兴趣, 还很有可能对店铺产生抵触和反感的心理。



温馨提示

比较有效的办法是, 在店铺的首页、产品的详情页附上一目了然、清晰准确的产品视觉效果图及文案, 让消费者能够快速地了解产品的信息, 从而对产品进行快速选择, 增加对店铺的好感度。

3. 布局失衡

很多网店在设计产品的详情页时, 没有注意到页面的跳转能力, 常常使页面的比例失衡, 以致消费者在浏览时十分不方便, 导致其放弃继续浏览, 那么购买行为也就

难以发生，图 1-8 所示为布局失调的页面示例。



▲ 图 1-8 布局失调的页面示例

4. 风格定位错误

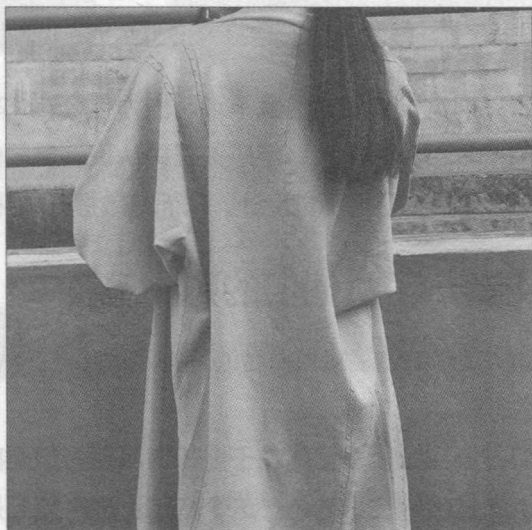
很多店铺在运用视觉营销时, 无法精准地掌握风格的设计, 这样不仅无法给消费者带来视觉上的享受, 还可能让消费者无法理解产品甚至产生反感和抵触心理。

比如, 杂乱的视觉效果。这类产品的视觉设计太过杂乱——排版杂乱、文字杂乱, 无法让消费者第一眼就产生好感, 更不用说信任感和品牌、风格印象了, 如图 1-9 所示。



▲ 图 1-9 设计杂乱的页面示例

又如, 对产品的展示没有用心, 图片没有亮点, 也就没有意义可言, 这种页面很容易使消费者对产品失去信心, 如图 1-10 所示。



▲ 图 1-10 毫无亮点的页面示例