拼多多代运营 拼多多上面一个好的主图该怎么去做

产品名称	拼多多代运营 拼多多上面一个好的主图该怎么去做
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	4.48/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

拼多多代运营拼多多上面一个好的主图该怎么去做

只是因为在人群中多看了你一眼,再也没能忘掉你的容颜。

主图,相当于一个人的脸面。一般而言,买家先会看到你的主图,然后才决定是不是点击主图进一步浏览详情页。

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?

1、产品分析(卖点)

a:精准关键词及其背后含义

b:产品属性

c:产品价值

2、目标客户(人群)

a:年龄、性别、消费层级、习惯

b:关注什么:价格、功能、服务

c: 喜欢看到什么样子的图片

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。

我们就从运营的角度来谈谈,主图设计的构思原则。

一:引起注意力原则

我们做淘宝不是一个人在做,我们是在淘宝的一个大平台做,因此展现在消费者面前的图片不仅仅只有我们店铺的图片,我们要想在这么激烈的竞争环境中让买家点击我们,那么首先要做的就是要引起注意力。最常见的吸引买家注意的方法有:

1.主图突出

有那么一个黄金三秒法则,其实,这个法则在我们的互联网页面上特别突出,基本上买家只给了我们三秒的时间,如果在三秒内没有让他停留下,基本他就会忽视,关闭这个页面。

而买家一般情况来说,当他搜索一个关键词到时候,他心理是有一个着重点的,例如,他想要的是那种 高领宽松的毛衣,或者是破洞的牛仔裤,因此,我们首先要做就是把主题突出来,让买家在三秒内就能 看到产品的主题和突出点。

正因为这一点我们不能承载太多信息在主图身上,可能很多人会觉得承载的信息越多,越容易让匹配更多的人的注意力,其实不会,你越是承载的信息越多,你就越难吸引买家,你想一下,你在三秒内能接受多少个主题?

因此,你只需要重点突出主题,要弱化其他的内容,不要太贪,想要一张图片吸引所有人,你只需要吸引到想要这个卖点主题的买家就足够了。

2. 引导进入你突出的主题。

有时候虽然我们是突出了主题,但是可能消费者他在三秒内未必就能看到我们的突出的重点,因此,我们要学会引导他去进入我们的主题,例如,一个牛仔裤,你突出的是主题是翘臀,你可能单纯放一张翘臀的图片买家未必能百分百的看到这个点,但是如果你在翘臀的位置画一条发光的曲线,那么这样买家一看到图片的时候自然就会引导到这个主题。

3.利用对比强调主题

通过高度对比的色彩,或者放大卖点,或者加粗文字,或者做一些特效,或者做一些聚光的效果,或者 是虚化背景等手段来形成一种对比,这样也可以突出主题。

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。