

电商文案标题的创作



任务4 电商文案标题的创作

第 4 章



电商文案标题的常见类型



电商文案标题的创作技巧



创作电商文案标题的注意事项



课后习题

任务4 电商文案标题的创作

1.1 直 言 式 标 题

是目前采用较多的一种
电商文案标题类型，其
特点是直观明了、实事
求是，通过简明扼要的
说明使消费者对产品或
品牌特点一目了然，让
消费者看到标题就能明
白电商文案所要表达的
意图，消费者一看标题
就知道该文案的主题是
什么。这类标题应用在
消费者熟知的产品中更
为有效，如『真丝上衣
全场『折』用来宣布产品
的折扣活动。



任务4 电商文案标题的创作



1.2 数字式标题

指直接在标题中写出**具体阿拉伯数字**的电商文案标题类型，因为数字识别度高，能将模糊的信息具体化，给人信息含量更丰富、专业度更高的感觉，可以增加电商文案的可信度。



任务4 电商文案标题的创作

1.3 提问式标题

通过提出问题来引起消费者的关注，从而促使消费者产生阅读兴趣，启发消费者思考或探究问题的答案。提问式标题可以是反问、设问，也可以是疑问，甚至还可以采用明知故问的方式，来表述电商文案的主题。

孩子说脏话了，怎么办？

原创 Patty Wipfler 林小暖bella 2020-08-21



说来也奇怪，小孩子学的最快的语言，可能就是脏话。

那些其他人偶尔脱口而出，亦或是遮遮掩掩、喃喃自语的“坏词语”，都逃不过小孩子像雷达一般灵敏的耳朵。

图4-4提问式标题



任务4 电商文案标题的创作



1.4 新闻式标题

新闻式标题是以新闻语言表达新产品或项目的标题类型。这类标题会如实报告最近发生的某些事件，多用于介绍新产品上市、企业新措施等，比较正式且具有权威性。



图4-5新闻式标题



激发更高阅读量，如在标题之中加入重大新闻常用词汇（公告，引进、发明、蹿红、2021年，现在，x年x月x日，这周，这个月等等），让用户感受到有新闻发生，不能错过，同时新闻词汇会使标题更具有权威性，增强文案的信服度。

任务4 电商文案标题的创作

1.5 话题式标题

话题式标题中包含有热点话题，能够吸引消费者参与讨论和分享。图4-6所示为安踏品牌在2021年东京奥运会期间发布的宣传海报“谁的主场，结局都一样”，这是2021年7月29日乒乓球女子单打半决赛中，孙颖莎战胜伊藤美诚后，安踏紧抓这一话题推出，博得了广大消费者的好感，引发了受众情绪共鸣。

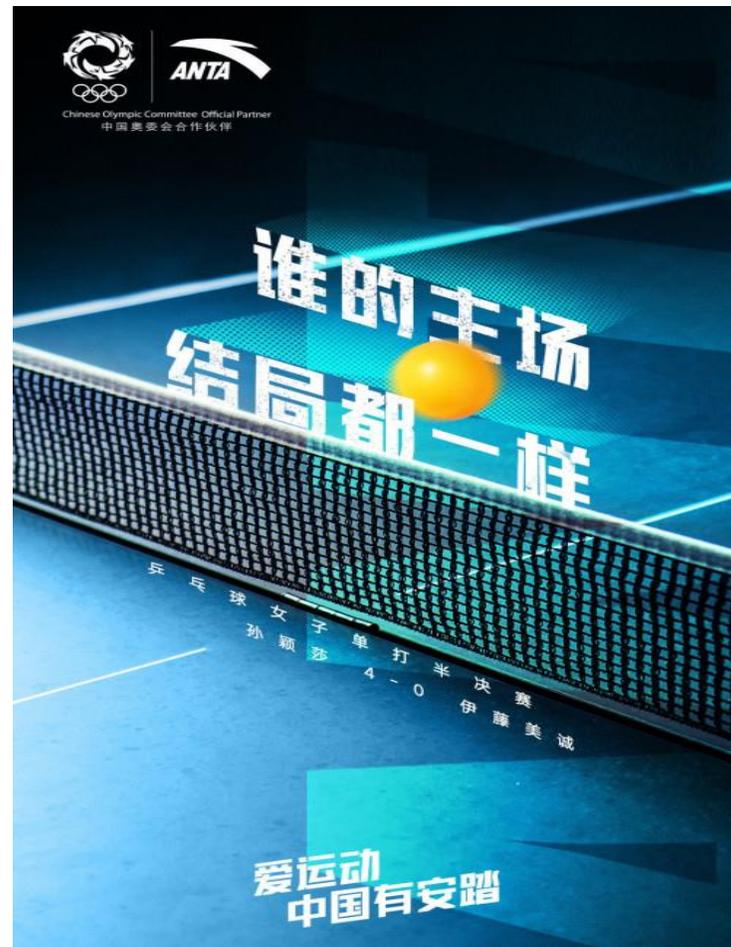


图4-6话题式标题

任务4 电商文案标题的创作

1.6 危机式标题

是通过**制造危机感**来吸引消费者关注的标题类型。危机式标题可以使用**夸张**手法，但不能扭曲事实，要在陈述某一事实的基础上，引导消费者意识到从前的认识是错误的，或使用警告的手法令消费者产生一种危机感。



图4-7 危机式标题

任务4 电商文案标题的创作

1.7 对比式标题



通过与同类产品进行对比来突出自己产品的特点和优势，加深消费者对自己产品的认知。其核心是两个产品就某一标准进行比较，得出明确的结论，因此这种标题容易吸引消费者阅读下文。

如图4-8所示，“你想在帝都将就生存，还是来厦门讲究生活”，将两个类似的选择放在一起对比，促使用户选择更合理的那个。



图4-8 对比式标题

任务4 电商文案标题的创作

1.8 悬念式标题



是通过设置悬念，利用消费者的好奇心来引发消费者对电商文案的阅读兴趣，这类标题通常出现在产品或品牌推广的电商文案中。

图4-9是可口可乐品牌形象代言人倒计时海报，品牌并没有直接告诉受众代言人是谁，而是根据倒计时的周期长短，设置好每张海报提示信息量和度，通过海报文案和微博上的一点提示信息，逐天深入，到最后一天再透露关键信息，吊足受众胃口。



图4-9 悬念式标题

任务4 电商文案标题的创作

1.9 见证式标题



是推销产品或服务非常有效的标题类型，它对原本就对同类产品或服务有需求的消费者特别有吸引力。

如何解除消费者的怀疑和担忧呢？采用见证式标题就是非常有效的办法。需要注意的是，撰写见证式标题时，自然通俗的口吻能够增强电商文案的可信度，如图4-10所示。



<p>为什么化无年贵？我来告诉你真相</p> <p>昨天,来自红颜知己的朋友给自己的神兽年重修四次终极技能,面对这样的结... 大话西游2 2019-2-14</p>	<p>调教教室 我来告诉你, 亚洲雀斑脸到底有多高级?</p> <p>于是你在《速度与激情2》里看到嚣张性感,开粉红跑车的她。顺便告诉你... YOHO潮流志 2019-2-23</p>
<p>我来告诉你, 为什么你这么讨厌自停启</p> <p>很高兴告诉大家,省下来的油钱,运气好的话刚刚好够你补贴电瓶的差价! 这... 小新说车 2018-6-28</p>	<p>我来告诉你100卡路里究竟长啥样</p> <p>23克薯片,数一数有几块? 一小把葡萄干。8根胡萝卜条和...? 这... 你数数... 华人瞰世界 2015-6-22</p>

图4-10 见证式标题

任务4 电商文案标题的创作

1.10 号召式标题



就是用鼓动性的话语作为标题，号召人们做出某种决定或行为。其语言要求具有暗示性和指向性，能让受众受到语言的鼓动，做出标题要求的某种行为。

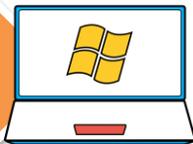
一般具有祈使的意味，以**动词**开头，但在写作时要注意用语委婉，避开受众不愿意受人支配或命令要求的**心理特点**。如图4-11所示，知名电商主播李佳琦常在直播中呐喊：“oh my god，买它买它。”以此来号召消费者购买他推荐的商品，极其具有**情绪调动性**。



图4-11 号召式标题

任务4 电商文案标题的创作

2.1通过“利益诉求”吸引消费者



消费者在购买产品之前，通常会想知道这个产品能给自己带来什么样的实际益处，如果电商文案标题能给消费者明确的利益承诺，告诉消费者使用该产品的结果及使用该产品会产生的**实际效益**，就能吸引消费者的关注。



任务4 电商文案标题的创作

2.1
通过“
利益诉求”
吸引消费者

例如，某丝袜产品的电商文案标题“您见过可以装菠萝的丝袜吗？防勾丝/防脱丝水晶袜”，明确告诉消费者丝袜的**质量较好，耐磨耐穿**，如图4-12所示。



图4-12某丝袜产品电商文案标题

任务4 电商文案标题的创作

2.2 强调产品的卖点

很多产品依靠一个核心卖点就成了热销品，核心卖点是这个产品或品牌的名片，甚至可能会成为影响品牌兴衰的关键因素。

例如：

- 1、公牛插座的电商文案标题中通常有“产品安全”核心卖点；
- 2、纯甄酸牛奶的电商文案标题中通常有“无添加”核心卖点；
- 3、海飞丝洗发水的电商文案标题中通常有“去屑”核心卖点；
- 4、立白洗衣液的电商文案标题中通常有“不伤手”核心卖点。



任务4 电商文案标题的创作

专家点拨

撰写强调产品核心卖点的电商文案标题时，原则上应**简明扼要、突出卖点**，其写作模板通常为“**品牌名称+产品名称+产品的核心卖点**”。需要注意的是，品牌名称和产品名称最好都出现在标题中，因为大部分的消费者通常只看标题不看内容，如果标题中没有产品名称，消费者就不会对品牌和产品留下印象。



任务4 电商文案标题的创作

2.3 锁定精准目标人群

一篇电商文案很难满足所有目标消费者的需要，因此在写作电商文案标题时，可以先选出合适的消费者，排除不属于潜在消费者的用户。

例如，某寿险产品的文案标题“专为65岁以上男女设计、保费合理的寿险”，将目标消费者锁定到65岁以上的用户；又如图4-13所示，某妈咪包产品的文案标题“‘懂’妈妈的包”，将目标消费者锁定到新手妈妈群体。



图4-13 某妈咪包产品电商文案标题

任务4 电商文案标题的创作



案例1：“烫”——定位于“社交女鞋”的高跟鞋品牌

市面上高跟鞋的品牌很多，虽不如平底鞋实用好穿，却是女性消费者人人必备的消费品。但如何说服女性消费者购买一双高品质的高跟鞋？



任务4 电商文案标题的创作



“烫”是专注于中高端层次的高跟鞋品牌，它明确将产品定位于“社交女鞋”，它的海报标题一语中的“你需要一双好鞋，因为你有很多人要见”，它甚至将消费者可能会见到的人通通罗列出来，精准地把握了女性消费者群体社交需要，如图4-14所示。



图4-14 高跟鞋“烫”宣传文案



任务4 电商文案标题的创作

“烫”抓住了女性消费者爱美的心理，尤其出门在外，有他人看的时候。如图4-14（续），文案标题准确地道出了**女性群体的心声**，文案内容如下。

“春节 三姑六婆们 闺蜜的姐姐。”

“前老板 前同事 前竞争对手。”

“高个现任 高个前任 高个现任的前任。”

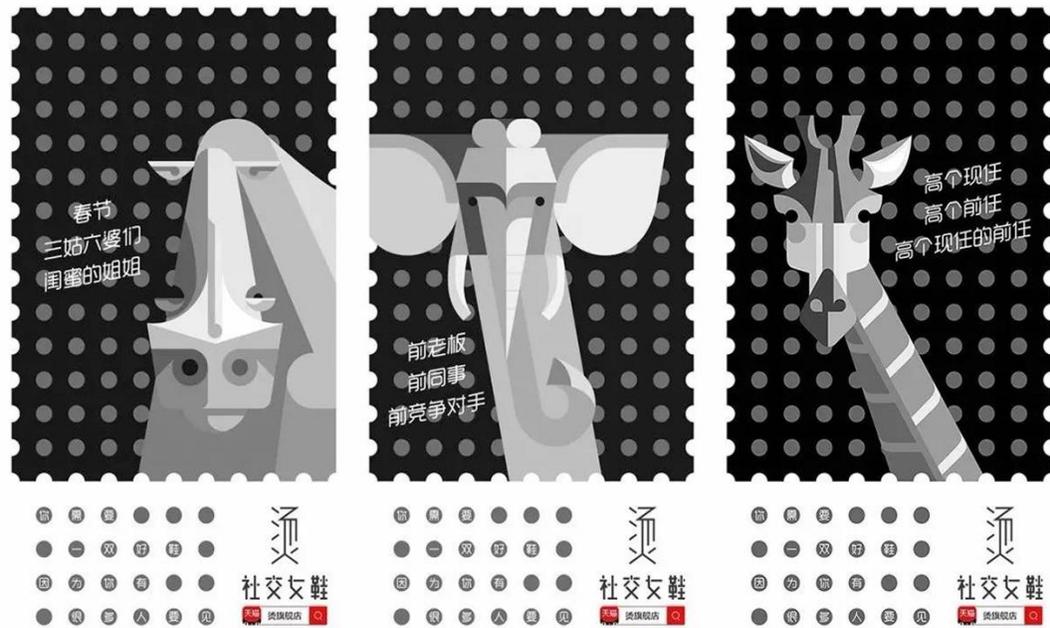


图4-14 高跟鞋“烫”宣传文案（续）

任务4 电商文案标题的创作



2.4使用网络流行语

网络流行语指在网络上经常出现且使用频率较高的语言或语言类型，大多是在某些社会热点话题或热门事件的基础上形成的，同时在网友的关注下快速传播，吸引了大量消费者对网络流行语的关注。



任务4 电商文案标题的创作



2.4使用网络流行语

在社交网络的传播中，**每年**都会诞生大量的网络流行语，其中有的网络流行语如昙花一现，有的网络流行语则被广大网友应用于各种场合。

例如，图4-15所示的两则网络文案，一则将网络流行语“**针不戳**”运用用于标题中，与当下所推广的新冠疫苗加强针形成了契合，为受众科普的同时利用网络流行语化解严肃气氛；另一则文案标题表述为“**太‘能装’的妈咪包**”，既有网络流行语“能装”的含义，**吸引消费者的眼球**同时，又显示该产品实用能装满，**一语双关**。

科普 | 加强版“**针不戳**”，要来一针吗？

小学科学教学 10月28日

点击上方关注我们，么么哒！ ↑

混知健康—

新冠疫苗加强针来了，要打吗？

最近，很多地方开始接种新冠疫苗**加强针**，听了这个消息，估计你有点心累，毕竟这针灭的是病毒，



扎的可是你啊！



图4-15使用网络流行语的电商文案标题

任务4 电商文案标题的创作

2.5 借用名人效应

大多数人都会有名人情结，名人的任何事情都被大众所关注，其一言一行都备受瞩目，特别是在“粉丝经济”的时代，名人效应产生的话题量更是不可小觑。

如图4-16所示，为荣耀手机利用名人效应发起的“‘截胡’行动”，该活动标题既对应了名人的姓氏，又符合活动的主题，借用名人的名气来吸引流量。



图4-16 荣耀手机海报

任务4 电商文案标题的创作

2.6 塑造产生共鸣的场景

在电商文案标题中塑造产生共鸣的场景能快速传达出品牌定位或产品价值，并且能唤起消费者内心的场景联想，打动消费者的心。

图4-17所示为某空调产品的电商文案，用“回家路上开启TA,让清凉等她回家”“TA陪着你的时候很安静，看书小憩都不会被打扰”的标题营造了一个舒适的家的氛围，既能让消费者知晓产品的特点，又能使消费者对该品牌产生好感。



图4-17 塑造场景的电商文案标题

任务4 电商文案标题的创作



案例2：方太热水器电商文案塑造生活小片段

方太“即开即热”热水器推出了一组再现生活场景的海报，如图4-18所示，其文案内容如下。

“我凡事精准到秒 却始终估不准 热水还要多久才到？”

“洗澡时要时时防备 最怕有人突袭抢热水 享受瞬间百年受罪！”

方太热水器这组海报标题，塑造了大多消费者都经历过的熟悉场景，一个品牌如果能抓住日常点滴的细节，同时针对这一场景现象并给予解决措施，能使受众群体更容易产生画面感和期待感，从而对产品萌生心动。

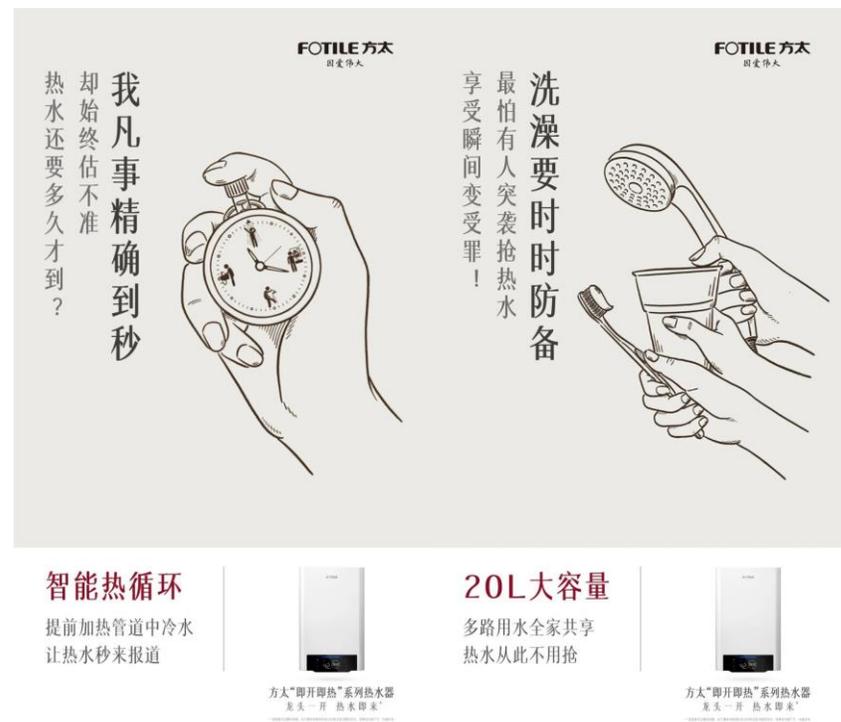


图4-18 方太热水器海报文案

任务4 电商文案标题的创作

2.7 巧用修辞手法

①



是创作电商文案标题常用的修辞手法，除增加了语言的生动性和形象性，还可使消费者对所表达的事物产生深刻的印象。

②



就是把诗词歌曲、名言警句、成语典故、俗语方言等引入标题中，提升电商文案的文化底蕴，给读者不同的感受。

③



就是利用词的多义及同音（或音近）的条件，使语句有**双重意义**，言在此而意在彼。

⑦



是为了达到某种表达效果，对事物的形象、特征、作用程度等方面特意**扩大或缩小**的修辞手法。



④



⑤



⑥

任务4 电商文案标题的创作



案例3：“11·11”，淘鲜达拟人化电商文案标题

淘鲜达是阿里巴巴同城零售事业群旗下实现本地超市入驻，以及消费者购物1小时到家的平台，在2018年双十一活动期间，淘鲜达推出了双十一的十张海报文案，通过海报视觉的冲击，很好地在消费者的心中建立了品牌认知。图4-23为淘鲜达双十一其中四张海报文案，如图4-23所示。



图4-23淘鲜达拟人化宣传文案

任务4 电商文案标题的创作

专家点拨

写作电商文案，首先需要根据主题拟定标题，然后再创作电商文案正文，只有先写好标题，才能明确行文目的，保证内容条理清晰，层次分明。但是在实际的电商文案写作过程中，标题的撰写并不是一蹴而就的，也不是单纯依靠灵感就能够创作出来的，而是通过平时的素材积累和反复的修改来完成的。

好感动啊！



任务4 电商文案标题的创作



(1) 有时为了吸引消费者，提高文章的点击率，文案创作者会采取夸大其词的手法来写作标题，其标题描述严重偏离事实（如“价值百万的销售秘籍”），或者标题与内容完全无关或关系不大，这种方法是不可取的。

(2) 虽然这类标题能够第一眼吸引消费者阅读文案内容，但是当消费者发现“上当受骗”后，就会直接避开这类文案。

(3) 消费者也不会进行信息的分享传播，更不会购买产品。

(4) 通过夸大其词的标题提高点击量和阅读量是得不偿失的做法，不仅伤害目标消费者的感情，也会严重影响品牌和企业为消费者心中建立的形象。



3.1 忌标题夸大其词



任务4 电商文案标题的创作

3.2 避免标题晦涩难懂

文案创作者在写作标题时应避免使用晦涩难懂的生僻词汇，要让消费者能理解标题，如果消费者看不懂标题，就不会产生后续的阅读行为。因此标题应该主题鲜明，简单易懂。



任务4 电商文案标题的创作

3.3 避免重复使用标题



当同质产品（产品品质和特性比较类似的产品）较多时，尽量不要对所有的产品文案都使用一样的标题。虽然使用同一标题省时省力，但会降低消费者对品牌的认知度。



任务4 电商文案标题的创作

3.4 避免标题过长



虽然长标题能够详细的在标题中显示文章的关键信息，使消费者直接通过标题就能接收到产品或品牌的特点，比一个毫无信息传达的标题更有吸引力，但是大多数消费者都是走马观花式的阅读方式，标题过长会导致消费者因为信息量太多，而没耐心读完整个标题就直接放弃打开文章。

任务4 电商文案标题的创作

3.5 忌长时间不更新标题

频繁更换或修改标题不利于品牌宣传，使消费者对品牌认知产生混淆，但若长时间不更新标题，也会使消费者失去新鲜感和吸引力。为了保证消费者的持续关注，文案创作者应当根据产品的生长周期创作有针对性的电商文案标题，如产品处于发布期、成长期、爆款期、衰退期等不同时期时，应采用不同的电商文案标题。



任务4 电商文案标题的创作

3.6 注意避开敏感词

一些商家为了吸引消费者的关注，可能会在标题中添加一些敏感词。需要注意的是，由于《广告法》的规定及电商平台的审查过滤功能，标题中一旦含有“高仿”“抢爆”“最高级”“绝无仅有”“山寨”等违禁词、敏感词，平台就会将整个标题过滤，消费者就无法搜索到相应的文案。



任务4 电商文案标题的创作



专家点拨



撰写电商文案标题时，还需要注意以下事项。

- ①标题不是概括全文，而是文章的精华所在，起到吸引消费者关注的作用。
- ②消费者通常会筛选掉那些与自己不相关，或同质化的标题。
- ③标题应避免出现错别字。
- ④标题中如果有数字，应用阿拉伯数字，如“一”，要换成“1”。
- ⑤最好不要重复出现同一个字、词。
- ⑥标题不能伤害到消费者。
- ⑦借热点撰写的标题，应该注意热点的时效性。
- ⑧标题中不要过多地插入虚词。
- ⑨标题关键词不要涉及过多领域。

任务4 电商文案标题的创作



课后习题

1.现有一款剃须刀，请根据下面的产品功能介绍撰写一个合适的文案标题。

全金属机身：航空铝合金材料，手感轻巧，不留指纹。

360度浮动贴面：不放过一根胡须，面对难剃死角，刀头可自动调节。

自研磨刀片：剃须即打磨，越用越锋利，历久弥新。

洁面：具有洁面功效，可清洁毛孔油脂污垢。

修剪鼻毛：可修理多余鼻毛，避免社交尴尬。

修鬓：修理鬓角毛发。

快剃：2档模式，长按开关替换动力档。

便于携带：充一次电用2个月。设有旅行锁，避免旅途中误开机。

任务4 电商文案标题的创作



课后习题

2.现有一款红茶产品，请根据下面的产品特点和功效撰写一个有吸引力的电商文案标题。

特点：外形条索紧细，肥壮重实，毫多而匀齐；色泽乌黑油润，略带红褐，芽尖呈金黄色；茶香馥郁纯净；汤色红艳，碗沿有明亮金圈，冷却后有“冷浑浊”现象；茶汤滋味醇厚、鲜甜。

功效：健胃消食，利尿、消除水肿，并具有抗酸化作用，降低心肌梗死的发病率。经常用红茶漱口还可预防蛀牙。