

淘宝天猫运营托管公司 天猫运营托管公司运营的主图的几个技巧

产品名称	淘宝天猫运营托管公司 天猫运营托管公司运营的主图的几个技巧
公司名称	浙江省品融品牌管理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市拱墅区祥园路108号3幢5楼511室（注册地址）
联系电话	13397212859

产品详情

淘宝天猫运营托管公司 天猫运营托管公司运营的主图的几个技巧

大家看了标题一定会说，擦，搜索权重和主图有毛线关系？

对，表面上是没有直接关键，但是影响权重最主要的三个因素是点击率、转化率、复购率。其中对点击率影响最大的因素除了价格，就是主图。所以，主图的好坏直接影响宝贝的权重。

一个好的主图有什么用呢？大家看一下下图：

那怎么做一个高点击的主图，今天我就跟大家说一下（不需要太多的美工技术，小卖家可以操作）。

一、首先我们说尺寸问题

虽然尺寸问题大部分人都知道，但是这里还是简单的说一下。

1、淘宝主图尺寸是正方形的，也就是高宽一致，这样在展示时就不会变形。如果制作时主图尺寸不是方形的，那么在展示时，淘宝会自动将它处理成方形展示，所以就会导致变形。

2、关于淘宝主图的大小不能超过500KB，宝贝主图尺寸最小为310*310px。根据上面截图，淘宝对主图尺寸是这样描述的：主图尺寸在800*800以上的图片，可以在宝贝详情页提供图片放大功能。建议卖家们淘宝主图尺寸使用800*800，这样可以使放大效果。

看到这里好多人问我你的为什么显示下架时间？

二、主图的制作特点

大家都知道，主图是五张，那么五张主图要怎么设计呢？大家看下面

- 1、5张商品主图尽量色系统一；
- 2、图片不要有边框，不要将多张图拼在一起，一张图片只反映一方面内容；
- 3、不要有太多的宣传，避免牛皮癣；
- 4、请一定要注意图片细节的拍摄，细节往往是最能打动人的；
- 5、主图的五张要如下规划：

如下图案例：

大家可以看一下，简单明了，尤其是在移动端流量越来越大的情况下，主图的主要性更加重要了，因为很多人会把五张主图都看一下，所以五张图全部优化很重要。

好的主图能给你带来什么呢？

三、下面给大家说一下设计思路

做图之前大家一定要明确两点，一点是产品定位、二是消费者性格分析，只要知道买你的宝贝的是哪些人，你才能做出他喜欢的主图。

注：有一点需要注意，淘宝上会有a类人群需要，b类人群购买的情况。比如脑白金需求是中老年，但是购买者是子女等青壮年，这个一定要注意。

这就是为什么脑白金的广告是Q版动漫的原因了。

下面我们来说具体的思路。

1、简单明了体现特点

大家看一下，简单超显瘦，就能让点击提高很多。

2、主图场景化

如果你是上班白领，你会点击上面的图吗？据统计，场景化的主图，会把点击率提高50%以上。

3、突出自己的服务特点

一个顺丰包邮，你会点击吗？当然，这个一定要有差异化，而且是自己能承受的。

总之，我们在设计首图时，一定要突出重点，或加上些个性化的东西，让其在众多图片中脱颖而出。至于如何来制作首图，百度一下有许多专业的抠图视频和PS视频，这里就不再说了。首图就是店铺的门面，一定高度重视。

附：

看看你中了几枪：宝贝上新常犯的几个错误

最近很多卖家和我说：“五哥，我怎么没有流量？”

其实这个问题很难回答，因为影响宝贝流量的因素实在太多了。

但是我能肯定的一点是：做淘宝，少犯错，你就能比别人有更多的机会。今天我就和大家说下，现在大部分卖家，尤其是中小卖家在宝贝上新时常犯的错误及如何应对。

一、选款

大部分中小卖家选款都是凭感觉。不看市场，不分析产品，盲目选择，使用的观点就是我认为行，我感觉没问题.....。

大部分类目，尤其是如服饰类的流行性类目，选款是非常重要的。一个产品的应该有如下流程：

1、选款

选款是打造爆款的第一步，也是打造爆款的基础，如果选择的款不好，或者不够好，后续的努力其实都是无用功，这款产品最好的结果也就是不温不火。

2、测款

为选款加上一个保险，在投入大量资源进行推广之前，可以先少量投入进行一次测试，如果测试出这款产品市场反响一般，那么就需要进行重新选款。

3、推广

测款后确认款式没有问题，那么就开始烧钱了，直通车开起来，活动上起来，该破0破0，该做口碑做口碑，能给这款宝贝带去销量和流量的方法都使劲的使吧。

二、标题

很多卖家做标题，都是抄袭或者随意写的。这种情况下你的宝贝如果真爆了，只能说明你的命好而已。

一个标题是你的宝贝是否有流量第一重要的因素，因为它是决定了卖家是否能搜到你的宝贝。

标题里如下的词我们一定要考虑：蓝海词、高转化词。

1、蓝海词就是搜索量大

宝贝数小的词，很多人认为很难找，其实有个很简单的办法，我们是市场行情，选择搜索词查询，然后搜索关键词，选择相关搜索词，我们按照宝贝数排序，如下图（以羽绒服为例）：

大家可以发现，这样的词很多很多，当然我们一定要去看转化率，转化率太低得不考虑。

2、高转化率词

我们不要总抢大词，因为大词竞争激烈，关键词不精准，转化率会低。我们作为小卖家，高转化的长尾词是很好的选择。

三、上下架

很多卖家对于上架产品的操作是：没有计划性的、大量地上架宝贝。

其实这样不仅会造成我们和强大竞争对手竞争，也会造成我们自己的宝贝之间的竞争。

1、关于上下架，首先我们先知道如下的知识：

小类目的排名上下架时间影响不大；

大类目的长尾词受上下架时间影响不大。

2、然后我们要知道我们对手宝贝的下架时间，如下图：

这个很重要，付费的有淘宝官方的生意经，没有的第三方插件也是可以实现的。

3、最后具体的优化如下：

首先我们要知道成交高峰，我要明白这个时间是什么：比如8点，它指的是8:00分到8:59，所以我们应该放在9:05左右。

我们一定要分开上架，这样就避免了自己与自己竞争。因为淘宝基本不会在首页推荐店铺的两个不同的宝贝。

四、认为价格低就会卖得好

很多卖家，尤其是小卖家，盲目的认为低价就能卖得好。但是低价产品更难，因为永远有比你更低的。尤其小卖家又一般没有实力，所以小卖家绝对不能以价格取胜。

五、主图一定要去测试

流量的公式是这样的： $流量=展现*点击率$

所以，每把点击率提高一个百分点，都会对我们店铺的流量有翻天覆地的变化。大家看下图，同一个宝贝，不同创意下的直通车的点击率，第一个是8.19%，第二个是3.66%，那么用第一个作为主图，我们就能等到比第二个一倍多的流量。

所以主图非常重要，一定要用直通车进行多创意测试。

六、详情页的优化

销售额的公式是这样的： $销售额=转化率*流量$

对于一个产品的转化率来说，详情页是非常重要的。

因为我不是美工，所以在这里也就不和大家费太多话。关于详情页有如下的两点小建议，大家可以看一下。

1、关于详情页的优化有一个小思路，大家可以看一下：大家可以打开几家卖得好的同行的宝贝，去看其差评。然后把对方的差评包装成自己的卖点，这样优化出来的都是很不错的。

2、一定要做手机端专属详情页，如下图：

两幅图都是按照手机屏幕的做出来的效果，左面是PC端直接生产的，右边是按照手机尺寸做的，大家感觉那副效果好？这就不用我说了。

七、关于引流的关键

好多卖家，尤其是新手卖家，盲目地认为：只要有流量就卖得出去。就QQ群、旺旺群、网站等去发自己店铺或者宝贝链接。

其实就算是引来一部分流量，大部分也是垃圾流量。只能让跳失率提高及稀释自己的转化率，进而影响自己宝贝权重，降低排名。

流量我们必须以淘内流量，尤其是关键词搜索流量为主。

淘宝天猫运营托管公司