

淘宝网
Taobao.com

天猫 TMALL.COM

淘宝天猫店

设计、装修与视觉营销

凤凰高新教育◎ 编著

从入门到精通

DVD
超值光盘

+



本书**同步视频**教程，全套店铺装修操作演示

PPT课件，全程再现皇冠店家装修经验

15个网店**宝贝优化**必备技能视频教程

超人气网店设计**素材库**

你不能不知道的**100个**卖家经验与赢利技巧

网店**卖家必知**的12大促销策略

淘宝与天猫开店**重要区别**视频教程

10招搞定双11、双12

手把手教你把新品打造成**爆款**视频教程

不要让差评毁了你的店铺——**应对差评**的10种方案

手把手教你
零基础 零成本
装修店铺



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝网
Taobao.com

天猫 TMALL.COM

淘宝天猫店

设计、装修与视觉营销

从入门到精通

凤凰高新教育◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容提要

当今,电子商务产业的快速发展,让更多的传统行业和经营者们都选择网上开店,而“店铺设计、装修与视觉营销”又是网店经营中最重要的一环。为了帮助还没有开店打算开店的用户,以及已开网店但缺少网店装修设计经验的新手卖家,掌握在淘宝、天猫店装修与设计技能,作者根据自己多年网上开店心得,并结合众多淘宝皇冠店主和天猫旗舰店卖家的经验,精心策划了本书。

本书全面、系统地讲解了淘宝、天猫网店装修与设计的基本方法和技巧。全书紧紧围绕“必学的网店视觉营销知识→必懂的网店装修常识→网店装修的视觉影响→网店装修的设计法则→Photoshop 网店装修的必会技能→网店首页设计→网店详情页设计→网店主图设计→网店推广图设计→网店装修特效代码应用→手机店铺装修设计”这条线索展开内容,采用图解及案例的方式详细地讲解了网店设计与装修的相关技能。需要指出的是,淘宝、天猫店两者的装修设计流程基本相同,本书所讲授的网店装修设计方法、技巧既适合淘宝店,也适合天猫店。读者还可以举一反三、触类旁通应用到其他电商平台开店装修和设计上。

本书结构完整,条理清晰,内容详尽,语言讲述通俗易懂,是一本不可多得的网店装修与设计宝典,非常适合网店新卖家自学使用,也可作为相关各类院校、培训机构电子商务相关专业的教材。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝天猫店设计、装修与视觉营销从入门到精通 / 凤凰高新教育编著. —北京: 北京大学出版社, 2016.9

ISBN 978-7-301-27346-3

I. ①淘… II. ①凤… III. ①电子商务—网站建设 IV. ①F713.36 ②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 181061 号

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 淘宝天猫店设计、装修与视觉营销从入门到精通
TAOBAO TIANMAODIAN SHEJI ZHUANGXIU YU SHIJUE YINGXIAO CONG RUMEN DAO JINGTONG |
| 著作责任者 | 凤凰高新教育 编著 |
| 责任编辑 | 尹 毅 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-27346-3 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pup7@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653 |
| 印 刷 者 | 北京大学印刷厂 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 18.75 印张 彩插 2 458 千字 |
| | 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷 |
| 印 数 | 1—3000 册 |
| 定 价 | 69.00 元 |

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系。电话: 010-62756370

大型多媒体教学光盘精彩内容展示

PART 1 做好准备

- 1.1 如何使用素材文件与结果文件
- 1.2 如何使用装修素材与设计模板
- 1.3 如何阅读电子书
- 1.4 如何观看视频教程

PART 2 练好基本功

- 2.1 同步学习的素材文件与结果文件
- 2.2 5.5 小时同步视频教程, 全套装修操作演示
- 2.3 PPT 课件, 全程再现皇冠店家装修经验
- 2.4 6 小时 Photoshop 照片处理视频教程

PART 3 15 个网店宝贝优化必备技能视频教程

- 技能 1: 调整倾斜的照片并突出主体
- 技能 2: 去除多余对象
- 技能 3: 宝贝图片照片降噪处理
- 技能 4: 宝贝图片照片清晰度处理
- 技能 5: 珠宝模特美白处理
- 技能 6: 衣服模特上妆处理
- 技能 7: 模特人物身材处理
- 技能 8: 虚化宝贝的背景
- 技能 9: 更换宝贝图片的背景
- 技能 10: 宝贝图片的偏色处理
- 技能 11: 修复偏暗的宝贝图片
- 技能 12: 修复过曝的宝贝图片
- 技能 13: 修复逆光的宝贝图片
- 技能 14: 添加宣传水印效果
- 技能 15: 宝贝场景展示合成

PART 4 10 招搞定“双 11”“双 12”

- 第一招: 无利不起早——“双 11”对你的重要意义
- 第二招: 知己知彼——透视“双 11”活动流程
- 第三招: 做个纯粹的行动派——报名“双 11”活动
- 第四招: 粮草先行——“双 11”活动准备工作
- 第五招: 打好热身仗——“双 11”活动热身、预售
- 第六招: 一战定胜负——“双 11”活动进行时
- 第七招: 善始善终——“双 11”活动售后服务
- 第八招: 乘胜追击——“双 12”活动备战
- 第九招: 出奇制胜——“双 11”“双 12”营销策划与创意
- 第十招: 他山之石——“双 11”成功营销案例透析

PART 5 手把手教你把新品打造成爆款视频教程

- 第 1 步: 爆款产品内功修炼
- 第 2 步: 打造爆款基本功
- 第 3 步: 爆款流量武器
- 第 4 步: 爆款产品转化全店盈利
- 第 5 步: 爆款案例分析

PART 6 网店卖家必知的 12 大促销策略

- 策略 1: 选择合适做促销的商品
- 策略 2: 通过邮费赚取利润
- 策略 3: 节假日销售促销策略
- 策略 4: 利用赠品做促销活动
- 策略 5: 通过拍卖方式促销
- 策略 6: 低价出售部分商品
- 策略 7: 通过购物积分促销
- 策略 8: 巧妙进行包邮促销
- 策略 9: 使用限时限量促销商品
- 策略 10: 销售淡季的促销方法
- 策略 11: 如何选择时间做促销效果才能最好
- 策略 12: 避免店铺促销误区的技巧

PART 7 你不能不知道的 100 个卖家经验与赢利技巧

7.1 新手卖家开店认知与准备技巧

- 技巧 1 网店店主要具备的基本能力
- 技巧 2 个人开淘宝店要充当的角色
- 技巧 3 为店铺做好市场定位准备
- 技巧 4 新手开店产品的选择技巧
- 技巧 5 主打宝贝的市场需求调查
- 技巧 6 网店进货如何让利润最大化
- 技巧 7 新手开店的进货技巧
- 技巧 8 新手代销产品注意事项与技巧
- 技巧 9 掌握网上开店的流程
- 技巧 10 给网店取一个有卖点的名字

7.2 网店宝贝图片拍摄与优化的相关技巧

- 技巧 11 店铺宝贝图片的标准
- 技巧 12 注意商品细节的拍摄
- 技巧 13 利用自然光的拍摄技巧
- 技巧 14 不同商品拍摄时的用光技巧
- 技巧 15 新手拍照易犯的用光错误
- 技巧 16 用手机拍摄商品的技巧
- 技巧 17 服饰拍摄时的搭配技巧
- 技巧 18 裤子拍摄时的摆放技巧
- 技巧 19 宝贝图片美化的技巧与注意事项

7.3 网店装修的相关技巧

- 技巧 20 做好店铺装修的前期准备
- 技巧 21 新手装修店铺的注意事项
- 技巧 22 店铺装修的误区
- 技巧 23 设计一个出色的店招
- 技巧 24 把握好店铺的风格样式
- 技巧 25 添加店铺的收藏功能
- 技巧 26 做好宝贝的分类设计
- 技巧 27 做好店铺的公告栏设计

- 技巧 28 设置好广告模板
- 技巧 29 增加店铺的导航分类
- 技巧 30 做好宝贝推荐
- 技巧 31 设置好宝贝排行榜
- 技巧 32 设置好淘宝客服

7.4 宝贝产品的标题优化与定价技巧

- 技巧 33 宝贝标题的完整结构
- 技巧 34 宝贝标题命名原则
- 技巧 35 标题关键词的优化技巧
- 技巧 36 如何在标题中突出卖点
- 技巧 37 寻找更多关键词的方法
- 技巧 38 撰写商品描述的方法
- 技巧 39 写好宝贝描述提升销售转化率
- 技巧 40 认清影响“宝贝”排名的因素
- 技巧 41 商品发布的技巧
- 技巧 42 巧妙安排宝贝的发布时间
- 技巧 43 商品定价是必须考虑的要素
- 技巧 44 商品定价的基本方法
- 技巧 45 商品高价定位与低价定位法则
- 技巧 46 抓住消费心理巧用数字定价

7.5 网店营销推广的基本技巧

- 技巧 47 加入免费试用
- 技巧 48 参加淘金币营销
- 技巧 49 加入天天特价
- 技巧 50 加入供销平台
- 技巧 51 加入限时促销
- 技巧 52 使用宝贝搭配套餐促销
- 技巧 53 使用店铺红包促销
- 技巧 54 使用彩票拉熟方式促销
- 技巧 55 设置店铺 VIP 进行会员促销
- 技巧 56 运用信用评价做免费广告
- 技巧 57 加入网商联盟共享店铺流量
- 技巧 58 善加利用店铺优惠券
- 技巧 59 在淘宝论坛中宣传推广店铺
- 技巧 60 向各大搜索引擎提交店铺网址
- 技巧 61 让搜索引擎快速收录店铺网址
- 技巧 62 使用淘帮派推广
- 技巧 63 利用“淘帮派”卖疯主打产品
- 技巧 64 利用 QQ 软件推广店铺
- 技巧 65 利用微博进行推广
- 技巧 66 利用微信进行推广
- 技巧 67 微信朋友圈的营销技巧
- 技巧 68 利用百度进行免费推广
- 技巧 69 店铺推广中的 8 大误区

7.6 直通车推广的应用技巧

- 技巧 70 什么是淘宝直通车推广
- 技巧 71 直通车推广的功能和优势

- 技巧 72 直通车广告商品的展示位置
- 技巧 73 直通车中的淘宝类目推广
- 技巧 74 直通车中的淘宝搜索推广
- 技巧 75 直通车定向推广
- 技巧 76 直通车店铺推广
- 技巧 77 直通车站外推广
- 技巧 78 直通车活动推广
- 技巧 79 直通车无线端推广
- 技巧 80 让宝贝加入淘宝直通车
- 技巧 81 新建直通车推广计划
- 技巧 82 分配直通车推广计划
- 技巧 83 在直通车中正式推广新宝贝
- 技巧 84 直通车中管理推广中的宝贝
- 技巧 85 修改与设置推广计划
- 技巧 86 提升直通车推广效果的技巧

7.7 钻石展位推广的应用技巧

- 技巧 87 钻石展位推广的特点
- 技巧 88 钻石展位推广的相关规则
- 技巧 89 钻石展位推广的黄金位置
- 技巧 90 决定钻石展位效果好坏的因素
- 技巧 91 用少量的钱购买最合适的钻石展位
- 技巧 92 用钻石展位打造爆款

7.8 淘宝客推广的应用技巧

- 技巧 93 做好淘宝客推广的黄金法则
- 技巧 94 主动寻找淘宝客帮助自己推广
- 技巧 95 通过店铺活动推广自己吸引淘客
- 技巧 96 通过社区活动增加曝光率
- 技巧 97 挖掘更多新手淘宝客
- 技巧 98 从 SNS 社会化媒体中寻觅淘宝客
- 技巧 99 让自己的商品加入导购类站点
- 技巧 100 通过 QQ 结交更多淘宝客

PART 8 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的 10 种方案

PART 9 淘宝与天猫开店的区别

1. 淘宝、天猫开店申请与入驻区别
2. 淘宝、天猫店铺装修及运营区别
3. 淘宝、天猫店铺售后服务及客户权益区别
4. 2016—2017 年淘宝重要规则新变化

PART 10 超人气网店设计素材库

- 28 款详情页设计与描述模板 (PSD 分层文件)
- 46 款搭配销售套餐模板
- 162 款秒杀团购模板
- 200 套首页装修模板
- 330 个精美店招模板
- 396 个关联多图推荐格子模板
- 660 款设计精品水印图案
- 2000 款漂亮店铺装修素材

Foreword

前言

“店铺设计与装修”，又叫“视觉营销”，它是网店经营中最重要的工作环节，由此而诞生的“网店美工”岗位，也是网店运营中的重要技能岗位。可以说，网店设计与装修的好坏，也是直接决定网店经营成功与否的关键因素。

“视觉营销”是一个外来词，英文为 Visual Merchandising，简称为 VM 或 VMD。视觉营销也称“商品计划视觉化”，即在营销过程中展示商品的所有视觉要素，通过色彩、图像、文字等方式展现产品的品牌和定位，展示促销的重点和主题。

实体店铺中的视觉营销是通过有效的设计，提高店铺的客流量和销售量，如店铺装修、POP 促销海报、橱窗展示、模特展示、灯光音乐等装修设计。

而在电子商务中，是通过对店铺中页面的设计、产品主图的设计、产品推广图的设计、产品详情页的设计等应用，将视觉营销置入到这些领域中去，通过文字和图片对产品与店铺进行整体展示，用视觉来传达产品的特点和优势，从而吸引顾客关注，增加人们对产品的认可度，最终达到营销的目的，即视觉是手段，营销是目的，营销通过视觉来呈现。

◆ 本书特色

为了帮助还没有开店打算开店的用户，以及已开网店但缺少网店装修设计经验的新手卖家，掌握在淘宝、天猫店装修与设计技能，作者根据自己多年网上开店心得，并结合众多淘宝皇冠店主和天猫旗舰店卖家的经验，精心策划了本书。

本书语言简洁、条理清晰，特别适合想在网上开店创业的初学者全面了解店铺装修的各个细节，是一本零基础、零成本的网店装修实战宝典。

● 手把手教你网店装修与设计的全过程，真正做到只需这一本就可以解决网店装修与视觉营销的所有问题，从此网上开店不用愁。

● 压箱底的秘籍传授，包括 44 个“皇冠支招”实战经验和 11 个“经典案例分享”，

让你一开始就站在巨人的肩膀上。本书全面涵盖了网店设计与装修的相关领域应用,如首页设计、详情页设计、主图设计、推广图设计、网店装修特效代码、手机淘宝店铺装修等内容。通过这些知识的学习,可以让您快速成长为一名真正的“淘宝美工大师”!

● 汇总成功卖家的网店装修经验与心得,精取成功卖家的方法,并将他们之所以成功的宝贵技巧加以总结和提炼,帮助你运用网店视觉营销来提高产品的销售量,赚取更多的利润,让你少走弯路。

本书配套光盘内容丰富、实用,全是干货,不仅有与书中同步的操作视频录像,还有皇冠卖家运营实战经验的PPT演示等超值内容,能有效帮助网店卖家,尤其是新手卖家快速掌握淘宝店、天猫店装修与设计的相关技能。

- (1) 5.5小时同步视频教程,全方位演示网店装修与设计的操作方法。
- (2) PPT课件,全程再现皇冠店家装修经验。
- (3) 6小时Photoshop照片处理视频教程。
- (4) 超人气网店设计素材库。
- (5) 网店卖家必知的12大促销策略。
- (6) 你不能不知道的100个卖家经验与赢利技巧。
- (7) 15个网店宝贝优化必备技能视频教程。
- (8) 手把手教你把新品打造成爆款视频教程。

◆ 本书适合读者

- 想在淘宝、天猫网上开店,但对网店装修一无所知的人;
- 已在网上开店,但店铺设计与装修不太好的店主;
- 已有网店,希望通过网店装修,提升网店视觉营销业绩的店主;
- 想从事网店美工岗位,但缺乏行业经验和实战经验的读者;
- 大、中专职业院校电子商务专业的学生和社会职业培训的相关学生。

本书由凤凰高新教育策划并组织编写。全书由开店经验丰富的网店店主编写,同时也得到了众多淘宝天猫店主的支持,在此表示衷心的感谢。同时,由于互联网技术发展非常迅速,网上开店的相关规则也在不断地变化,书中疏漏和不足之处在所难免,敬请广大读者及专家指正。

读者信箱:2751801073@qq.com

投稿邮箱:pup7@pup.cn

Contents

目录

第1章 开网店必学的视觉营销知识

- 1.1 什么是视觉营销 / 2
 - 1.1.1 网店经营中的视觉营销 / 2
 - 1.1.2 视觉营销的根本目的 / 5
- 1.2 网店视觉营销的意义 / 5
 - 1.2.1 进得来 / 5
 - 1.2.2 看得懂 / 5
 - 1.2.3 找得到 / 7
 - 1.2.4 买得到 / 7
 - 1.2.5 回得来 / 8
- 1.3 如何做好网店的视觉营销 / 8
 - 1.3.1 网店视觉营销的基本原则 / 8
 - 1.3.2 网店视觉设计的基本要素 / 10

皇冠支招

- 招式 01: 视觉营销数据化意义 / 11
- 招式 02: 视觉营销数据化定位 / 12
- 招式 03: 视觉营销数据化分析与修正 / 15
- 招式 04: 视觉营销数据化总结 / 16

案例分享

视觉营销引入庞大流量, 让数据流量为我所用 / 16

第2章 开网店必懂的店铺装修常识

- 2.1 什么是网店美工 / 21
 - 2.1.1 美工的定义 / 21
 - 2.1.2 新手学美工的建议 / 22
- 2.2 如何做好网店美工 / 23
 - 2.2.1 设计的理念 / 23
 - 2.2.2 无障碍浏览 / 24
 - 2.2.3 设计看细节 / 24
 - 2.2.4 团队的配合 / 25

皇冠支招

- 招式 01: 网店装修的重要性知多少 / 26
- 招式 02: 让你的网店设计与众不同 / 27
- 招式 03: 美工设计必备“神技” / 27

案例分享

掌握网店装修的6大关键因素, 打造明星店铺 / 30

第3章 网店装修的视觉影响

- 3.1 视觉化网店装修 / 34
 - 3.1.1 方案视觉化 / 34

3.1.2 卖点视觉化 / 35

3.1.3 情感视觉化 / 38

3.2 视觉设计要点 / 38

3.2.1 视觉色彩 / 38

3.2.2 视觉字体 / 46

3.2.3 视觉文案 / 50

皇冠支招

招式 01: 视觉中的点要素 / 52

招式 02: 视觉中的线要素 / 54

招式 03: 视觉中的面要素 / 54

招式 04: 视觉中的图案 / 55

案例分享 视觉营销不简单 / 56

第 4 章 网店装修的设计法则

4.1 网店美工的设计思维 / 64

4.1.1 页面的对齐性 / 65

4.1.2 页面的对比性 / 66

4.1.3 页面的亲密性 / 68

4.1.4 页面的重复性 / 69

4.2 网店美工的设计原理 / 70

4.2.1 版面构图原理 / 71

4.2.2 图片构成原理 / 73

4.2.3 图文解说原理 / 77

4.2.4 文字组合原理 / 78

4.3 网店美工的配色原理 / 81

4.3.1 选择基本配色 / 81

4.3.2 决定主题颜色 / 83

皇冠支招

招式 01: 主图设计 / 86

招式 02: 详情页设计 / 87

招式 03: 首页设计 / 88

招式 04: 推广图设计 / 89

案例分享 提高网店装修效率的秘密 / 90

第 5 章 Photoshop 网店装修的基本技能

5.1 Photoshop 的基础操作 / 93

5.1.1 认识 Photoshop 操作界面 / 93

5.1.2 新建文件 / 94

5.1.3 打开和保存文件 / 94

5.2 常用的修图工具 / 96

5.2.1 选区工具 / 96

5.2.2 污点修复画笔工具 / 97

5.2.3 修复画笔工具 / 98

5.2.4 修补工具 / 99

5.2.5 裁剪工具 / 100

5.3 图层面板的应用 / 100

5.3.1 认识图层面板 / 101

5.3.2 图层基本操作 / 101

5.4 图像的调整和输出 / 102

5.4.1 图像的调整 / 102

5.4.2 图像的输出 / 105

皇冠支招

招式 01: 网店的图片格式 / 107

招式 02: 网店的颜色模式 / 107

招式 03: 网店的分辨率 / 107

招式 04: 网店的素材品质 / 108

招式 05: 网店的字体字号 / 108

案例分享 简约、大气的网店这样设计 / 108

第 6 章 网店的首页设计

6.1 网店的首页结构 / 111

6.1.1 网店的布局内容 / 111

6.1.2 网店的视觉定位 / 113

6.1.3 网店的客户定位 / 118

6.2 网店的店招要素 / 122

- 6.2.1 店招的信息传达 / 122
- 6.2.2 店招的吸引力 / 123
- 6.3 网店的导航要素 / 123
 - 6.3.1 隐形导航 / 123
 - 6.3.2 半隐形导航 / 123
 - 6.3.3 显性导航 / 124
- 6.4 网店的首焦要素 / 124
 - 6.4.1 首焦的尺寸 / 124
 - 6.4.2 首焦的信息传达 / 125
 - 6.4.3 首焦的布局 / 126
 - 6.4.4 首焦的展示方式 / 127
 - 6.4.5 首焦的视觉效果 / 128
- 6.5 网店的页尾要素 / 128
 - 6.5.1 页尾的服务信息 / 129
 - 6.5.2 页尾的功能作用 / 129
- 6.6 网店的产品分类 / 129
 - 6.6.1 产品分类的展示 / 130
 - 6.6.2 分类的交互效果 / 130
- 6.7 网店的产品展示 / 130
 - 6.7.1 产品整洁 / 131
 - 6.7.2 爆款突出 / 131
 - 6.7.3 整体统一 / 132
 - 6.7.4 陈列搭配 / 132
 - 6.7.5 排列有序 / 133



皇冠支招

- 招式 01: 收藏功能全屏店招设计 / 134
- 招式 02: 全屏海报设计 / 143
- 招式 03: 产品陈列设计 / 145
- 招式 04: 功能全面页尾设计 / 149



案例分享 有了好的首页设计就成功了一半 / 154

第7章 网店的详情页设计

- 7.1 详情页的设计思路 / 156
 - 7.1.1 宝贝详情页的作用 / 156

- 7.1.2 设计详情页遵循的前提 / 156
- 7.1.3 设计前的市场调查 / 157
- 7.1.4 宝贝卖点挖掘 / 157
- 7.1.5 详情页的视觉呈现 / 157
- 7.2 详情页的设计内容 / 158
 - 7.2.1 模特图展示 / 158
 - 7.2.2 产品整体展示 / 158
 - 7.2.3 产品细节图片 / 159
 - 7.2.4 产品宣传广告图片 / 159
 - 7.2.5 产品参数图片 / 160
 - 7.2.6 产品介绍 / 160
 - 7.2.7 产品特色卖点 / 161
 - 7.2.8 产品对比展示 / 161
 - 7.2.9 产品使用场景展示 / 162
 - 7.2.10 产品包装展示 / 162
 - 7.2.11 产品售后说明 / 162
 - 7.2.12 品牌文化和企业实力 / 163
 - 7.2.13 关联广告位展示 / 163
 - 7.2.14 促销活动展示 / 164
 - 7.2.15 详情页的情感营销 / 165
- 7.3 详情页的设计要点 / 166
 - 7.3.1 满足客户需求 / 166
 - 7.3.2 控制页面内容 / 167
 - 7.3.3 进行合理布局 / 167



皇冠支招

- 招式 01: 详情页布局设计 / 168
- 招式 02: 产品整体展示模块设计 / 171
- 招式 03: 产品细节模块设计 / 174
- 招式 04: 产品卖点模块设计 / 178



案例分享 让详情页成为优秀的“导购员” / 182

第8章 网店的主图设计

- 8.1 网店的主图规范 / 188
 - 8.1.1 主图的重要性 / 188

- 8.1.2 天猫主图规范 / 189
- 8.1.3 C店主图发布规范 / 190
- 8.2 网店的主图要求 / 191
 - 8.2.1 清晰度要求 / 191
 - 8.2.2 曝光度要求 / 192
 - 8.2.3 图像大小要求 / 192
- 8.3 网店的主图结构 / 193
 - 8.3.1 黄金分割结构 / 193
 - 8.3.2 直线式结构 / 193
 - 8.3.3 渐次式结构 / 194
 - 8.3.4 三角式结构 / 194
 - 8.3.5 辐射式结构 / 195
 - 8.3.6 对角式结构 / 195
 - 8.3.7 其他结构 / 195
- 8.4 网店的主图展示 / 196
 - 8.4.1 信息分类 / 196
 - 8.4.2 品牌宣传 / 196
 - 8.4.3 场景表现 / 197

皇冠支招

- 招式 01: 突出品牌主图设计 / 197
- 招式 02: 简约式主图设计 / 199
- 招式 03: 场景化主图设计 / 201
- 招式 04: 营销化主图设计 / 203
- 招式 05: 质感主图设计 / 205

案例分享 主图设计优化绝招 / 209

第9章 网店的推广图设计

- 9.1 直通车广告 / 212
 - 9.1.1 搜索推广图 / 212
 - 9.1.2 定向推广 / 213
 - 9.1.3 活动推广 / 213
- 9.2 钻展广告 / 214
 - 9.2.1 钻展广告位 / 214
 - 9.2.2 钻展图片要求 / 214
 - 9.2.3 钻展文字信息 / 215

- 9.3 推广图设计准则 / 215
 - 9.3.1 推广主题清晰 / 215
 - 9.3.2 针对人群明确 / 216
 - 9.3.3 主题的表现形式 / 216
- 9.4 推广图设计要点 / 218
 - 9.4.1 价格差异化 / 218
 - 9.4.2 折扣差异化 / 218
 - 9.4.3 销量差异化 / 219
 - 9.4.4 品质差异化 / 219
 - 9.4.5 创意差异化 / 220
- 9.5 推广图设计分类 / 220
 - 9.5.1 单品推广图 / 220
 - 9.5.2 店铺推广图 / 221

皇冠支招

- 招式 01: 突出价格推广图设计 / 222
- 招式 02: 突出销量推广图设计 / 224
- 招式 03: 突出活动推广图设计 / 227
- 招式 04: 突出折扣推广图设计 / 230

案例分享 推广图设计的几大要素 / 231

第10章 网店装修的特效代码

- 10.1 代码的基础知识 / 235
 - 10.1.1 代码的定义 / 235
 - 10.1.2 代码的应用 / 235
- 10.2 代码的使用方法 / 236
 - 10.2.1 代码的学习 / 236
 - 10.2.2 代码的生成 / 236
 - 10.2.3 代码的编辑 / 238

皇冠支招

- 招式 01: 实现全屏海报 / 239
- 招式 02: 实现固定背景 / 244
- 招式 03: 实现客服在线模板 / 246

案例分享 优化页面的代码应用 / 253

第11章 手机淘宝页面设计与装修

11.1 手机淘宝页面装修基础 / 256

11.1.1 手机淘宝装修入口 / 256

11.1.2 手机淘宝装修组件 / 257

11.2 模块的装修实操 / 258

11.2.1 模块的添加和删除 / 258

11.2.2 各类模块的不同作用 / 259

11.2.3 更多无线端链接轻松 获得 / 266

11.2.4 手机淘宝首页规划 / 266



皇冠支招

招式 01: 设计手机淘宝店招 / 267

招式 02: 设计手机淘宝焦点图 / 270

招式 03: 设计手机淘宝产品分类 / 272

招式 04: 设计手机淘宝宝贝推荐 / 274



案例分享 正确发布无线端的宝贝
详情页 / 276

附录 淘宝与天猫开店的区别

主题一: 淘宝、天猫开店申请与入驻
区别 / 280

主题二: 淘宝、天猫店铺装修及运营
区别 / 285

主题三: 淘宝、天猫店铺售后服务及
客户权益区别 / 290

第1章

开网店必学的视觉营销知识

本章导读



视觉营销是网店运营的首要环节，视觉营销就是告诉大家如何通过图片卖产品，简单地说就是卖图片。有时候某产品并不是我们自己需要的，但偏偏我们就买了，这就是有效的视觉营销，让浏览者产生购物欲望，甚至还推荐亲友购买，视觉营销的神奇之处就在于此，本章我们就一起来认识视觉营销的重要性。

知识要点



通过本章内容的学习，大家能够认识到什么是视觉营销和如何进行视觉规划，最后如何通过数据影响视觉营销。学完后需要掌握的相关技能知识如下。

- 什么是视觉营销
- 网店的视觉规划
- 视觉营销数据化





1.1 什么是视觉营销

有研究证明，人们获知外界的信息中 87% 靠眼睛获得，人体活动的 75% ~ 90% 靠眼睛主导，吸引顾客的关注是取得销售成功的前提。眼球经济等于商品视觉营销。

视觉营销是网店经营中不可或缺的一环，能使普通的产品展示变得更有意义，让顾客在购买产品的同时能得到视觉上、情感上的满足，这些是普通的平面设计所不能达到的。它能快速抓住顾客的眼球，使购物变得更加轻松和愉快。

视觉营销是在平面设计的基础上，与人们的购物心理、消费行为学、浏览习惯、生活习惯相结合，设计出更利于顾客对图片进行点击、心理认可、信任等的网上购物环境，一步步坚定顾客的购买欲望，达到最终下单促成交易的目的。

从表面上看，一个店铺的定位与视觉的关联度并不大，但实际上，视觉作为辅助销售的表现形式逐渐表现出更多的营销属性。在某种程度上，店铺的定位决定着视觉的表现形式及其方向。

产品的风格定位是视觉展现形式的重要方向参考，只有较为清晰的风格定位再配以相符合的视觉表现形式才能完美地诠释产品的属性与品牌个性。下面就对这些影响顾客购买行为的视觉营销进行介绍。

人们在购物时理性和感性思维同时存在，在判断性能和用途方面是理性思维，而在判断款式、色彩方面则是感性思维。在竞争激烈的市场环境里，理解和满足顾客的感性要求与热切希望，激发顾客的购买行为，是视觉营销成功的核心要素。

1.1.1 网店经营中的视觉营销

视觉营销是一个外来词，英文为 Visual Merchandising，简写为 VM 或 VMD。视觉营销也称“商品计划视觉化”，即在营销过程中展示商品的所有视觉要素，通过色彩、图像、文字等方式展现商品的品牌和定位，展示促销的重点和主题，做出品牌差异化，用视觉来传达商品的特点和优势，从而吸引顾客关注，增加人们对商品的认可度，最终达到营销的目的，即视觉是手段，营销是目的，营销通过视觉来呈现。

实体店铺中的视觉营销是通过有效的设计,提高店铺的客流量和销售量,如POP促销海报、店铺装修、橱窗展示、模特展示、灯光音乐等。

而在网店经营中,是通过对店铺中页面的设计、产品主图的设计以及产品推广图的设计等,将视觉营销置入这些领域中,通过文字和图片的方式对产品和店铺进行整体展示,而非简单的产品展示,有效的视觉展示成为网店经营的必要手段。

网店经营中的视觉营销从定位开始,切记不可出现“一个店铺、两种风格、三种款式、四个模特”的现象。这种产品定位的不明晰会造成在视觉呈现上的混乱。如不多的产品中,模特却多达四个,这种产品线的不清晰会让消费者无所适从,甚至连店铺适合哪个年龄段都很迷惑,更别提对品牌的认同感和信赖感了。

如左下图甜美时尚的产品风格,选用了可爱的模特,整体风格简约、干净、统一,这样的视觉效果是成功的。

如右下图为休闲类服装,它对模特的眼睛进行了装饰,贴了一个白色米字,这属于自己店铺独特的风格,也属于视觉营销的一部分,能加深顾客对产品及店铺的印象。在这里,根据自家产品属性——情侣装的特征选择一男一女两个模特能更好地表现产品。

在网店经营中,通常通过以下几个方面来确定店铺的视觉营销定位。



1. 消费者定位

消费者的定位对于视觉而言非常重要，他们的喜好往往是视觉传达的指引方向和判断标准。如果在消费者的定位上不十分清晰，就会导致店铺风格不突出，进而无法给潜在消费者留下深刻印象。

例如，年龄层面定位于 23 ~ 38 岁，但是这个年龄段的女性仍然有很多细分，如年轻白领、小资、职业女性、文艺女青年等，店家如果不针对特定消费人群做视觉、做描述，就无法与消费者形成共鸣，自然也无法在视觉上找到契合的手段加以表现。

2. 品牌口号

作为一个自有品牌，有一个清晰的品牌定位的同时最好能提炼出品牌的广告语，用以更好地诠释品牌。优秀的广告语不仅能清晰地表述产品属性，而且更能在第一时间拉近品牌与消费者之间的距离，快速形成共鸣，强化品牌识别。它无须太花哨，只需要告诉消费者专注做什么，即只需给消费者留下深刻印象即可，这样哪怕消费者当时没有购买任何宝贝，但当他以后想购买此类宝贝时，就会马上想起浏览过的店铺进而进行搜索式点开收藏网页。

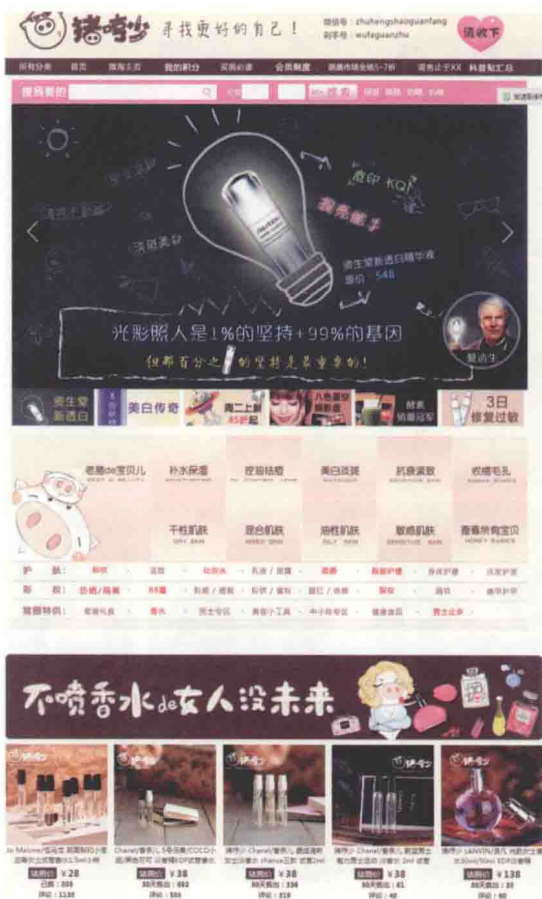
3. 视觉展示

总的来说，在网店经营中，要把视觉营销做好，也是有规律可循的。首先确立好一个风格，选择一到两个模特进行长期合作，并在美姿造型方面形成独特风格；然后进一步梳理产品的受众定位，并能描画出对象的“肖像”，做到具体、形象、感性，视觉传达可以以此为依据在形式与内容上进行运用。

在页面的布局中要掌握以下 4 个原则：①重点突出；②陈列有序；③流畅贯通；④视觉创意。首页的空间是有限的，如何在有限的空间内进行产品的合理陈列，也直接影响着买家的视觉体验。最后，最好是提炼出一句品牌标语，并显示于店招处。这样，即为最初的视觉营销打下了基础。

右上图为皇冠级店铺中点击率很高的淘宝店，也是很有代表性的店铺，独特的展示方式是吸引顾客的好方法。

右下图所示为该店首页中的部分产品分类标题，依然以独特的文案风格吸引着顾客。



1.1.2 视觉营销的根本目的

视觉营销表面上是视觉的呈现，而核心目的是营销，就是让顾客通过视觉了解产品和品牌，进而最终达成交易，提高销售额，并提升顾客的忠实度。

综上所述，视觉营销的根本目的就是卖产品，即想尽一切能用到的视觉技巧去包装和修饰产品，达到最终的盈利目的。

当顾客进入店铺后，就要用尽一切视觉营销手段留住顾客，让顾客有效识别产品优点，以精心的设计从视觉上引导顾客浏览店铺。

首先，要让顾客真正了解产品，看得懂图片、读得懂文字；其次，店铺内的产品分类设置、导航引导、产品推荐的设计要有利于顾客选择产品；再次，在页面中添加立刻购买、搭配套餐、关联营销等，加强顾客购买元素；最后，要设计收藏有礼、注重品牌实力展示等，让顾客成为回头客，完成视觉营销。

在网店经营中，好的图片有助于产品销售，好的产品和服务一定要通过完美的视觉表达，才能吸引受众，通过视觉营销提高流量，提高转化率，提高客单价，最终达到卖出产品的目的。

1.2 网店视觉营销的意义

网店经营中的用户体验，从视觉的角度出发就是要设计出一个优秀的页面，它是遵循顾客的购买行为和习惯的，让顾客进得来、看得懂、找得到、买得到、回得来，这样才能实现视觉营销的价值。

1.2.1 进得来

进得来主要通过淘宝常规的营销手段，如对“宝贝”标题进行优化提高自然搜索率；通过直通车、钻展等付费推广；做好全网社交推广，做好站外引流等。这些进得来的方法都属于视觉引流，好的设计是提高用户进店率的关键所在，在推广图上下功夫，快速提高“宝贝”的流量。

1.2.2 看得懂

顾客进入店铺就要尽量留住他，除了产品本身是否有吸引力外，店铺的视觉呈现也很重要，不论是产品、广告还是文字，要让人一眼就能识别并喜欢，知道这就是自己想要的。用店铺的色彩、文字、文案等来抓住顾客的眼球，让顾客有眼前一亮的感觉，从而达到有效传达。留不留得住顾客就要看店铺设计是否做到有效传达，顾客是否真正了解产品了。