

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

图解服务的细节

066

食品ネットショップ「10倍」売るための教科書

让食品网店销售额 增加10倍的技巧

网店如何销售、展示商品，增加回头客？

77个立竿见影的实践要点

〔日〕长山卫
余湘萍
译 著

人民东方出版传媒
People's Oriental Publishing & Media



東方出版社
The Oriental Press

图解服务的细节

066

食品ネットショップ「10倍」売するための教科書

让食品网店销售额 增加10倍的技巧

[日] 长山卫 著

余湘萍 译

人民东方出版传媒
People's Oriental Publishing & Media



東方出版社
The Oriental Press

图字：01-2017-7284 号

SHOKUHIN NET SHOP “10BAI”URUTAMENO KYOKASHO by Mamoru Nagayama

Copyright © M. Nagayama 2011

All rights reserved.

Original Japanese edition published by Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd., Tokyo.

This Simplified Chinese edition published by arrangement with

Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo
through Hanhe International (HK) Co., Ltd., Hong Kong.

中文简体字版专有权属东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

让食品网店销售额增加 10 倍的技巧 / (日) 长山卫 著; 余湘萍 译. —北京: 东方出版社,
2018. 5

(服务的细节; 066)

ISBN 978-7-5207-0283-6

I. ①让… II. ①长… ②余… III. ①食品—网店—商业经营 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 047704 号

服务的细节 066: 让食品网店销售额增加 10 倍的技巧

(FUWU DE XIJIE 066: RANG SHIPINWANGDIAN XIAOSHOU ZENGJIA 10BEI DE JIQIAO)

作 者: [日] 长山卫

译 者: 余湘萍

责任编辑: 崔雁行 高琛倩

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区东四十条 113 号

邮 编: 100007

印 刷: 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司

版 次: 2018 年 5 月第 1 版

印 次: 2018 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/32

印 张: 8.875

字 数: 149 千字

书 号: ISBN 978-7-5207-0283-6

定 价: 68.00 元

发行电话: (010) 85924663 85924644 85924641

版权所有, 违者必究

如有印装质量问题, 我社负责调换, 请拨打电话: (010) 85924602 85924603

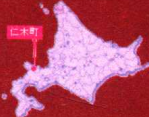
最大限度地展现商品魅力的 四个技巧

对于食品网店来说，最重要的就是怎样让顾客感受到商品魅力的“商品展示能力”。展示的技巧有很多，首先给大家介绍其中具有代表性的一些技巧，以及简单的拍摄商品的方法，等等。



向顾客“讲述”商品的故事

网店的特征之一就是能够输送大量的信息。为了让顾客能接受并且购买商品，就要介绍商品背后的故事。



天然果园的蓝莓 “生鲜蓝莓”

由北海道具有代表性的蓝莓产地——仁木街，直送上门！
作为当今日本全国知名的水果产地仁木街，位于类似于安第斯的高寒气候地区，适合栽培樱桃、苹果等水果。

生长于北海道大自然中的珍贵的蓝莓

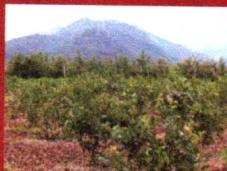


仁木街是水果之乡、安乐之乡，位于北海道靠近日本海的中间地带。受北限香鱼的栖息地——余市川的影响，仁木街土地肥沃。虽然位于降雪地带，但夏季天气炎热，昼夜温差较大，因此农作物色泽鲜亮、糖分高。

7月下旬至9月上旬是蓝莓的丰收时节，只有在夏季这短短的时期内才能收获。

仁木街是北海道蓝莓产量最大的地区，在得天独厚的自然环境中孕育出美味的蓝莓。

在高寒地区的新鲜空气中孕育而生



珍贵的果实

蓝莓从种植树苗到收获果实要花费将近10年的时间。而且种植人数较少，因此现在市场上还未普及。

虽说不是在超市等地能够买到的普通水果，但众所周知蓝莓富含对眼睛有益的花青素，所以如今得到了广泛的关注。



仁木街特产蓝莓的讯息

在蓝莓开出可爱的白花以后，就要进行授粉，然后结出果实。果园在通风良好、光照充足的田地里种植蓝莓，需要种植人员勤除草、悉心栽培。

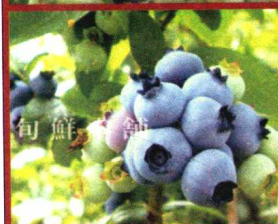
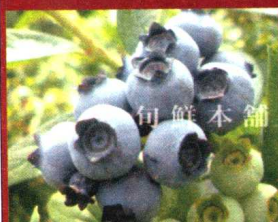
蓝莓的颜色变化为白色→粉色→紫色→蓝色。
按照往年的惯例，在7月中旬前后蓝莓变成蓝黑色，开始第一次采摘。

介绍位于北海道高寒地区的仁木街，适合栽培水果，突出其作为蓝莓产地的代表性地位。强调由产地仁木街直送上门。

接着介绍仁木街优越的自然环境，虽然地处降雪地带，但夏季炎热、昼夜温差大。在这样的自然条件下生产出来的作物，含糖量高，色泽鲜亮。

以“仁木街特产蓝莓的讯息”为标题，介绍蓝莓的栽培方法、开花的样子，以及7月中旬前后开始进行初次采摘等信息。

我们拜托种植人员……
一颗一颗地采摘
“很费功夫的哦”



很难采摘的蓝莓

蓝莓的采摘都是人工一颗一颗完成的，因此收获蓝莓是很辛苦的工作。大多数情况下是大量收割的，这样蓝莓就成了果酱之类的加工原料。而我们的蓝莓是拜托种植人员一颗一颗采摘的，是很珍贵的果实。

蓝莓的美味食用方法，吃田里刚采摘的肯定是最棒的。由于跟其他水果相比蓝莓的颗粒较小，所以北海道人的吃法是一口吃掉 3 ~ 5 颗蓝莓。

将田里刚采摘的新鲜蓝莓
从农场直送上门



没有比在产地实拍的果实照片更能让顾客安心的了，这是跟踪产品时不可或缺的照片。

右下角的照片中，将一颗蓝莓放在手心，展示了其大小。

如果用机械来大量收割蓝莓，蓝莓会受到损伤，只能用作果酱等产品的原料。因此，要向顾客声明，这里采用的是很费工夫的、人工一颗一颗采摘的方式。

这是采摘之后等待出货的蓝莓的照片，能够有效地向顾客传递刚采摘的临场感，以及分量感。

展示技巧 之二

以写实感和临场感来刺激顾客的食欲

对于食品网店来说，很重要的一点是如何向消费者传递“美味”。让我们通过展现商品的“写实感”和“临场感”，来勾起顾客的食欲吧。



海产品的美味和新鲜度要通过“光泽”来传递。用蘸水的毛笔濡湿商品的表面，补充水分以后再进行拍摄。

(039 页)

虾的新鲜程度也是通过虾背部的光泽来呈现的。稍稍改变拍摄的角度就会呈现不同光泽，因此要一边看着镜头，一边寻找看起来最美味的角度，然后进行拍摄。

(039 页)



通过特写镜头表现出烤鳗鱼表面的真实质感，升腾的热气勾起了食欲。

(198 页)



添上一把叉子，就展现出了蛋糕的质感和柔软度。

(📖 198 页)

用照片来传递美味的有效方法之一，就是特写镜头。照片中，用特写镜头捕捉到了蜂蜜滴落的真实感觉，展现出了食材表面的质感。

(📖 078 页)



如果想要给人以“冰凉的感觉”，使用干冰，达到像照片中这样的效果。

(📖 201 页)

滴着果汁的蜜瓜演绎出“现在正往嘴里送”的情景，表现出了写实感和临场感。照片配上与之相应的广告语，进一步提升了效果。

(127 页)



如果拍摄葡萄的话，可以将其中几颗去皮，露出果肉部分。这一技巧在演绎“水灵灵的感觉”上效果显著。

(127 页)



红薯上沾了很多泥土，有力地表现出刚采摘的新鲜感；再加上手感很足的文字，成功地演绎了跃然纸上的生动感。

(127 页)



展示技巧 之三

通过设计和广告语来抓住顾客的心

在顾客无法直接触摸到商品的网店，设计和广告语的表现力显得尤为重要。介绍几个在这些方面下功夫，并获得成功的例子。



要想让商品给人以高级的感觉，背景要使用黑色。同样是年菜，高档的商品背景用黑色（左图），廉价的商品背景用白色（下图），由此可以调控商品给人产生的印象。

（042 页）



对粉色调的商品，整个页面的色调也要统一成粉色调。适用于目标群体为女性的商品，要设计得可爱一些。

（090 页）

ぜひ「お箸」で食べてください!それがおばあちゃん流!
緑茶と一緒に頂けば田舎の風情が見えてくる?!



ばあちゃんのおいしい食べ方!

気取ってねえで
「おい!」で喜ばに
食べて下さいね。
うめばあ〜。
和菓子として緑茶
にちびっく!。
これがあだし流だあ



【お箸で素快に食べるチーズケーキ?!

ケーキなのでフォークで頂くのも良いですが
ぜひ緑茶と一緒に**お箸**で食べてください。
それが岩手ののんびりした風景で作られた

おばあちゃん流の美味しい食べ方!



有时尝试以玩乐的方式来展现商品，也是很有效果的。这个用筷子来食用芝士蛋糕的照片引起了很大的反响。这一创意源自“山形县的老奶奶纯手工制作”的特性。

(158 108 页)

因故促销的商品怎样表现出分量感，这一点很重要。这张照片为了展现明太子的量之大，把明太子盛在米饭上，摆放了10碗，这一手法深受好评。

(155 155 页)



たっぷり、**10杯以上!**

“像橄榄球一样”这种富有想象力的表达给顾客留下了印象。尤其对于家庭主妇这类顾客群体来说，“能够放进冰箱的大小”是重要的宣传点。

(139 页)



在这个例子中，把蜜瓜称作“蛋”，给人出其不意的感觉。再加上独特的手写文字，给顾客留下了深刻的印象。种植人将蜜瓜捧在手中，成功地展现了蜜瓜的大小。

(139 页)



这是用于网购中心广告的一个旗帜广告图片。实际显示在电脑上的尺寸要稍微小些。登在中心广告的图片关键是要醒目，色调对比调到最大。蟹的红色、套盒的黑色、背景的白色，要突出颜色的对比度。

(073 页)



ご家庭でもカンタンに作れちゃいます♪



1. まずは、じゃがいもの皮をむきましょう。2. お好みの大きさに切って(数分)水に浸しておきます。3. クッキングシート上で水気を切ります。



4. フライパンなどで油を熱しじゃがいもを入れます。5. くっつかないように軽くまへんに混ぜます。6. じゃがいもが浮いてきた頃が出来上がりの目安です。



7. お好みで、カリッと揚げたい場合はさらに高温の油で2度揚げして下さい。8. 揚げたらクッキングシートなどの上で油気を取ります。9. 塩をお好みでふって出来上がり！

销售农产品等商品，在介绍商品的同时，介绍一些烹饪方法，可以提高吸引力。右边的照片中，介绍了用土豆制作薯条的方法。

(130 页)

インカのめざめでスープカレー



1瓶(4人前) 400円

同梱できます！ ゆめた肉や野菜に混ぜるだけ
経済的で北海道で大人気！「スープカレーの素」

詳しくはこちら

这个例子更进了一步，在介绍用名叫“印加瞳”的土豆做汤咖喱的菜谱的同时，还搭配咖喱酱进行组合销售。介绍烹饪方法也体现了对顾客的热情。

展示技巧 之四

通过数字体现出来的限定感和认同度来“推动”顾客

利用数字的客观性和说服力的方法是千变万化的。我们要掌握促使顾客消费的“最后一推”的技巧。

满意度超过 90% 是惊人的数字，对顾客有很大的说服力。
(069 页)

2011年度 1千人の実績!!
本当にありがとうございます!!

顧客満足度

92.6%

★★★★★

● 当店のおせちをご購入後、レビューをご記入いただいたお客様のうち、大変満足★★★★、満足★★★★ の評価を頂いた割合

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月10日

おせちが美味しかったです。家族みんなで大満足です。来年もぜひ注文したいと思います。通称「おせち」が美味しかったです。

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月09日

かとおせち料理
大人と子供2人の家族用として、かつりご二とおせちがセットでこの値段だったので満足です。
か二も入りやすく、肉を入れて美味しく頂きました。

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月06日

お正月用
お正月に家族が揃えるのに急ぎ注文しました。買もたくさんあって、冷凍だから解凍しても新鮮で美味しく食べられました。とてもお気に入りなのでお買い得だと思います。

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月06日

おせち会
指定日にちゃんと届きました。一つ一つ小分けされていて海産物を中心でした。味付けはどれも美味しくなかったです。か二がすべてこれだけの内容でこの値段は、絶対にお買い得です。また来年も注文します。

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月06日

TVで見て...
おせちが、TVでやっているのを見て即決しました。おせちが美味しかったです。

評価 ★★★★★ 5.00 投稿日: 2011年01月07日

おせち料理
北海道のおせちもいろいろあって、とても満足しました。来年も買いたいです。

ご家族でお楽しみ頂ける
海鮮おせち

当店のおせちはご満足頂けましたか？



かに好きなお客様から
たくさんのおいしいレビューを頂きました。



食卓としておせちを頂いたお客様が喜ばれた様子が、
星の付いたおせちが現れ出ている様子。

全国送料無料でお届けします。

2012迎春おせち料理特集

お年玉プレゼント企画！ 100個に1個必ず当たる！ なんと確率100分の1！

おせち料理1品お買い上げにつき(複数注文は確率アップ)
なんと、確率100分の1！
お年玉 10,000円
お年玉ラッキー番号を送ります。が当たる！
商品の発送は1月11日～1月15日までです。おせち料理1品お買い上げにつき、お年玉ラッキー番号を送ります。お年玉ラッキー番号を送ります。お年玉ラッキー番号を送ります。

2012年01月05日(金) 12:00～12:01(金) 当店で販売されているおせち料理1品お買い上げにつき、お年玉ラッキー番号を送ります。

※クレジットカード・デビットカード・ネット銀行でのお支払いに限り、おせち料理1品お買い上げにつき、お年玉ラッキー番号を送ります。
ご注文日からお支払い日まで一定期間がある。ご予約商品に上記記載の金額のおせち料理1品お買い上げにつき、お年玉ラッキー番号を送ります。
運送商品と同じく(ご注文時に)送料とさせていただきます。何卒ご了承ください。

当ペーじのおせち年内お届けは2012年限定仕様
追加生産ございません
↓お急ぎ下さい！

2011年12月**27**日(木) 正午
の注文まで！

上半部分介绍了在活动期间参加抽奖，就有机会中1万日元的策划内容。下半部分告知顾客活动截止日期已经临近，促使顾客抓紧购买。不论哪一部分，目的都是给还在观望、犹豫的顾客最后一推。

(072 页)

例えば・・・ **2Lサイズ(約2kg)の
優品2玉(計4kg)は**
5/14以降は8,300円ですが
(それでも増量安いです!!)



**今ご予約されれば
楽天市場内最安値の
3月までの大特価
7,700円
にてご提供いたします!**

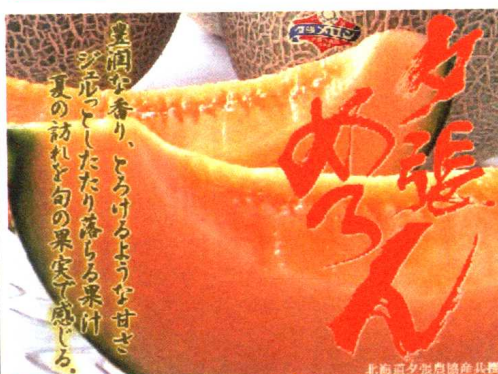
为了突出价格之优惠，
可以将标价用大的数字
来表示。再加上该优惠
活动“3月份截止”的
标语，勾起了顾客的购
买欲。

(142 页)

最近何かと話題の夕張から・・・現在、超オトクな

早期割引

楽天最安値でご予約承り中!



本物 当店は夕張農協で選ばれた
共撰のメロンしか扱いません!

预售促销也是提高销售量的
行之有效的方法。左图
中的网店从1月份起接受
蜜瓜的预订。冬季市场上
几乎没有销售蜜瓜的店铺，
因此能够获得较好的广告
效应。

(142 页)

· 谁都能掌握的商品拍摄技巧 ·

虽说是拍摄商品的照片，也可以不委托专业摄影师来拍摄。只要记住最基本的要领，业余人员也能拍出勾起消费者购买欲望的照片。



只是改变一下拍摄的角度，给人的感觉就会不同。拍摄者要边看镜头边移动，寻找最适宜的角度。(183 页)



只要调低角度，靠近商品进行拍摄，在分量上就能给人带来如此大的差异。(183 页)



左右两张照片都是采用微距模式拍摄出来的。我们要舍弃“微距模式只适用于拍摄近景”的观念，经常使用微距模式来进行拍摄。(186 页)