

教学目标：

一、知识目标

了解速卖通产品优化的方法，能够根据后台商品分析+数据去优化产品（标题、关键词、图片、价格、详情页等）

二、能力目标

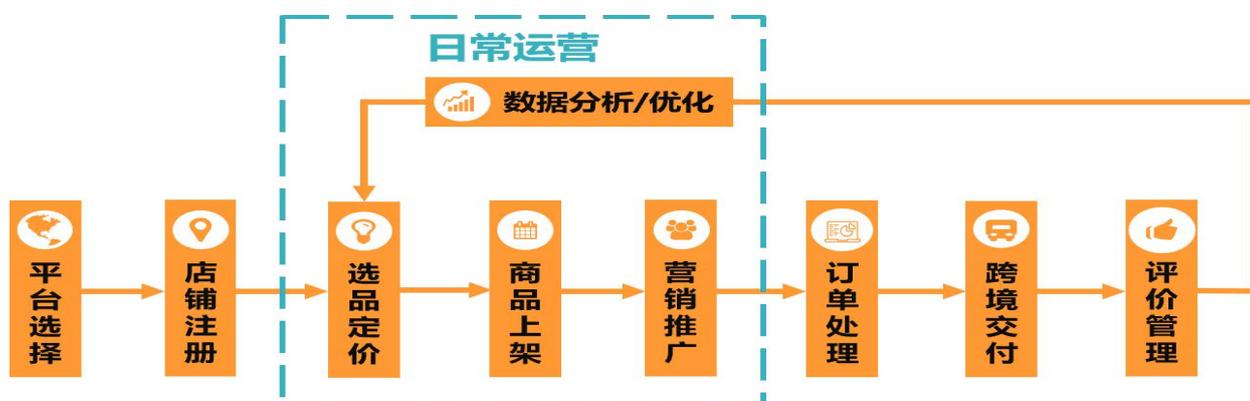
熟练掌握产品优化技能

三、素质目标

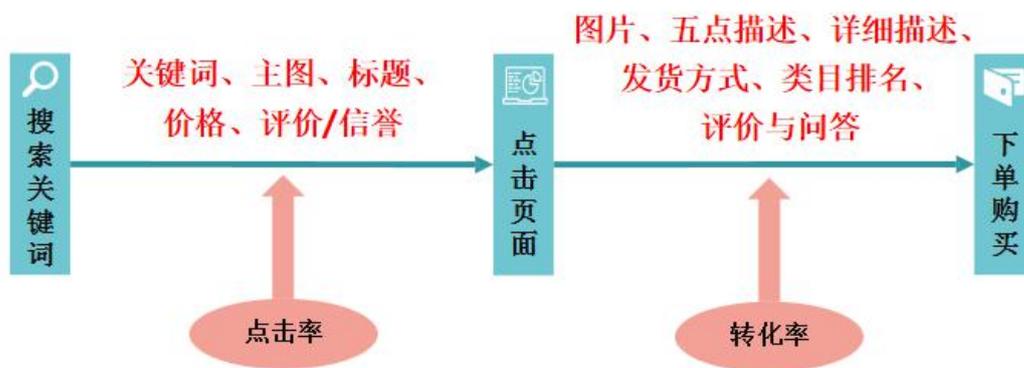
- 1.养成积极主动学习意识；
- 2.养成分析事物及选择最优的能力；

教学内容

速卖通产品页面优化



网上购物的流程：



跨境电商的页面优化：文案

- 标题
- 关键词
- 详情 描述

1. 标题优化

以充电宝为例



a 核心关键词：Power Bank

b 核心卖点：超大容量（20100 – Ultra High Capacity）、快速充电（4.8A Output）、适用于主流机型（PowerIQ Technology for iPhone, iPad and Samsung Galaxy）、主流颜色（Black）

c 美感上：“品牌+核心关键词+卖点”，逗号和括号做区隔

d 万能公式：“品牌+核心关键词+卖点+材质+次要属性+细化属性”

2.关键词

a 标题中的关键词（展示在前台）

b 搜索（Search Term）中的关键词（后台）

关键词是决定消费者是否能够搜索到产品的第一步

2.1 按相关性的强弱程度

- 宽泛 关键词-----宽泛关键词包含了产品但又不仅指这一类产品

举例说明：服装

- 精准 关键词-----精准关键词语产品匹配度最高，是大部分消费者直接用来搜索的关键词

举例说明：女款羽绒服

- 长尾 关键词-----由于特殊偏好搜索添加的特定词语，指向精准但受众偏少，搜索次数不高

举例说明：范冰冰同款

3 速卖通的页面优化：详情描述

a 详情描述：内容更丰富，形式更灵活，对于产品信息的补充，是促成消费者下单购买的临门一脚。

b 在内容上，详情描述的作用在于解答消费者一路浏览未能解决的疑虑，达到说服消费者下单购买的目的。

c 在形式上，图文并茂、简洁明了，卖点和美感相结合。

一般将产品的详情描述分为四个部分：

① 以情怀和感性为立足点，讲述产品背景，以生动的描述营造场景，从而触发消费者的代入感，更容易获得消费者的认可，引起共鸣。

② 围绕产品本身，精准描述产品的参数、工艺等细节，让消费者能准确获取所需要的产品信息。

③ 阐述为消费者提供的各种消费保障，包括品质保证、售后服务等，打消消费者的购买疑虑。

④ 描述产品的包装信息，包括产品包含的配件、赠品等，让消费者觉得物超所值。

4、跨境电商的页面优化：图片

图片相对于文字更吸引消费者的眼球，传递更丰富、更直观的产品信息，特别是主图更是起着展示产品第一印象、吸引消费者点击的作用

a 符合跨境电子商务平台的要求

b 尽可能地展示全方位的、场景化的产品信息

主图：一般要求对产品进行整体展示

副图：从不同角度展示出产品的独特卖点的细节图、功能图和应用场景图

五、总结及作业

在现有的店铺挑一个评分低的产品根据所学知识进行优化。