

拼多多代运营全托管之创意图提升点击率

产品名称	拼多多代运营全托管之创意图提升点击率
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

做店铺大家都会为了流量而发愁，因为流量才是根本，店铺无流量一切工作都变得没有任何的动力与意义。我们卖家为了流量就去优化标题，做销量，搞营销，报活动。

流量是一切的核心，而创意图是一切流量的关键。

很多卖家不懂作图，或者不懂得找卖点，尤其是代发的产品，基本上都是用的供应商给的图片，这里并不是说给的图片不能用，而是大家都在卖一样的产品，连主图都是一样的，那么在平台的搜索系统里面，自然就过滤掉了一部分产品，可见要学会做不一样的主图，刻不容缓。

一.直接用产品的使用场景作创意图

这类产品创意图基本不需要加一些促销文案，或者产品卖点之类的文字，就是以简单的产品被使用时的场景作为展现方式，加上合适的背景色，就能达到很好的创意效果。

如：女装类，女装就是很典型的一个案例，不论大小店铺，他们的产品主图都是简单的人物模特图，加上单一没那么复杂的背景色，主要以白色，灰色，黑灰色等为背景色，就完成了主图的制作。那女装主图是不是很容易做？女装主图的关键在于模特的选择，角度的抓拍。选人那要比选产品难多了，模特既要是符合我们产品的消费人群，而又要模特本身有自己的独特的个性，或者亮点吧，就像演员，每一个演员给观众留下的记忆力那是不一样的。那角度的抓拍也是相当重要，因为美可能就是那转头的一瞬间！

二.产品的卖点表达直接具体，避免混淆

在表达产品卖点的时候，尽可能的简洁又不失简单。因为我们的产品主图在手机端上展现的时候，它的实际大小又被缩了三分之一，所以当你把产品的所有卖点都陈列出来，密密麻麻的写上文案，我们在看图片上传之前觉得还挺OK的，但上传之后你只需要用手机去搜索找找，图片被压缩了，那么多的卖点反而不是优势，而是无用的，反而降低了买家的视觉浏览。所以在找卖点的时候，只需要找准静准的，核

心的，每一个卖点都可以成为买家下单的理由！

这家用四件套，卖点少而精，每个词都可以触碰消费者的购买心理。

三.突出人群，用对应的人群做场景

合适的时间，合适的地点，碰到合适的人物，就有可能成为百年好合，人物况且如此，何乎产品？

消费者购买产品，都是有对应的人群区分，时尚的人喜欢潮流，性格稳重的人喜欢大众化，就像是各个年龄阶层的人对待同一件事的也有着不同的自己判断标准。这个产品买来干嘛？怎么用，用到哪里？买家在筛选商品的时候，已经对这个产品有了一个初步的定位，如果此时你的产品场景是符合他的想像，又正好出现在他的面前，那么我想被点击的概率应该是很高吧。

VS

这几张主图放在一块对比，孰好孰坏，一目了然！

四.产品卖点数字效应法

在商品的卖点使用上，可以分为商品行业卖点，与商品特有卖点，在商品行业卖点普遍使用或者难以精准的表达卖点的时候，这个情况下可以把卖点转化为商品的特有卖点

用更加直接的，具体的数字，可以达到增强买家对产品的信心。模糊不清的表达，比不上让人更容易通俗易懂的数字。下图吹风机59秒速干，能极大的引起买家的注意与疑问。

五.展示商品主体，用不同的角度或者背景去测试效果

主图或者创意图以商品主体为展示，让消费者更直观的可以看到产品的样式，外观，结构等。

通过角度或者背景的不同，来达到视觉上的一个吸引力。

有时候无需语言，商品本身就是语言，就是说服务力，只需要一个好的展示方式，，或者角度就能带来很好的视觉效果。

六.人群创意图片测试

现在大家都知道人群标签，商品也有产品标签，这个就是搜索的个性化展现，当买家的需求标签与商品的标签高度重合时，那么在搜索关键词的时候，商品会优先展现。

虽然产品的受众群体是固定的，但在某一阶段的固定人群中，买家的购买出发点也是不一样的，就犹如晚辈给长辈买衣服，虽然老年人的服饰受众消费者都是一样的，但是在给不同关系的长辈买的时候，那么买家对产品的样式，价格自然也会有不同的标准。那么每一个需求出发点的背后，人群市场也有大小不一，因此我们要用到不同的人群场景来测试市场的转化率与市场容量。

例如，女性丝袜，购买的年轻女性，她们对这个产品的购买需求，有些则是为了日常穿着的搭配美感，有些则是为了职场的需要，也有是为了化解腿的尴尬。那么在做创意的时候我们不妨用这几种人群去做创意，来获得这部分人群背后的市场。

七.不同产品搭配及文案卖点

这种创意图片的做法也是大家使用最为普遍的，也是大家常用的测图方法，产品做不同种的搭配场景，或者用不同的营销策略以及文案就可以完成不同的创意主图。

换一种产品颜色，或者一种背景，也可以加上一小段文字，那么也就是另一种创意场景了，那么在测试图片的时候就要做多种轮番测试，比如，商品主体一样，文案不一样，或者文案一样，商品背景颜色不一样。只有通过这样不停的逐一甄别测试，才能找到最好的搭配样式，才能做好点击率的提升。