

金昌市淘宝宝贝详情页优化设计装修公司

产品名称	金昌市淘宝宝贝详情页优化设计装修公司
公司名称	河南世耀诚实业集团有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:芙昶阁
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	13140513661 18338218580

产品详情

一般买家第1次进去卖家店铺都是通过宝贝搜索进详情页，然后浏览卖家店铺。一个好的宝贝详情，能解决买家的疑问，让买家自觉下单，而不是找客服问东问西。那么，如何将宝贝详情页做到位呢！

第一点是增强购买欲望。顾客进店了，有可能是随便逛逛，也有可能并没有具体的需求，这时宝贝详情页必须具备一些元素让顾客对产品产生购买欲望。

1、宝贝主图的重要性大家都清楚。并且，现在淘宝已经将主图纳入搜索权重，整体美观感差或“牛皮癣”的宝贝，淘宝在宝贝体检中心会给出优化主图的建议（不需要下架掉宝贝，只需要修改成符合的标准便可）。淘宝官方对于主图的建议：纯色背景或生活背景，无边框，产品占图片40%-60%空间，文字块信息方面，不加为好，如果要增加的话，尽量控制在20%面积以内。整体是为了让顾客的购物体验更好。要保证宝贝的主图轮廓清晰，文字比例大小不影响顾客对产品的易读性。

2、淘宝搜索一下跟同行的同类产品主图对比，他们一般用的是什么主色调，我们的产品主图的色调如何才能更吸引顾客的点击欲望呢？并且要特别留意自己的爆款在接近下架的时候去搜索，我们的这个产品是否“撞衫”了？这些同类产品排序都是动态变化的，建议半个月或一个月再搜索一次查看。

3、弄个限时折扣或阶梯法营销策略、满就送等。

第二点要做的是提升竞争力，绝大部分顾客购买产品时都会货比多家，除了以上说的要点外，我们产品有优势的地方一定要“狠狠”得展示出来，此外，如果同行的产品跟我们的产品特性基本一致的情况下呢，尽量挖掘差异化并且表达方式，尽量少打价格战，让顾客觉得我们的东西与众不同！

第三点要做的是刺激决定，旺旺沟通时，首先心态要好，根据实际情况围绕我们产品的优势，语气缓和，切忌莫急，从顾客角度考虑，依据他实际问的要点，揣摩他的心理，对症下药。要形成自己的一套客服技巧，猜测到顾客接下来要说的几句话，这方面需要慢慢提升练习。隔一个周期将没有达成成交的顾客的一些聊天记录翻出来揣摩一下，自己哪儿做的地方还不够？太死板或热情过度？是否没有探测到顾客的内心的想法？

第四点，售后服务方面打消顾客的疑虑。第1、要在页面表达出来。第二、客服方面要看情况，把售后服务的细节再跟顾客沟通一下，客服方面很讲究细节、细致，如很多客服都设置了旺旺快捷式回复，切记几点：快捷式回复的文字间隔时间不要太快，间隔几秒，让顾客觉得你是在打一段文字，很重视他，另外快捷式回复语的字数不宜过多，字体大小得当适中，方便阅读；此外关于旺旺表情，也要抓住顾客是否喜欢发表情的特点去迎合，其实很多时候，旺旺表情用的是否得当时，特别是在处理售后问题上，可以化解不少尴尬的气氛。

当然，表情是可以自定义的，如果换种其它表情呢？顾客是否会对你这家的表情深有印象而记住你们店铺呢？有时候也要考虑到差异化如何在细节上去体现。此外，关于很多卖家会附上手写的感谢信，订购短信服务，在顾客签收的第一时间后发一条温馨的短信也可以增加顾客的购物体验 and 好评。

第五个是二次营销，重复够买率的问题。我们必须引导顾客对我们的店铺进行回忆，这样才能让其产生再次访问。比如我印象比较深刻的是“棉先生”。其实页面中有很多元素能刺激顾客的访问回头率，访问回头率中有些顾客有些第一次购买，有些是第二次购买。一些刺激顾客购买行为的营销手段，不光可以用短信，微博拉动，很多工作在顾客下单之前就可以做了，像在页面中加入一些能对二次营销产生作用的元素，例如，vip的设置和展示，顾客第一次进来买是没用的，只有第二次来才有作用，这就是典型的能起到二次营销效果的元素。

第六点是宝贝的关联推荐，要让顾客看到更多产品，绕来绕去看的都是我们的产品，停留的时间长了，跳失率下降、访问的深度提高、成交率自然会上去。现在很多掌柜都做了宝贝关联推荐，大部分人选择的是置顶展示，其实这个关联营销方式也引起很大争议，比如每当你看一家店铺的5个产品的时候，每次拖动鼠标下来，都是长长的产品关联推荐，您会是什么感受？我们需要做的就是关联的界面尽量美观，视觉方面的感受不能忽视，整个关联的推荐框架的高度不宜过长，毕竟顾客点击进来主要还是看产品的。当然了，依据实际情况，在左侧190px模块展示推荐的产品也是一个不错的选择。

第七点是利用顾客的参考心理。将产品的诸多评价加入到宝贝描述中，也就是第三方的评价会让顾客觉得可信度更高。

第八点是售后和物流。这个也加上吧。文字不用太多，较好是结合图片，图文并茂式的描述，更能够让顾客接受，当然图片需要精美写哦，看的好看的图片使顾客更有兴趣去阅读图片上的文字。