

项目三

网店装修



项目目标

- 了解店铺装修原则与技巧
- 掌握店铺基本装修
- 掌握店铺个性装修
- 了解店铺其他设置

引言：如今电子商务行业竞争越来越大，想要赢得一席之地必须费尽心思，从各方入手做到极致，而店铺装修非常重要。对于一个成功的店铺来说，最精准的就是抓住客户眼球，这就要求店主要重视装修，好的店铺装修与产品能够给顾客带来惊喜和信心，更能吸引顾客的目光。俗话说，顾客是上帝，用漂亮的装修来吸引上帝，迎接上帝，给顾客留个好的印象。

任务一：网店基本装修

一、学习目标

- (1) 了解店铺装修原则；
- (2) 掌握店铺装修技巧；
- (3) 掌握店铺基本装修方法。

二、知识准备

(一) 店铺装修的原则

1. 网店装修的基本原则

网店的装修是一件让人头痛的事情，无论懂不懂设计软件，新人都难入手，就算是懂设计的老手，如果没有从事过网店装修设计，照样束手无策。其实，只要将你的思维放开，不要被“网”字束缚，最简单的办法就是把每个页面当作是一张“海报”来做，网店装修就变得轻松了。

1) 突出行业属性

每一个行业都有其特定的属性,每一种属性都有它独特的表相,一看就知道哪是五金、哪是纺织、哪是化妆品。虽然没有明确的行业规定,但这些约定俗成的东西却时时左右着我们对事物的判断与取舍。店铺装修前,一定要明白自己产品的属性以及它的行业特征,在此基础上为装修设计选择相应的色彩、插图。如五金产品,你可以用红色、灰色、但不适合用粉红色。

2) 色彩搭配协调

色彩指的是网店主色调,即整体看上去为红色、绿色、蓝色等。店铺的主色调与产品的属性是分不开的,一旦确定主色调,其他颜色的应用都必须跟主色高度协调,同一个页面颜色不能超过3种。有的人喜欢把店铺搞得花枝招展、到处是闪烁的动画,表面看起来是很丰富,其实并不能留住顾客,动画太多也晃得头晕。除非你是卖LED灯光设备、舞台音箱这些产品,否则别把店搞得像个KTV样。

3) 简洁时尚大方

简洁是一颗永远闪光的宝石,无论哪个季节,它都是那么灿烂。就像女人的口红、男人的白衬衫,仅仅一种色彩就能在人群中独领风骚,让人回味无穷,网店装修也要如此。

网店的关键是产品照片,而每一张照片又由若干颜色组成,边框、线条的使用尽量干净,少用不相匹配的色块,页面上务必保留空白让视线有路可走。特别要注意的照片水印的制作,不要为了达到所谓的“自我保护”就把水印加得到处都是,乍一看就像一张破蜘蛛网上挂着的无数残骸,这种做法是不行的,无形中会吓跑很多人。

4) 分类明确易找

除了在色彩上高度一致以外,产品的分类也是网店装修的基本功。科学的分类主要是为了客户方便查找,最初客户可能对某一个产品有兴趣,但他在了解该产品的同时会对相关的产品好奇,同类产品放在一起即可起到对比参考的作用,还可以自动与顾客沟通交流,促进交易。

功能相近的产品放在一起是便于选择查找,价格相同的产品归为一类更容易促进销售,例如建立一个“1元区”、“10元区”、“活动促销区”和“积分兑换区”等,分类直奔主题,客户一看就知道自己“能捞多少好处”,对那些常作活动店主来说,这样的分类非常必要。

2. 网店装修设计小常识

1) 图片单位

像素在日常的设计工作中,常用的单位是cm、mm等,但网页则是以“像素”为单位的。在设计时,一定要把PS的单位调整为“像素”。

2) 图片大小

图片的设计处理多数是用PS软件,生成的是“位图”,最大的不足之处就是,当图片发生放大、缩小、旋转等变化会出现马赛克现象。所以,在我们的设计过程中,一定要根据实际大小来做,不要把设计好的图片进行再次缩放变化。

3) 颜色模式

这也是很多新手最容易忽略的问题,计算机显示屏与网页显示的颜色为RGB模式,但PS软件有RGB与CMYK等多种可选,在做网页图片时,PS的颜色模式项一定选“RGB”,

而用其他 CDR 或者 AI 做图时,导出 JPG 后,也要通过 PS 进行色彩的校正。

4) 图片格式

在网页中,常用的图片格式有 JPG 与 GIF 两种,JPG 是有损压缩图片,GIF 则可以做成动画。

5) 保存大小

图片太大,显示变慢,不利浏览。对颜色不多的图片,如选 JPG 项,在“图像选项”输入 7 即可,如果是 GIF 图片,“颜色”项可选 128 或者 200 等。

(二) 店铺装修的技巧

新手开店,在货源搞定以后,最头疼的就是店铺的装修问题了。怎样装修店铺才合理,才吸引人,这里涉及很多技巧。

例如首页,能让顾客在最短的时间内找到自己感兴趣的宝贝,这是尤为关键的。作为首页,前三屏是最重要的,因为前三屏幕的被点击率是最高的,所以,当你的宝贝产品不多的时候,可以做好前三屏就行。这会让用户得到更好的使用体验。因为首页太长了,会导致打开速度变慢。同时,在图片的优化方面也要花一定功夫。

产品陈列优化原则如下。

(1) 点击率优先。意思是将点击率较高的宝贝往页面上端提。这个操作可能会使得单品的转化降低,但是,我们要考虑到,宝贝用户不点击,就没有流量,就没有转化的可能,提升点击率高的宝贝,这对提升全店转化,增加访问页面深度很有益处。

(2) 对比法则。例如打造爆款,我们需要对好几个宝贝进行测试,看看哪一个更适合用来打造爆款。例如同一件有不同的颜色,我们需要知道这几种不同的颜色在被点击上有什么差别,所以,我们可以让美工帮忙做几张不同的图片来测试。尽可能地利用好后来的大流量。

点击率优化的误区如下。

(1) 除了点击率问题,宝贝的可销售性也是很重要的,如果说该宝贝是断码产品这些对被点击起到很大的影响作用。

(2) 点击率只能作为一个参考因素,有位卖家在做预售,以点击率调整,却发现首页大部分都是老顾客,所以,这样也是会影响到产品是影响卖家的判断。老顾客可能会觉得这宝贝可以,因为他们之前购买过你的宝贝,觉得你的产品质量可以,所以打心底认同你的宝贝,但新顾客不一定会这样认为。

(3) 如果说自己的店铺走的是品牌路线,那么,点击率的考虑需要放在第二位了。所以,有些店铺在改版的时候,要注意原有风格的延续。继而才考虑点击率的问题。所以说,在同等条件下,要塑造品牌,则点击率的优化必须在保证页面整体风格完整有延续性的前提下进行。

(三) 热门网店的装修技巧

店铺装修考虑要全面,不要太花哨,特别注意店铺装修风格与产品匹配,不能喧宾夺主。网店的美化如同实体店的装修一样,让买家从视觉上和心理上感觉到店主对店铺的用心,并且能够最大限度的提升店铺的形象,有利于网店品牌的形成,提高浏览量,增加成交率。

1. 服装行业店铺的装修

服装在淘宝店可谓是最热门的行业了,这里作为重点来分析。服装里面又分为很多种,休闲、正装、男装、女装等,不可能每个都讲那么细。但大多数都会有一个主营风格。

有主营的风格最好是按照服装相对的风格来装修,例如,专营淑女装可以着重营造温馨、安静的店铺氛围。如果是专营休闲类的,就要营造出浪漫不羁、轻松自由的氛围。装修是不用根据季节来的,只要在季节的变换来更换陈列及一些装饰就可以了,主题风格最好保持不变。营造相对应的季节氛围。

如果你所开的店是那种什么都卖的没有主流的小服装店,就要简洁、色彩明亮。这类小店铺,最重要的是店铺和宝贝的布局,不宜放太多宝贝图片,尽量给人相对宽松,舒适的感觉,不要给人以杂乱无章、凌乱不堪的感觉。

2. 化妆品店铺的装修

化妆品店铺最重要的要注意两点:时尚性及文化性。化妆品不仅卖功效,更出售时尚和文化。

化妆品店铺的包装绝对不能脱离其富含的文化,大家可以参考一些品牌的店铺的装修,都是和自身所宣传的文化相贴合的。同时也不能很土气,因为化妆品的消费者大多数是年轻人、知识阶层、经济较好者。要迎合时代,跟随潮流。

3. 日用品店铺的装修

日用品一般包括日化产品、农产品、工业品等,科技、时尚是该类产品的外在特点,店铺装修应该表现简单明了,同时店铺的装修还应着重体现产品的质量和功能;针对不同消费者确定装修风格。

最后,淘宝的装修免费模板给新手卖家分享了较多的免费模板,通过分享的免费模板自己学会并熟习淘宝店铺的装修。淘宝店铺装修也是一个技术+艺术的活,不会设计的朋友可以在专业的淘宝店铺设计师那里购买成品或者根据自己店铺风格请设计师为你定制模板。

三、操作步骤

店铺基本装修步骤如下。

(1) 登录“淘宝网”首页,在页面顶部单击“卖家中心”链接,如图 3-1 所示。

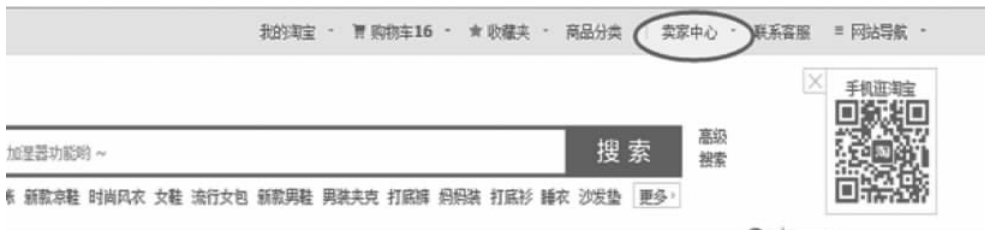


图 3-1

(2) 进入“卖家中心”页面后,单击“店铺装修”,如图 3-2 所示。

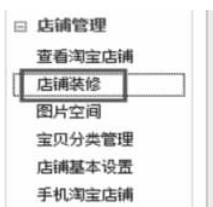


图 3-2

(3) 进入“店铺装修”页面,如图 3-3 所示。



图 3-3

(4) 设置店铺招牌,把光标移到店铺招牌上,招牌颜色变暗,右上角出现“编辑”、“删除”、“添加模块”,单击“编辑”,如图 3-4 所示。



图 3-4

(5) 单击“编辑”后,出现“招牌内容”编辑页面后,单击“选择文件”,选择你设计好的店铺招牌,如图 3-5 所示。



图 3-5

(6) 选择完文件以后单击“保存”,即可完成店铺招牌设置,如图 3-6 所示。



图 3-6

(7) 设置店铺导航,把光标移到店铺导航上,导航颜色变暗,右上角出现“编辑”、“添加模块”,单击“编辑”,如图 3-7 所示。



图 3-7

(8) 单击“编辑”后,出现“导航设置”页面,然后单击“添加”,如图 3-8 所示。



图 3-8

(9) 单击“添加”后,出现“添加导航内容”页面,添加完毕以后单击“确定”,如图 3-9 所示。



图 3-9

(10) 设置店铺模块,把光标移到店铺模块上,店铺模块颜色变暗,单击“添加模块”,如图 3-10 所示。

(11) 出现“添加模块”页面,然后选择你需要的模块,单击“添加”,如图 3-11 所示。



图 3-10



图 3-11

(12) 最后,店铺装修完以后单击装修页面的右上角的“发布”,即可完成装修,如图 3-12 所示。



图 3-12

任务二：网店个性装修

一、学习目标

- (1) 了解网店店铺风格；
- (2) 掌握店铺个性装修方法。

二、知识准备

(一) 网店店铺风格

1. 网店的整体风格

网店的整体风格及其创意设计是美工最希望掌握的,也是最难以学习的。难就难在没有一个固定的程式可以参照和模仿。给你一个主题,任何两人都不能设计出完全一样的网店。当我们说:“这个首页很 cool,很有个性!”那么,是什么让你觉得很 cool 呢?它到底和其他店铺有什么区别呢?

风格(style)是抽象的。是指网店的整体形象给浏览者的综合感受。这个“整体形象”包括站点的 CI(标志、色彩、字体和标语)、版面布局、浏览方式、交互性、文字、语气、内容价值、存在意义和站点荣誉等诸多因素。举个例子,我们觉得食品店铺是活色生香的,儿童产品店铺是生动活泼的,电子产品是专业严肃的。这些都是店铺给人们留下的不同感受。

风格是独特的,是店铺区别与其他店铺的地方。或者色彩,或者技术,或者是交互方式,能让浏览者明确分辨出这是你的网店独有的,最理想的设计风格定位是即使你只看到其中一页,也可以分辨出是哪个网站的。

风格是有人性的。通过首页与子页面的排版、内容、文字、交流可以概括出一个店铺的个性和情绪。是温文儒雅,是执著热情,是活泼易变,是放任不羁。像诗词中的“豪放派”和“婉约派”,你可以用人的性格来比喻自己店铺。

有风格的店铺与普通店铺的区别在于:普通店铺你看到的只是堆砌在一起的产品信息和促销信息,你只能用理性的感受来描述,例如信息量大小、浏览速度快慢。但你浏览过有风格的网店后你能有更深一层的感性认识,例如店铺有品位,有品质保证,值得购买。

2. 设定网店风格注意的事项

网店装修首先要考虑的就是风格设定了,这不仅考验了设计者的审美品位和经验技巧,而且考验了设计者的视觉营销手段。这点是很重要,好的风格设定不仅能避免网店盲目装修的目的,最主要的是确定网店的市場定位、为网店赢得市场占有率。风格设定只有符合产品特性,而且符合大众欣赏品味才能够达到目的。

- (1) 图片不宜太多。

新淘宝网店主装修店铺的时候往往会觉得图片越多店铺越好看,这其实是一个误区。

网店装修的时候图片如果太多,首先会影响页面打开的速度,其次是影响客户体验,网店装修除了注重“装修”效果之外,还要考虑到打开速度的问题,这个是很关键的,因此网店装修一定要把握一个度,能不要图片的地方尽量不要用图片,只要合理布局,不盲目加量才能做好网店装修。

(2) 模板选择很重要。

网店装修模板的设计选择是非常重要的,不同的消费群体适合的主题模板自然不会相同,一般来说插画风格、时尚可爱、桃心、花边等风格适合女装类店铺。而黑白搭配、有金属质感的设计风格更适合男装店铺。而童装店适合卡通风格是毋庸置疑的,这些都是一些经验总结,装修的时候一定得注意。

(3) 色彩定位需谨慎。

色彩是风格的形式体现之一,没有色彩风格就无从谈起,网店装修色彩不但可以提高顾客的购买力,同时可以提高商品的水准,所以色彩的定位需要谨慎再谨慎。

考虑色彩的时候要跟着风格定位来走,这样就不会出现大的差错,一般来说暖色系一般来说是很容易亲近的色系,例如红、黄等色,这比较适合年轻阶层的店铺。同色系中,粉红、鲜红、鹅黄色等是女性喜好的色彩,对妇女用品店及婴幼儿服饰店等产品华丽的高级店铺较合适。寒色系有端庄、肃穆的感觉,适合高档商务男装店铺使用。同时,在夏季为了再现山峰海涛的感觉,使用寒色系,可以产生清凉感。在选择的时候,可以根据风格需要选择适合的色彩,合理塑造网店风格。

(4) 风格协调统一是重点。

网店装修整体风格协调统一是很重要的,从店标的设计到主页的风格再到宝贝页面,应采用同一色系,最好有同样的设计元素,让网店有整体感。在选择分类栏、店铺公告、音乐和计数器插件的时候要有整体考虑;不要一会用卡通人物、一会用浪漫温馨、一会有搞笑幽默,风格不统一是网店装修的大忌。

(5) 主次分明很关键。

网店装修一定要注意分清主次,网店装修设计很漂亮、有特点确实可以招揽很多消费者这是无疑的,不过店家也必须注意一点,不能让网店的装修盖过了产品的光芒,这个一定要明确,网店卖的是产品而非店铺装修,装修的太过风头了,反而影响产品销售,这个千万要注意。

装修风格是一个网店的灵魂,要在竞争激烈的同行业中赢得一席之地,风格设计是草图,网店装修设计是基础;灵猫电商总结得出设计特点、设计个性、设计风格是一个好的店铺装修所必须遵循的三大原则,抓好这三点,自然能夺人眼球,增加店铺的人气和访问量,在竞争中脱颖而出。

(二) 网店店铺风格设置方法

第一,确信风格是建立在有价值内容之上的。一个有风格而没有内容,就好比绣花枕头一包草,好比一个性格傲慢但却目不识丁的人。追求设计风格的前提是首先必须保证内容的质量和价值性。这是最基本的,无须置疑。

第二,你需要彻底搞清楚自己希望店铺内产品的受众人群,需要给人的印象是什么。可以从这几方面来理清思路。

(1) 如果只用一句话来描述你的店铺风格,应该是_____。

参考答案:

有创意,专业,有(技术)实力,有美感,有冲击力

(2) 想到你的产品,可以联想到的色彩是_____。

参考答案:

热情的红色,幻想的天蓝色,聪明的金黄色

(3) 想到你的产品,可以联想到的画面是_____。

参考答案:

一份早报,一辆法拉利跑车,人群拥挤的广场,杂货店

(4) 如果店铺是一个人,他拥有的个性是_____。

参考答案:

思想成熟的中年人,狂野奔放的牛仔,自信憨厚的创业者

(5) 作为设计师,你希望你店铺给人的印象是_____。

参考答案:

敬业,认真投入,有深度,负责,纯真,直爽,淑女

(6) 用一种动物来比喻,你的店铺最像_____。

参考答案:

猫(神秘高贵),鹰(目光锐利),兔子(聪明敏感),狮子(自信威信)

(7) 浏览者觉得你和其他店铺的不同是_____。

参考答案:

可以信赖,信息最快,交流方便

(8) 客户和你店铺 UI 交流合作的感受是_____。

参考答案:

稳重,激情,魅惑,安全

第三,在明确自己的店铺印象后,开始努力建立和加强这种印象。经过第二步印象的“量化”后,你需要进一步找出其中最具有特色、特点的东西,就是最能体现店铺内产品风格的东西,并以它作为店铺的特色加以重点强化、宣传。例如:审查店铺标准色彩是否容易联想到这种特色,是否能体现店铺的产品性格等。具体的做法,没有定式。有以下方法。

(1) 将你的标志 Logo 尽可能地出现在每个页面上。或者页眉,或者页脚,或则背景。

(2) 突出你的标准色彩。文字的链接色彩、图片的主色彩、背景色、边框等色彩尽量使用与标准色彩一致的色彩。

(3) 突出你的标准字体。在关键的标题、菜单、图片里使用统一的标准字体。

(4) 想一条朗朗上口宣传标语。把它做在你的 banner 里,或者放在醒目的位置,告诉大家你的店铺的特色是什么。

(5) 使用统一的图片处理效果。例如,阴影效果的方向、厚度、模糊度都必须一样。

(6) 创造一个你的店铺特有的符号或图标。例如在一句链接前的一个点,虽然很简单的一个变化,却给人与众不同的感觉。

(7) 用自己设计的花边、线条、点。

风格的形成不是一次定位的,需要在后期设计上不断强化、调整、修饰、延续,直到有一

天,店长告诉你:“有客户和我说,他喜欢你的店铺,因为它很有风格!”

(三) 网店店铺风格创意

创意(idea)是设计生存的关键,这里说的创意是指店铺的整体设计创意。作为淘宝的页面设计师,最苦恼的就是没有好的创意来源。

创意是引人入胜、精彩万分、出其不意的;创意是捕捉出来的点子,是创作出来的奇招……这些讲法都说出了创意的一些特点,实质上,创意是传达信息的一种特别方式。

创意并不是天才者的灵感,而是思考的结果。一般创意思考的过程大致分五阶段。

- (1) 准备期——研究所搜集的资料,根据旧经验,启发新创意;
- (2) 孵化期——将资料咀嚼消化,使意识自由发展,任意结合;
- (3) 启示期——意识发展并结合,产生创意;
- (4) 验证期——将产生的创意讨论修正;
- (5) 形成期——设计制作网页,将创意具体化。

创意是将现有的要素重新组合。例如,网络与电话结合,产生 IP 电话。从这一点上出发,任何人,包括你和我,都可以创造出不同凡响的创意。而且,资料越丰富,越容易产生创意。就好比万花筒,筒内的玻璃片越多,所呈现的图案越多。你如果有心可以发现,网络上的最多的创意来自于现实生活的结合(或者虚拟现实),例如在线书店、电子社区、在线拍卖。你是否想到了一种更好的创意呢?

创意思考的途径最常用的是联想,这里提供了店铺设计创意的 21 种联想线索:

- (1) 把它颠倒;
- (2) 把它缩小;
- (3) 把颜色换一下;
- (4) 使它更长;
- (5) 使它倾斜;
- (6) 把它放进底图里;
- (7) 结合文字图画;
- (8) 使它成为年轻的;
- (9) 使它重复;
- (10) 使它变成立体;
- (11) 分裂它;
- (12) 使它罗曼蒂克;
- (13) 使它看起来流行;
- (14) 使它对称;
- (15) 价格更低;
- (16) 给它起个好名字;
- (17) 把它打散;
- (18) 增加质感;
- (19) 底纹化;
- (20) 突出局部;

(21) 以上各项延伸组合。

三、操作步骤

网店个性装修

(1) 登录“淘宝网”首页,在页面顶部单击“卖家中心”链接,如图 3-13 所示。

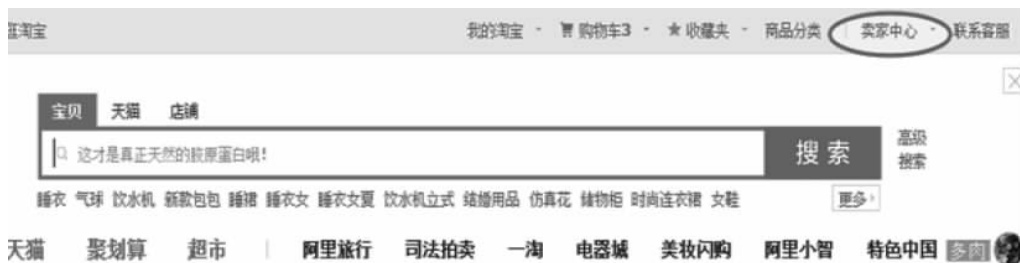


图 3-13

(2) 进入“卖家中心”页面后,单击“店铺装修”,如图 3-14 所示。

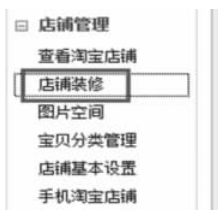


图 3-14

(3) 进入“店铺装修”页面,如图 3-15 所示。



图 3-15

(4) 把光标移到左上角的“装修”，弹出一级导航，单击“样式管理”，如图 3-16 所示。



图 3-16

(5) 选择配色完以后单击“保存”，如图 3-17 所示。



图 3-17

(6) 背景设置完以后单击“保存”，如图 3-18 所示。



图 3-18

(7) 最后,店铺装修完以后单击装修页面的右上角的“发布”,即可完成装修,如图 3-19 所示。



图 3-19

任务三：网店其他设置

一、学习目标

- (1) 了解淘宝店图片处理工具及技巧；
- (2) 学会管理图片空间；
- (3) 学会网店店铺二级域名设置。

二、知识准备

1. 图片处理软件

图片是把物体的形态定格在里面,淘宝店铺装修需要图片、宝贝需要图片、日常生活中很多情况都可以利用相机拍下来,但是原图有很多杂色或者想把多余的人或者物体去掉,所以在这里介绍几款图片处理软件给大家,让大家有更多的选择。

1) Photoshop

这款软件是最专业的图片处理软件,主要是处理以像素构成图片,而里面有很多绘图工具以及修图工具,如魔棒、文字工具、钢笔工具、仿制图案工具、修复画笔工具、吸管工具、滤镜功能等,而不同版本新增了其他功能,例如 3D 功能、方便不同人群使用的布局等。

2) 光影魔术手

这款软件主要对图片画质进行改善以及效果提升,如黑白效果、晚霞渲染、夜景、基本的色阶曲线、去水印和人像美容,当然还有很多功能,要根据实际情况运用各种功能处理图片。

3) Inpaint

这款软件主要是为图片去水印的,把图片中不必要的部分移除,例如水印、划痕、污渍各种有瑕疵的图片,具体使用就是选择去水印功能然后在有水印的地方拉单选框就会自动去除。

4) 美图秀秀

相信这款软件是众多店长十分喜爱的,原因就是没有 Photoshop 那么复杂,也不需要很强的艺术理论知识(光暗强弱之类)。简单的界面一目了然,无论是人像美容的磨皮瘦身、美白、祛痘;还是特效方面。其具体使用方法:打开需要处理的图片,进入“美容”菜单,选择“祛痘祛斑”,调整画笔大小,选择脸上痘痘明显地方即可;磨皮功能可以选择“智能磨皮”或者“轻度磨皮”。当然还可以添加一些特殊的文字效果、拼接图片等。

2. 淘宝开店必备的图片处理技巧

如今,有淘宝开店经验的人都知道,网上购物是看不见实物的,完全是靠产品图片来决定要不要购买这件产品,所以店铺产品图片是非常重要的,好的产品图片能让顾客看一眼就有想买的冲动,能吸引住顾客的眼光,引起顾客的消费欲望。那如何处理出美美的产品图片呢?有什么技巧?

1) 产品背景图

选择适合产品的背景来拍摄图片,可能很多人都会觉得这么麻烦,就随便在室内拍了再用 PS 处理一下弄个背景图上去就可以了,其实有很大区别的,真实自然的背景能把你产品显示得更清晰自然,同时也为图片处理节约很多时间,在拍摄时我们经常需要消除图片的距离感,这时我们可以选择水果、树叶、鲜花等来做宝贝的陪衬品,可以耍酷、卖萌,总之以吸引买家为目的,例如你店铺是卖服装的,在拍摄衣服的图片时,如果自己有好的模特时,可以让模特穿上自己店里的服装,这样才能够吸引现在的年轻人。如果自己没有好的模特,可以找一些好的背景,选择平铺服装拍摄,但是这要求卖家比较有眼光,能够搭配出吸引买家的搭配。

2) 精彩的文案

在图片处理时添加一些文字上去,是在图片处理中极其重要的部分,优美的文字总能轻易引起人们感情的共鸣,文字对人们来说,天生就有一种无法形容的魅力,处理图片时可以在图片上写一些产品宣传语、产品价钱、广告语之类的文字,这样能更吸引顾客眼球,精彩的文案不仅是对产品的绝佳的阐述,还能从文学的美感上为产品加分。

3) 给图片加上水印

很多新手卖家们都不知道水印是什么,水印是你店铺的标志,也可以说是图标或者是店铺网址也行,在处理图片过程中,我们可以在图片上添加水印,这样不仅给人专业的感觉,还能达到宣传的效果,每一张处理漂亮的图片都是卖家精心设计的,添加水印还可以保护自己的创意,防止别的卖家抄袭。

4) 其他图片处理细节

(1) 提高色彩对比度。提高彩色图片的对比度往往能得到意想不到的效果,增加对比度并调节色调,使你的图片具有几分“邋遢摇滚”的风格。

(2) 提高黑白对比度。黑白照片,尤其是高对比度的黑白照,相对于色调来说,这种方法更突出了图形、线条、图案。

(3) 提高色彩饱和度。要让图片具有“流行”风格,其中一种途径就是提高图片的色彩饱和度,如果拖得太快,一定要留意色彩纹理的损失。

(4) 怀旧风格。让图片看上去比实际年代更久远,这样就给图片注入了一些特征和感情色彩,达到这样的效果,你其实只要很简单地摆弄下色彩饱和度、着色或者添加一些褶皱就可以了。

(5) 过度锐化。大多数照片都要进行锐化处理,但是对于有些图片来说,过度锐化的效果更好,这个方法让图片更有视觉冲击力。

三、操作步骤

1. 管理图片空间

(1) 登录“淘宝网”首页,在页面顶部单击“卖家中心”链接,如图 3-20 所示。

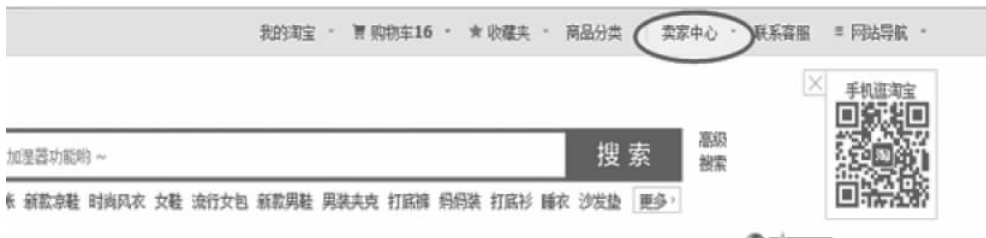


图 3-20

(2) 进入“卖家中心”页面后,单击“图片空间”,如图 3-21 所示。

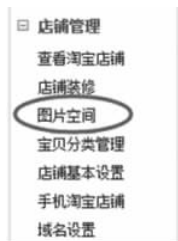


图 3-21

(3) 进入“图片空间”页面后,单击“上传图片”,如图 3-22 所示。



图 3-22

(4) 单击“上传图片”后出现“上传图片”页面,单击“点击上传”,如图 3-23 所示。

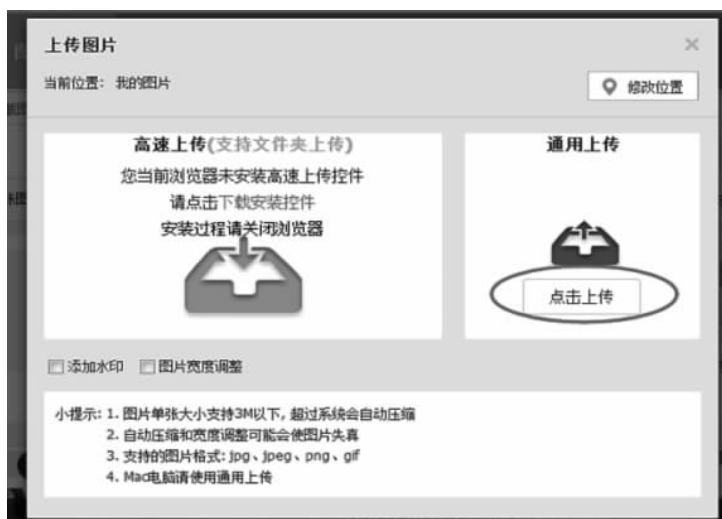


图 3-23

2. 店铺二级域名设置

(1) 登录“淘宝网”首页,在页面顶部单击“卖家中心”链接,如图 3-24 所示。

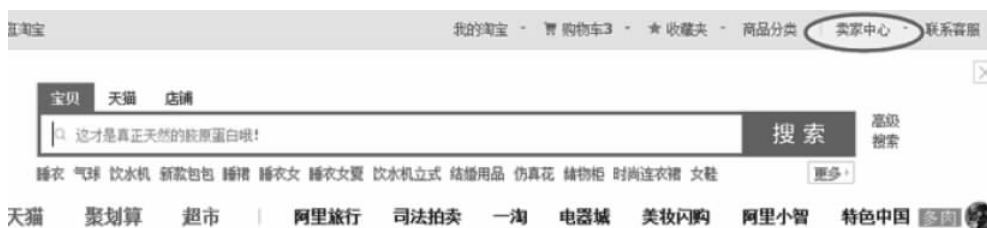


图 3-24

(2) 进入“卖家中心”页面后,单击“域名设置”,如图 3-25 所示。



图 3-25

(3) 根据系统提醒完成设置即可。



项目总结

本章介绍了店铺装修原则与技巧以及店铺的风格设置方法,让读者学会了店铺基本装修、个性装修及店铺其他设置。