

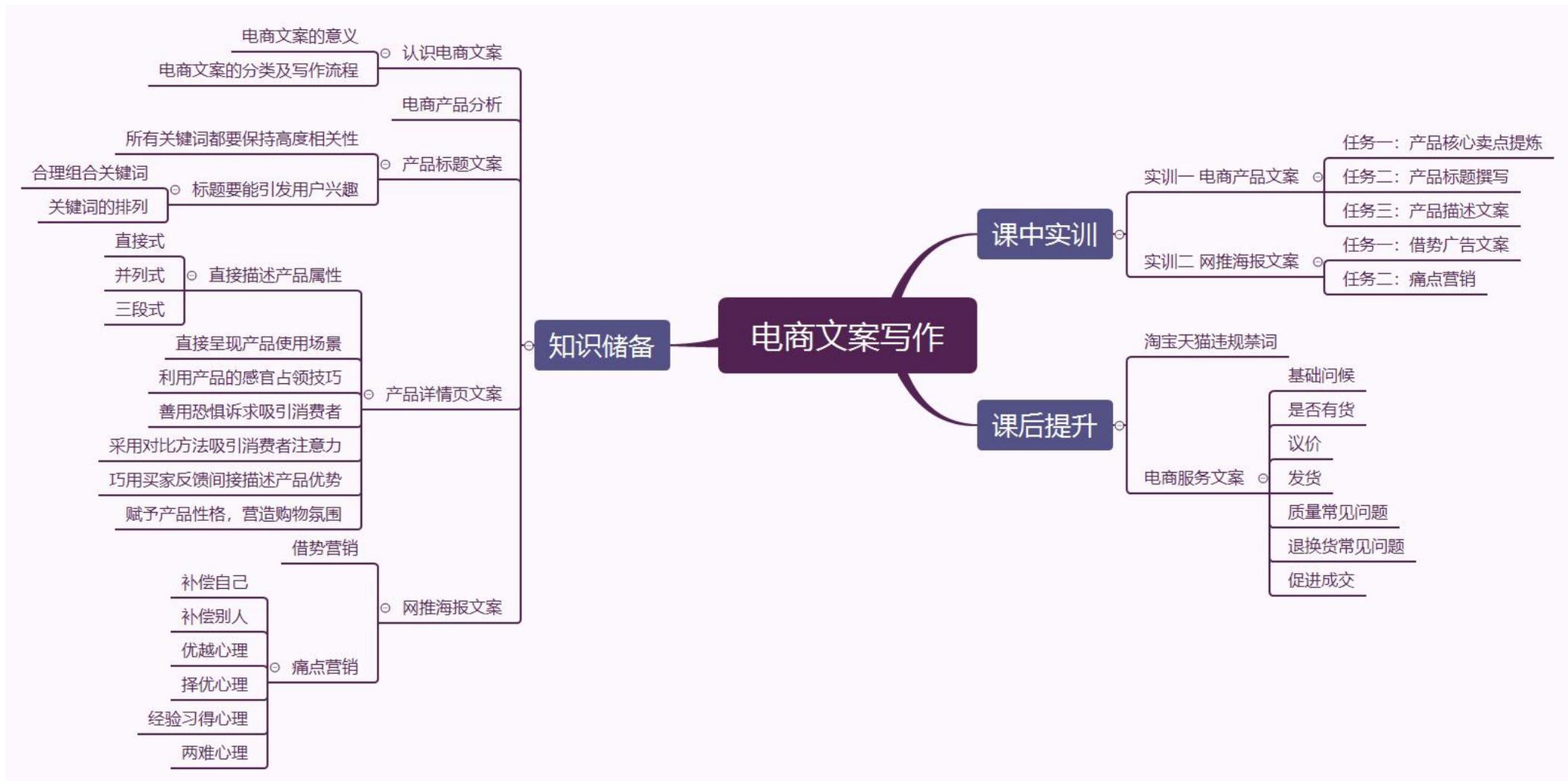


项目二

电商文案写作



项目导读



知识准备



一、认识电商文案

二、电商产品分析

三、产品标题文案

四、产品详情页文案

五、网推海报文案

一、认识电商文案



电商文案作为一种商业文体，主要是基于电商平台，以文字为元素，以吸引消费者为目的而存在的。

写作目的：电商文案最直接的写作目的，就是通过文案吸引消费者的注意力，激发其购买动机，提高产品的销量。

一、认识电商文案



电商文案写作流程



知识准备



一、认识电商文案

二、电商产品分析

三、产品标题文案

四、产品详情页文案

五、网推海报文案

二、电商产品分析



在创作电商文案前，梳理产品的属性及卖点梳理是一个重要的工作，只有对产品有了充分的了解，才能更好地进行下一步工作。

产品分析可以通过表格的形式，对产品名称、产品卖点、产品价格及核心卖点进行梳理，以为后面的工作打好基础。几种产品的卖点梳理如图 2-1 所示

二、电商产品分析



产品名称	产品卖点	日常价	直播活动价	核心卖点
南极人 格子衬衫女长袖2021年新款休闲百搭上衣中年妈妈秋季纯棉女士衬衣 红格	面料柔软、贴身亲肤、款式新颖	249	79.9	面料是纯棉的、版型设计很好、细节处理的很到位、价格实惠
古榆湾 2020 春秋新款雪纺衬衫女长袖衬衣洋气印花碎花打底衫中年妈妈上衣 HGH6805 米白色	领型: POLO 领、版型: 修身型、衣门襟: 单排扣	139	49.9	尺寸标准、无色差、穿着舒适
皮尔卡丹雪纺衬衫女长袖 2021 年早春季新款时尚上衣打底小衫女立领秋装衬衣 亲肤针织 黑色	流行元素: 印花, 拼接, 纽扣、穿着方式: 套头、图案: 圆点、面料: 雪纺	179	89	版型不错、颜色百搭、简单大方
BSHNZH 香港潮牌黑色衬衫女长袖雪纺衬衣时尚小衫洋气上衣 2021 年春装新款秋 红色	版型: 直筒型、领型: POLO 领、流行元素: 纽扣、图案: 纯色	288	138	香港潮牌、时尚洋气、春装新款

图2-1 产品卖点梳理示例

三、产品标题文案



电商标题原则

1. 所有的关键词都要保持高度相关性
2. 标题要能激发用户兴趣

知识准备



一、认识电商文案

二、电商产品分析

三、产品标题文案

四、产品详情页文案

五、网推海报文案

四、产品详情页文案



产品详情页对于电商来说是产品展示的最重要的页面，是买家进店转化的主要渠道。产品详情页的跳失率是考核产品详情页是否有效的关键指标。产品详情页里既包含产品展示的图片、视频，也包含对产品的详细描述。产品详情页中既要体现出产品属性、产品使用场景等信息，也要体现出能够为买家解决的痛点、诉求等重要信息。

四、产品详情页文案



详情页文案写作技巧

1. 直接描述产品属性

不同的类目有不同的产品属性。直接描述产品属性是指罗列最基础的产品属性，例如衣服的产品属性描述，就可以罗列颜色、材质、尺码、适合季节、厚薄、适合年龄等内容，可以做成表格，也可以罗列问题，也可以用其他方法进行可视化表达。

四、产品详情页文案



详情页文案写作技巧

1. 直接描述产品属性

- (1) 直接式
- (2) 并列式
- (3) 三段式

四、产品详情页文案



3. 利用产品的感官占领技巧

运用感官占领的方法进行产品描述，首先你要试想一下，你打开一个包裹，里面放着这个产品，记录下这时的六感感受。耳朵：听到什么，眼睛：看到什么，鼻子：闻到什么，舌头：尝到什么，身体：感受到什么，心里：内心想到了什么。然后组织语言，把这些感受串联起来。

四、产品详情页文案



4. 善用恐惧诉求吸引消费者

人们在生活中总有一些恐惧的东西，恐惧生病、死亡、变丑变老、没有收入、分离等。抓住消费者恐惧的痛点进行产品描述，是一种常见的方法。

四、产品详情页文案



5. 采用对比方法吸引消费者的注意力

在物质丰富的时代，很多时候，产品的卖点是“更好”。采用对比的方法，会给人一目了然的感觉。



案例：洁丽雅洗脸巾产品描述

四、产品详情页文案



6. 巧用买家反馈间接描述产品优势

消费者通过电商购物，非常重视来自其他买家的反馈。用心的卖家，一定要善于收集正面的买家留言。收集留言最重要的是：挑选的留言，必须能击中买家的核心需求。卖家可以精选几条生动的买家留言，用人们真实的使用感受证明产品好。正面的买家留言既能激发买家购买欲望，又能增强买家对产品的信任感，是少数能“一箭双雕”的文案写作方法，威力强大。

四、产品详情页文案



7. 赋予产品性格，营造购物氛围

虽然电商是互联网平台上的活动，存在虚拟空间中，但购物氛围的营造也非常重要。在产品详情页中，除了对产品的特点进行展示，往往还需要对产品的性格进行包装，营造一个能激发消费者购买欲望的氛围。

不是什麼正經貓，
可是剛好很對味兒。

“真让人摸不着头脑”
这话用来形容猫咪，或是这件毛衣都成立，
它像你路边拾回的怪脾气野猫，
从来不会被驯化，丑萌丑萌的，
却叫人只想赶紧领回家。



案例：毛衣产品描述文案

新媒体文案写作（活页版）

五、网推海报文案



电商需要善于运用广告位或推广渠道进行曝光，而网推海报是一种相对能够快速传递信息、吸引阅读的方式。在制作网推海报时，文案的写作也至关重要。以下几个技巧可以增强网推海报文案的宣传效果。

五、网推海报文案



常见的借势方法有以下几步。

(1) 寻找关键词，围绕关键词进行头脑风暴。网推海报文案是非常需要创意的，创意通常也不是一个人能够想出来的，需要一个团队一起进行头脑风暴。但是头脑风暴的时间不宜过长，一般集中思考 15 分钟左右，以关键词为核心，联想出一些相关的内容，形成头脑风暴思维导图。

(2) 寻找合适的次生关键词与自身品牌结合，并进一步拓展思维，形成思维链条。

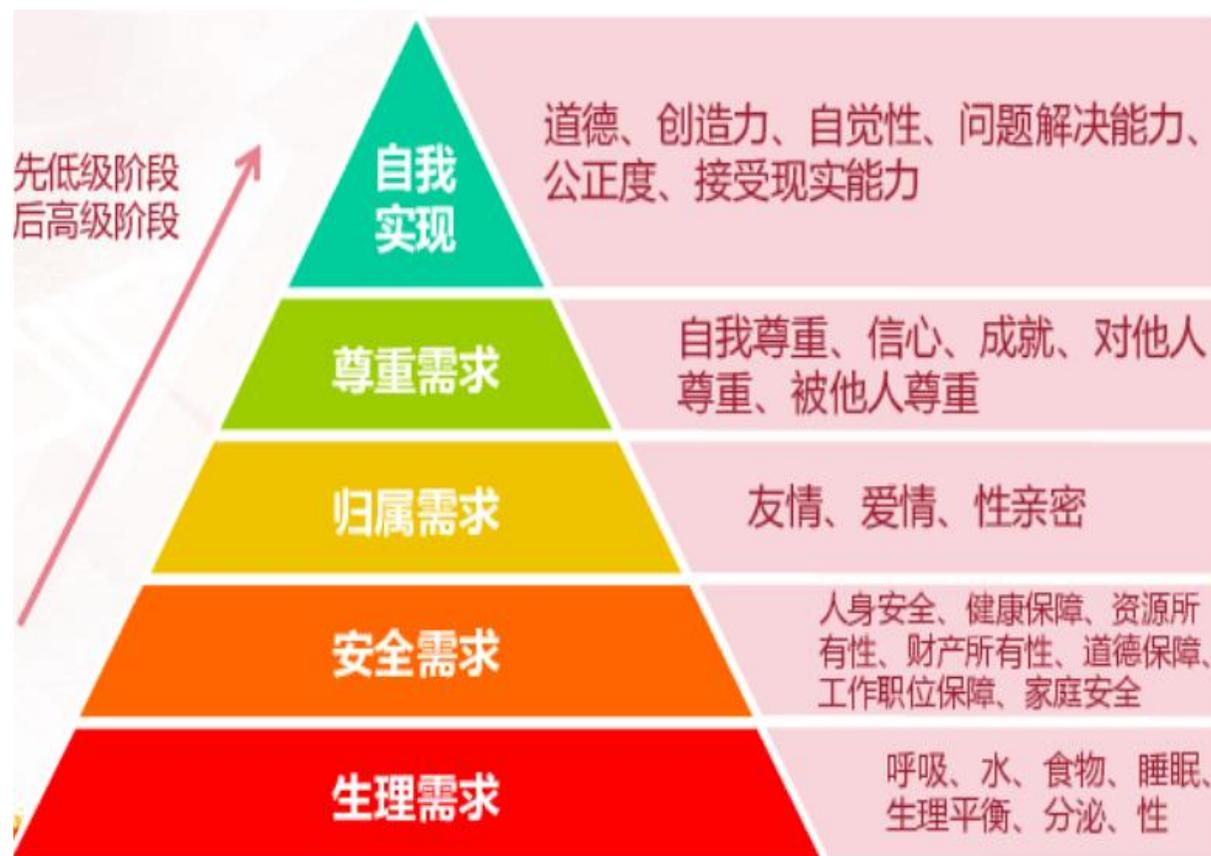
(3) 用一种能够打动人的方式去切入。

五、网推海报文案



2. 痛点营销

社会学家马斯洛在人的需求模型中揭示了人的核心需求层级，痛点的本质是人对需求不能被满足的恐惧。正如每一个人的需求不一样，每一个人的痛点也是不一样的。在网推海报文案中，如果能从用户的痛点入手进行诉求展现，势必会取得一个比较好的营销效果。



五、网推海报文案



常见的痛点营销的方式有以下几种类型

补偿自己、补偿别人、择优心理、经验习得心理、两难心理

五、网推海报文案



图2-8 “自如”系列海报

五、网推海报文案



图2-10，罗永浩英语培训课文案

五、网推海报文案



海报一：沈阿姨
年轻时用一串钥匙管家，
年纪大了被钥匙管着难进家
钥了亲命了 #
沈阿姨 女 66岁 退休

海报二：孙丽娜
我对钥匙一个不留心
“钥匙就留我在门外糟心”
钥了亲命了 #
孙丽娜 女 30岁 设计师

海报三：周晓
掏出钥匙开门那几秒
脑中已演完一部犯罪大片
钥了亲命了 #
周晓 女 21岁 学生

海报四：李大伟
管得好上百人的公司
!!却老弄丢自家的钥匙!
钥了亲命了 #
李大伟 男 40岁 CEO

解药在此
钥匙就是你自己
360安全门锁 淘宝众筹
2017.10.16 一触即发

图2-11 360安全门锁系列海报

五、网推海报文案



FOTILE 方太
因爱伟大

妈妈想把阳光变成花园
多帮她洗一次蔬果碗盘
她就能多点时间

全边第...
...
...



妈妈的时间机器
FOTILE TIME MACHINE

方太水槽洗碗机 岂止会洗碗 还能去果蔬农残
3月9日·中国家电及消费电子博览会 不见不散

FOTILE 方太
因爱伟大

妈妈第一次挑战清蒸石斑鱼
花了40分钟
却做出了外婆40年的功力



妈妈的时间机器
FOTILE TIME MACHINE

方太高温蒸箱 温度高蒸汽足 传承古法 蒸无不透
3月9日·中国家电及消费电子博览会 不见不散

图2-12，方太《妈妈的时间机器》系列海报

课中实训



任务一 产品核心卖点提炼

任务描述：选取 3 种产品，学生分小组就选择的产品进行深度剖析，提炼出产品的核心卖点，完成表 2-2。

产品名称			
销售季节		产地	
价格		有无特定人群	
主要特点	1. 2. 3.		
核心卖点提炼			
产品标题			

课中实训



任务二 产品标题撰写

任务描述：就这 3 种产品，分别针对其卖点拟定电商营销的标题，达到吸引人阅读的效果。

课中实训



实训二 网推海报文案写作

任务一：借势广告文案写作

任务描述：结合产品，借势节日或节气，画出思维导图，并选取合适的切入点撰写广告文案

课中实训



实训二 网推海报文案写作

任务二：痛点营销

任务描述：结合产品，以痛点营销的方法撰写网推海报文案，可以选择一种产品或多种产品，可根据表 2-4 整理思路。

产品名称	
产品特点	
选择痛点方法	
目标人群一	
痛点描述	
广告文案	
目标人群二	
痛点描述	
广告文案	
目标人群三	
目标人群四	

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

淘宝网根据《广告法》《价格法》《商标法》《反不正当竞争法》等法律法规的规定，结合淘宝网卖家实际经营情况，明确了淘宝天猫不能使用的违规禁词，请卖家仔细阅读以下内容，避免和防范行政执法及民事诉讼的法律风险。

若卖家违反前述法律法规规定，将会被执法部门处以数额较大的罚款，并有可能被消费者起诉而承担民事责任。

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

(1) 最系列：最佳、最具、最爱、最赚、最优、最优秀、最好、最大、最大程度、最高、最高级、最高端、最奢侈、最低、最低级、最低价、最便宜、史上最低价、最流行、最受欢迎、最时尚、最符合、最舒适、最先进、最后、最后一波、最新……

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

(2) 绝对系列：绝对高端、绝对实用、绝对贴身、绝对适合、绝对新潮、绝对实惠、绝对推荐.....

(3) 全网系列：秒杀全网、全网底价、全网首家、全网抄底、全网受欢迎、全网之冠、全网之王、全网销售冠军.....

(4) 超级系列：全球级、世界级、顶级、极致体验、极致工艺、极致追求、性能极强 / 极佳、将 ×× 做到极致.....

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

上面给大家罗列了一系列电商违禁词，接下来总结一下所有电商产品或服务的相关要求：

- (1) 不得在商品包装或宣传页面上使用绝对化的语言或表示用语。
- (2) 不得在商品包装或宣传页面上使用“驰名商标”“中国名牌”的字样、图案。
- (3) 不得在商品包装或宣传页面上使用或者变相使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌；不得使用或者变相使用国家机关和国家机关工作人员的名义。

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

(4) 不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；也不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。

(5) 医疗、药品、医疗器械、保健食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明；不能利用未满十周岁的未成年人做广告代言人。

(6) 除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

课后提升



一、淘宝天猫违规禁词

(7) 广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

(8) 在促销活动中，请谨慎使用“原价”字样，“原价”是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交，有交易票据的最低交易价格；如果前七日内没有交易，以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。

(9) 经营者采用与其他经营者或者其他销售业态进行价格比较的方式开展促销活动，应当准确标明被比较价格的含义，且能够证明标示的被比较价格真实有依据。否则构成价格欺诈行为。



谢谢观看

电商文案写作



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS