

店铺运营

网上店铺视觉营销指南

曹天佑 刘绍婕 时延辉 编著



附赠PPT课件



本书由一线电子商务教师和网店店主编写，循序渐进地讲解了网店后台运用美工的图片效果所需要的各方面知识。



以实例结合理论的方式对网店视觉营销所涉及的视觉图像、配色和元素模块进行讲解。



从 Photoshop 创建切片、Dreamweaver 编辑代码，到图片空间复制链接，再到淘宝后台实现整体店铺视觉效果，逐步引导读者学习网店视觉营销中所涉及的各种技能。



配备资源包括素材、源文件，以及近 100 分钟的 MP4 高清视频教学文件，供读者学习和使用。



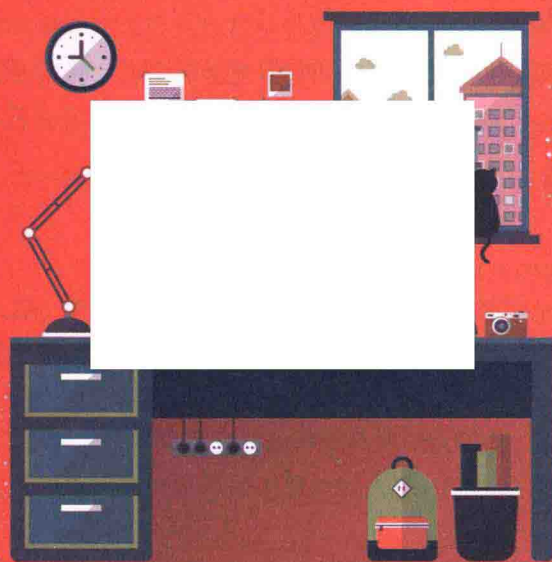
清华大学出版社



店铺运营

网上店铺视觉营销指南

曹天佑 刘绍婕 时延辉 编著



清华大学出版社



内 容 简 介

本书以实例和设计理论相结合的方式介绍店铺运营中视觉营销图像的运用。根据在店铺运营中后台所涉及的各个知识点,精心制作了多个通过Dreamweaver编辑代码、图片空间复制链接来完成的最终视觉效果实例,其中包括全屏首屏广告、全屏轮播图、店铺店招与导航、店铺公告模板等效果的应用。

本书由一线电子商务教师和网店店主编写,循序渐进地讲解了网店后台运用美工设计的图片效果所需要具备的各方面知识。全书共分为6章,依次讲解吸引买家的店铺布局、店铺配色与商品色彩、图片的切割与优化、Dreamweaver在店铺中的应用、图片空间的使用以及店铺可装修区域的应用。

本书采用案例教程结合理论的编写形式,兼具技术手册和应用技巧参考手册的特点,技术实用,讲解清晰,不仅适合想要免费加强自己网店效果的初、中级读者阅读,也可以作为大中专院校相关专业及电子商务方面培训班的教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

店铺运营:网上店铺视觉营销指南 / 曹天佑,刘绍婕,时延辉编著. —北京:清华大学出版社, 2017

ISBN 978-7-302-47886-7

I. ①店… II. ①曹… ②刘… ③时… III. ①电子商务—网站—设计 IV. ①F713.361.2
②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第184707号

责任编辑:韩宜波

装帧设计:李 坤

责任校对:张彦彬

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座

邮 编: 100084

社总机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 190mm×260mm

印 张: 13.25

字 数: 322千字

版 次: 2017年10月第1版

印 次: 2017年10月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 49.80元

产品编号: 071899-01

随着网上购物的兴起，自己开一家淘宝店进行创业已经不是什么新鲜事了。开店是一回事，经营网店又是一回事。在网店中运用视觉效果来吸引买家是既经济又实惠的一项选择。电商视觉营销方面相应的图书非常多，但多数以理论和点评为主，而本书真正将视觉效果应用到店铺中，并以实例的方式进行了精细的讲解。

店铺运营中应用视觉效果，除了在淘宝后台中设置以外，还要结合 Photoshop、Dreamweaver 和图片空间，目的就是最大化地吸引买家，从而加大流量为店主创收。

本书在最初的策划阶段就是本着在吸引买家的注意力，并替店主省钱等方面而进行的。店铺运营中应用的全屏轮播图、全屏广告等收费环节，都可通过学习本书中的知识，自行制作，真正让卖家做到即学即用。本书作者有着多年丰富的电商教学经验、店铺运营以及装修的实际设计工作经验，把自己总结出的经验和技巧展现给读者，希望读者能够在体会各个软件的强大功能的同时，将设计创意和设计理念通过软件反映到店铺运营中来，更希望通过阅读本书能够帮助读者解决店铺运营时遇到的一些难题。

本书特点

本书内容由浅入深，丰富多彩，力争涵盖网店视觉及装修的全部知识点。以实例结合理论的方式对网店运营进行实际应用的讲解，使读者在学习时少走弯路。

本书具有以下几个方面的特点。

- 内容全面，几乎涵盖了网店视觉营销所涉及的视觉图像、配色和店铺整体的各个元素模块。从图片切片、网店代码的编写等一般流程入手，逐步引导读者学习网店运营中所涉及的各种技能。
- 语言通俗易懂，讲解清晰，前后呼应。以最小的篇幅、最易读懂的语言来讲解每一项功能和每一个实例，让读者学习起来更加轻松、阅读更加容易。
- 实例丰富，技巧全面实用，技术含量高，与实践紧密结合。本书由具有丰富教学经验的网店设计一线老师编写，每一个实例都倾注了作者多年的实践经验，每一个功能都已经过技术验证。
- 注重理论与实践相结合。在本书中，实例的运用都是以网店中某个重要知识点展开，使读者更容易理解和掌握，从而方便知识点的记忆，进而能够举一反三。

本书章节安排

本书循序渐进地讲解了网店视觉营销时在店面内效果所需要的各方面知识。全书共

PREFACE

分为6章，依次讲解了吸引买家的店铺布局、店铺配色与商品色彩、图片的切割与优化、Dreamweaver在店铺中的应用、图片空间的使用和店铺可装修区域的应用。

本书读者对象

本书采用案例教程结合理论的编写形式，兼具技术手册和应用技巧参考手册的特点，技术实用，讲解清晰，不仅适合开店想自己运营店铺的初、中级读者阅读，也可以作为大专院校相关专业及电子商务方面培训班的教材。

本书由曹天佑、刘绍婕和时延辉编著，参与编写的人员还有王红蕾、陆沁、吴国新、戴时影、刘冬美、陈美荣、尚彤、张叔阳、葛久平、孙倩、殷晓锋、谷鹏、胡渤、张希、赵頔、张猛、齐新、王海鹏、刘爱华、张杰、张凝、周荣、周莉、金雨、陆鑫、刘智梅、王君赫、潘磊、黄友良、蒋立军、蒋岚、蒋玉、苏丽荣、谭明宇、李岩、吴承国、陶卫锋和孟琦等。

由于作者水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

编 者

第1章

吸引买家的店铺布局

1

1.1 网店栏目和页面设计策划 / 2

1.1.1 策划在制作之前的作用 / 3

1.1.2 网店栏目策划 / 3

1.1.3 网店的页面策划 / 6

1.2 网店布局的基本元素 / 9

1.2.1 店招 / 10

1.2.2 促销广告 / 10

1.2.3 宝贝分类 / 11

1.2.4 联系方式 / 12

1.2.5 店铺收藏 / 13

1.2.6 店铺二维码 / 14

1.2.7 店铺公告 / 14

1.2.8 宝贝展示 / 15

1.2.9 宝贝排行 / 15

1.2.10 详情页 / 16

1.3 版面布局设计 / 17

1.3.1 版面布局的原则 / 18

1.3.2 网店页面内容的排版 / 21

1.4 为网拍商品制作统一边框 / 26

1.4.1 照片边缘色彩添加统一边框 / 26

1.4.2 细致调整图像背景边缘 / 28

1.4.3 统一边框样式 / 29

1.4.4 商品图像边框的制作 / 31

CONTENTS

1.5 统一间距与对齐 / 33

1.6 图像制作的布局 / 34

1.6.1 图像的构图类型 / 35

1.6.2 图像合成展示 / 35

第 2 章

店铺配色与商品色彩

37

2.1 认识网店色彩 / 38

2.2 色彩理论 / 39

2.2.1 色彩与视觉原理 / 39

2.2.2 色彩的分类 / 40

2.2.3 色彩三要素 / 43

2.3 色彩颜色管理 / 45

2.3.1 识别色域范围外的颜色 / 46

2.3.2 色彩模式 / 47

2.3.3 色彩模式转换 / 50

2.3.4 调整颜色建议 / 51

2.4 网页安全色 / 51

2.5 网店配色 / 53

2.5.1 自定义页面的主色与辅助色 / 53

2.5.2 网店色调与配色 / 54

2.5.3 色彩推移 / 65

2.5.4 色彩采集 / 67

2.6 色彩介绍 / 68

2.6.1 色彩对比 / 68

2.6.2 色彩调和 / 73

2.7 网店页面色彩分类 / 74

2.7.1 静态与动态色彩 / 74

2.7.2 强调色彩 / 75

2.8 商品色调风格调整 / 75

第 3 章

图片的切割与优化

76

3.1 在 Photoshop 中创建切片 / 77

3.1.1 通过工具创建切片 / 77

3.1.2 基于参考线创建切片 / 78

3.1.3 基于图层创建切片 / 79

3.1.4 店铺公告图片切割 / 79

3.1.5 描述模板切割 / 81

3.2 切片图片的优化 / 82

3.2.1 编辑切片 / 82

3.2.2 设置优化格式 / 84

3.2.3 应用颜色表 / 84

3.2.4 图像大小 / 85

3.2.5 网店图片格式 / 86

3.3 批处理多幅图片 / 87

3.3.1 动作面板 / 87

3.3.2 创建动作 / 89

CONTENTS

3.3.3 批处理 / 90

3.3.4 应用批处理对整个文件夹中的文件
应用“拼贴”滤镜 / 91

第 4 章

Dreamweaver 在店铺中的应用

93

4.1 Dreamweaver 软件概述 / 94

4.1.1 Dreamweaver 简介 / 94

4.1.2 Dreamweaver 工作界面 / 94

4.1.3 Dreamweaver 的面板操作 / 96

4.2 创建表格 / 99

4.2.1 创建表格 / 100

4.2.2 表格的基本编辑功能 / 101

4.3 插入店铺图像切片 / 106

4.3.1 创建图像以及表格 / 106

4.3.2 插入图像 / 110

4.3.3 插入鼠标经过图像 / 111

4.3.4 以背景方式插入图像 / 113

4.4 创建图片的热区 / 115

4.4.1 创建规则热区 / 115

4.4.2 创建不规则热区 / 118

4.5 选择设计内容的代码 / 119

第 5 章

图片空间的使用

120

5.1 进入图片空间 / 121

5.2 编辑图片空间 / 123

- 5.2.1 新建文件夹管理图片 / 123
- 5.2.2 删除图片空间的文件夹 / 125
- 5.2.3 上传优化好的图片 / 126
- 5.2.4 图片搬家 / 128
- 5.2.5 恢复删除的图片 / 130
- 5.2.6 全选图片 / 131
- 5.2.7 替换 / 132
- 5.2.8 编辑 / 132
- 5.2.9 适配手机 / 133
- 5.2.10 为图片添加水印 / 133

5.3 复制图片链接 / 135

5.4 将链接粘贴到 Dreamweaver 代码区 / 136

第 6 章

店铺可装修区域的应用

137

6.1 改变店铺名称 / 138

6.2 应用或更换店标 / 139

6.3 统一店铺的配色 / 141

6.4 应用与更换店招 / 142

- 6.4.1 快速替换店招 / 142
- 6.4.2 标准通栏全屏店招制作 / 145
- 6.4.3 通过切片制作一体店招 / 146

6.5 在淘宝中添加自定义页面 / 151

CONTENTS

6.6 焦点图的应用 / 153

6.6.1 标准焦点图的应用 / 153

6.6.2 全屏焦点图的应用 / 157

6.7 自定义广告的应用 / 161

6.7.1 标准通栏广告的应用 / 161

6.7.2 全屏广告的应用 / 163

6.7.3 750 广告与 190 广告的应用 / 166

6.8 为淘宝自定义内容添加鼠标经过效果 / 171

6.9 宝贝分类的使用 / 176

6.9.1 应用宝贝分类 / 177

6.9.2 应用子宝贝分类 / 180

6.10 店铺公告模板的使用 / 182

6.11 店铺收藏的应用 / 187

6.11.1 获取店铺收藏的代码 / 187

6.11.2 店铺收藏的应用 / 188

6.12 联系我们的应用 / 191

6.12.1 为制作的图片创建切片并导出网页 / 191

6.12.2 在 Dreamweaver 中生成代码 / 192

6.12.3 在“旺遍天下”中获取代码 / 194

6.12.4 在 Dreamweaver 中应用代码并替换 图片的代码 / 195

6.12.5 联系我们的应用 / 196

6.13 详情页广告的应用 / 199



第1章

吸引买家的 店铺布局

本章 重点

- 网店栏目和页面设计策划
- 网店布局的基本元素
- 版面布局设计
- 为网拍商品制作统一边框
- 统一间距与对齐
- 图像制作的布局

进入网店进行浏览时，往往第一印象就是该店铺的页面版式，即大家常说的店铺格局，各个元素在页面中的摆放位置。本章主要为大家介绍店铺的整体布局知识以及布局中各个元素之间的细节问题，使读者了解布局在店铺运营中的重要性。

在将网拍商品图片上传到网店之前,需要细致分析整体页面的布局页面,设计版式构图,目的是让商品在进入网店后更加具有吸引力,使其在同类型产品中获得买家更多的关注。同样的商品图片如果不在布局上进行一些细致的调整,往往会给浏览的买家一种都差不多的感觉,从而丧失商机。本章就是为了突出页面中的产品而专门设置的,无论是页面的设计策划、网店布局的基本元素、间距与对齐,还是为网拍商品制作统一边框,目的都是让自己的产品与淘宝其他店铺中同类产品有所区别,在同一类型中能够最大限度地吸引买家的眼球。图 1-1 和图 1-2 所示的图像为经过美工设计的商品摆放布局页面和没有进行版式设计直接上传商品的页面。



图 1-1 网店中的商品注意布局



图 1-2 网店中的商品不注意布局

1.1

网店栏目和页面设计策划

网店是为了卖货而不是为了满足店主的审美,不是店主想如何设计就如何设计的,一家网店设计得再漂亮、功能再全,如果不是按照客户需求设计,那么这家网店的设计就是失败的。一个好的店铺装修首先要了解客户也就是买家的需求,说白了就是让浏览者以自己最习惯的方式在店铺中进行畅快的选购,只有这样才会促成最后的购买,并将购买者变为自己店铺的常客,说不定此顾客还会成为其他顾客与自己店铺的一个桥梁,成为该店铺一位忠实的宣传者。

1.1.1 策划在制作之前的作用

网店装修没有一个全局策划，最大的副作用就是盲目，也就是不知该从哪里下手，这样你即使投入再多，付出再大，最后也不会得到一个理想的结果。

了解网店风格是否符合市场需求、页面是否符合买家使用习惯、整体是否符合运营基础，是策划时必须要做的事情。在开店前做一个专业的详细策划，可以为店主带来以下几个方面的好处。

1 避免日后返工，提高运营效率

很多网店店主并非是网页制作方面的行业人士，总是在不断地修改网店页面。因此，为了避免以后不停地返工修改网店页面，事先对本店的各个环节进行细致的策划是非常必要的。

2 避免重复烧钱，节约运营成本

网店整体效果设计好、上线一段时间后，为何仍然没有很多买家？为何即使进行大范围推广，收效仍然甚微？原因就是策划时没有做好商品的定位或用户习惯调查。因此，如果想节省运营成本，就应该反省网店自身的定位，做好网店的策划。

3 避免投资浪费，提高成功概率

在开店之前就应该做好关于本店的详细策划，如市场的考察、买家群体的定位以及盈利模式的研究。只有进行了详细思考和策划，才可以使自己的投资不白花，避免浪费。

4 避免教训，成功运营

在对网店进行策划时，不但要对网店内的栏目内容进行详细策划，更多地还应该对网店的定位、运营模式和运营成本等重要环节进行策划。

1.1.2 网店栏目策划

相对于网店页面及功能规划，网店栏目规划的重要性常被忽略。其实，网店栏目规划对于网店的成败有着非常直接的关系，网店栏目兼具以下两个功能，二者不可或缺。

1 提纲挈领，点题明义

相对于当前的用户来说网速越来越快，网络的信息越来越丰富，浏览者却越来越缺乏浏览耐心。打开网店不超过10秒钟，一旦找不到自己所需的信息，网店就会被浏览者毫不客气地关掉。要想让浏览者停下匆匆的脚步，就要清晰地给出网店内容的“提纲”，也就是网店的栏目。

网店栏目的规划,其实也是对网店内容的高度提炼。即便网店的内容十分精彩,缺乏准确的栏目提炼,也难以引起浏览者的关注。

因此,网店的栏目规划首先要做到“提纲挈领,点题明义”,使用最简练的语言提炼出网店中每一个栏目部分的内容,清晰地告诉买家网店在卖什么,有哪些信息和功能。图1-3所示为店铺具有提纲挈领栏目的页面。



图 1-3 具有提纲挈领栏目的店铺

2 指引迷途, 清晰导航

网店的商品越多,买家也就越容易迷失。除了“提纲”的作用之外,网店栏目还应该为买家提供清晰直观的导航指引,帮助买家更加方便地找到网店的所有商品页面。网店栏目的导航作用通常包括以下几个。

1) 店招上的固定分类导航

店招上的固定分类导航可以帮助买家快速找到所需的栏目。通常情况下,此类导航都是与店招捆绑在一起的,位置也会固定在网店店招的下方,目的是让买家进入店铺后以最快的方式找到自己想要的商品,如图 1-4 所示。



图 1-4 店招上的固定分类导航

2) 商品栏目导航

一般情况下,商品的栏目导航会放置在页面的左侧,也就是所谓的宝贝分类。分类越详细越能快速帮助买家找到想要的商品,看到宝贝分类只需单击鼠标即可进入与分类相对应的商品页面,如图 1-5 所示。



图 1-5 商品栏目导航(宝贝分类)

3) 搜索类导航

对于店铺的老顾客而言,店招上的固定分类导航与商品栏目导航对其已经没有太大意义,老顾客到店铺的目的就是要以最直接的方式找到他们想要的商品,此时就可以通过店铺中“搜索店内宝贝”进行快速搜索,目的是节省时间,提升浏览效率。店铺中的搜索类型可以按照自定义内容区域的宽度进行插入,这样可以满足不同人群的需求,如图 1-6 所示。

一个成功的网店栏目策划,还是要基于对买家需求的理解。对于买家需求了解得越深入、越准确,网店的栏目也才越具有吸引力,才能留住更多的买家顾客,为店主创造更大效益的利润。

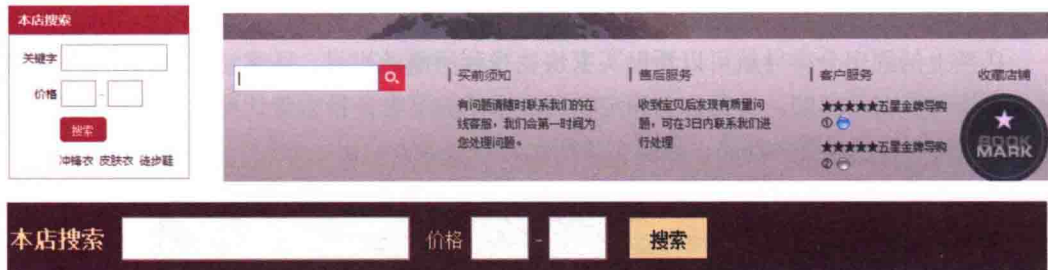


图 1-6 店铺中的搜索类型

1.1.3 网店的页面策划

网店显示的页面是网店销售商品的最终表现层，也是买家访问网店的直接接触层。对于网店页面设计的评估，最有发言权的还是网店的买家，然而买家却无法明确地告诉店主想要的是怎样的网店页面，继续浏览或者马上离开网店是他们表达意见的最直接方法。好的网店策划者除了要听取团队中各个角色的意见外，还要善于从买家的购买行为中捕捉买家的意见。

除此之外，建议网店策划者在做网页策划时遵循以下原则。

1 符合买家心理的网店特点

在买家打开网店的一瞬间，让客户直观地感受到企业所要传递的理念及特征，如页面色彩、图片、布局、商品展现的功能，等等，如图 1-7 所示。

2 符合买家的浏览习惯

根据网店内容的重要性进行排序，通常情况下，人们浏览网页的习惯是从上向下、从左到右，在对商品中的图片进行页面版式排列时，目的就是让用户用最少的眼球移动和鼠标移动找到所需信息，在浏览中放置一些关于此商品的广告，图片要做到与商品主题符合，使买家在浏览过程中被图像吸引，增加买家对本店的兴趣。例如，可以按照当今的粉丝效应，在广告中放入对应商品年龄段比较喜欢的明星，用来留住买家的目光，如图 1-8 所示。

3 符合用户的使用习惯

根据网店买家的使用习惯，将最常用的功能放置于醒目的位置，便于用户进行查找和使用。图 1-9 所示的图像将店内特色商品重点展示。

4 图文搭配，重点突出

买家往往对于图片的认知度远高于对文字的认知度，适当地使用图片可以提高买家的关注度。此外，确立页面的视觉焦点也很重要，过多的干扰元素会让买家不知所措，如图 1-10 所示。