

拼多多运营 一个好的主图该怎么去做才能增加权重

产品名称	拼多多运营 一个好的主图该怎么去做才能增加权重
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	9.91/份
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

拼多多运营 一个好的主图该怎么去做才能增加权重

今天来聊聊关于主图，首先你得去思考一下主图上应该都有些什么？

不管怎么去设计，首先得注意一点，拼多多的规则是绝对不能违反的，得了解消费者都对什么样的信息很感兴趣，我们就该去设计什么样的，他们想看什么，就给他们看。

然后你就会得到一个结论：PS很棒的人不一定是一个美工也很好的人，而是能去了解消费者心理需求的人。以下几点我认为还是得去注意一下的：

(1) .价位不一样的商品当然消费者的关注焦点也不一样

不一样的价位表示的不一样的消费人群，而不一样的消费人群又表示不同具体的需求，把一件T恤来举例子，分中低高端这些档次，关于价格，就不用费劲了，因为还没有统一的标准明确。

低端——面对的人群是年轻人、学生、收入低的，这类人更注意的是T恤的版型好不好，所有主图设计的就是模特的上身图，最好是能让模特不要和平常的模特摆相同的姿势，摆一个别的姿势，到底是场景化好还是非场景化好就不好说了，这得要去测试。

中端——面对的是参加了一段工作时间的人，身上有一定的积累，这个时候的他们对T恤的关注的要求不仅仅只是好看了，只会更关注品质，所以主图的设计就得去把细节突出出来，比如图案的设计的细节、细节、领口等。

高端——面对的是成功的人士，对于他们关注的是品牌的归属感，他们更关注的是品牌故事和服务，比如说“源自欧洲”，这样听起来是不是好一些呢？

(2) 去找到消费者搜索关键词中成交的焦点词

成交焦点词是什么？就打比方有个用户搜索：显瘦连衣裙。这个连衣裙就叫产品词，是他们想要最终消费的品。但那么多连衣裙，能决定消费者的成交的修饰词“显瘦”。胖子或者觉得自己胖的才会搜索这个关键词，但她真正的关注焦点是“显瘦”。就可以把“显瘦”叫做成交焦点词。

消费者的关注信息有些什么呢？修身、修长、显瘦等，所以在主图上面，决定能影响点击率很关键的因素就是看能不能把这些要素显出来。

(3) 非标品和标品对于主图的要求

先说明一下：这所说的非标品和标品更多的是从消费者搜索的关键词角度来看的，精准搜索(消费者在搜索时，就很明确表达自己一个想要什么的意思)的叫做标品，比如搜相关的手机型号、一本书的名字、品牌鞋的货号等。相对这类商品，消费者关注的信息又在哪？肯定是比专柜便宜、还有着正品保障！甚至在前些年，你就会发现，其实这类商品都没问题，如苹果手机。就很好理解，因为对于这类商品而言，消费者们是已经知道长什么样子了。

相对非标品主要只能说是只没有品牌，还不明确的商品，如碎花连衣裙、黑色皮鞋等，服饰类目和包包等大部分都是。在这类商品里，你必须要让消费者们可以看到全貌，商品主体，你必须得让消费者知道东西是长什么样子。