

项目五 跨境电商产品发布

教学目标

一、知识目标

了解跨境电商平台（如速卖通）的产品发布流程

二、能力目标

能够独立完成跨境电商平台（如速卖通）产品发布

能够进行图文混合编辑

三、素质目标

1.养成积极主动学习意识；

2.养成吃苦耐劳的能力；

教学内容

一、产品的发布流程 -不锈钢纸巾盒

1、类目行业填写

重点及难点：产品的类目分为一级、二级、三级，产品类目要对应正确，可在平台搜索想要发布的产品名称，看大多放在哪个类目项下。

需要对产品有深入的了解和认识。

发布产品

选择类目 **类似产品导入**

请输入英文产品关键词，如mp3 **查找类目** [查看中英类目对照表](#) 找不到您想要的类目？ [点此提交！](#)

服装/服饰配件	卫浴设施	卫浴五金件	卫浴五金套件
汽车、摩托车	门、窗	卫浴面盆、龙头及附件	浴室镜
美容健康	电气设备和产品	浴缸、按摩浴缸（婴儿的请发布到婴儿浴	置物架
俄罗斯当地图书销售	壁炉，火炉	妇洗器及零件	浴缸把手
电脑和办公	五金	去水，地漏	杯架
消费电子	厨房设施	软管	扶杆
电子元器件	墙纸	管口	皂液器
家具和室内装饰品		弯管	纸巾架
假发及周边		卫浴套件	衣挂钩
家居用品		花洒头	皂碟
家用电器		淋浴房及附件	马桶刷
家装（硬装）		太阳能集热器	毛巾杆
珠宝饰品及配件		水疗池与桑拿房	毛巾架

2、标题关键词填写

标题的填写要精确，常见的标题涵盖产品的大类，产品的品牌，产品的名称，产品的优势，产品产地，产品的特点属性，产品的用途等

* 产品标题 ?

Toilet Roll Tissue Paper Holder Wall Mount SUS304 Stainless Steel, Brushed Finish 8801

您还可以输入 41 个字符

3、产品属性填写

要求对产品熟悉有充分的认识且对产品有专业的认知。

根据所选的产品不同，网站带有此类产品的常见属性，需填写完整。

如还需填写其他属性，可以用添加属性按钮进行添加。

产品属性 当前产品的属性填写率为 **100%** 该产品所在类目下优质商品的属性填写率为 **78%** 完整且正确的产品属性有助于提升产品曝光率！
系统属性中没有合适的属性或者属性值？[点此提交](#)

品牌：

MINI MI(MINI MI)

2017年1月3日开始，除“部分类目”外，新发商品必须选择您的商品所对应的品牌。若不选择品牌或者选择“NONE(无品牌)”，则商品将发布不成功。

若您所需发布的品牌在下拉列表中没有或者不能搜索出来，请先进行“[商标添加](#)”流程。

若您的品牌已经在列表中存在，但您还没有发布该品牌权限，请先进行“[商标资质申请](#)”流程。

若您想申请属于自己的商标，请先进行“[在线商标申请](#)”，拿到《商标申请受理通知书》后，即可进行后续“[商标添加](#)”及“[商标资质申请](#)”流程。

品种：

Paper Holders

材质：

Stainless Steel(不锈钢)

型号：

8801

Color

White

删除

Place

Bathroom Accessories

删除

Size

Middle

删除

[添加自定义属性](#)

4、产品主图填写

商品图片

电脑上传 从图片银行选择

产品正面图

+

添加上传图片

产品背面图

+

添加上传图片

产品实拍图

+

添加上传图片

产品侧面图

+

添加上传图片

产品细节图

+

添加上传图片

产品细节图

+

添加上传图片

图片将呈现在商品详情页展示，至少上传1张，图片格式只支持jpg、jpeg、png，且大小不超过5MB；
图片像素要求不要低于800x800，宽高比例为1:1（建议1000x1000）或3:4（建议750x1000），同一组图片尺寸必须保持一致；
建议不要在商品图片上添加除商品外的其他信息，如水印、牛皮癣等信息；
图片保护提醒：切勿盗图，一经发现将对商品进行下架处理，同时将对商家予以处罚，查看[图片盗用规则](#)；

NEW 营销图

营销图将展示在搜索、推荐、频道、平台活动会场等商品导购场景，上传符合规范导购图的商品有优先露出机会，如果系统检测图片不符合规范，将不会被前台导购场调用展示，点击[查看规则说明](#)了解更多。

电脑上传 从图片银行选择

1:1白底图

+

3:4场景图

+

● 基本规范

- a、主图要求清晰美观，且大小为 800*800 像素。
- b、图片不能带别人商标
- c、1:1 白底图推荐上传；
- d、3:4 场景图建议根据产品特点选择（服饰等 fashion 行业推荐）
- e、图片格式 jpg、jpeg、png
- f、支持大小 不超过 5MB

● 设计说明

- a、图片背景必须为纯白色或全透明；
- b、商品主体需居中正面展示，与四边保持一定间距，建议不小于 50px；
- c、允许表达多 SKU、套装、配件等产品属性信息，需保证产品主体清晰可识别

重点注意事项

- a、不允许出现品牌 LOGO、水印、任何形式的边框以及促销牛皮癣等信息
- b、不允许出现敏感类目、违禁商品、政治敏感、宗教敏感等产品信息

场景图：搜索 list、猜你喜欢导购场景将呈现该商品场景图；针对 fashion 行业（推荐同步上传场景长图），系统将优先呈现场景长图（如未上传场景图，则该类导购场景将展示主图第一张）。

商品上传符合规范的营销图在导购场景有优先露出机会，目前在手机端产品支持（PC 端待后续支持，届时具体以前台展示为准），以上“前台应用透出场景示范”仅是手机端的各类平台推荐频道前台展示举例样式，频道种类及推荐维度会不定期优化，实际以手机端展示为准。

也可添加产品的视频

5、尺码、价格等信息填写

注意尺码各国存在差异，最好分国家标注且最后标注国际通用单位。

价格信息可以分阶段折扣。

基本信息

价格与库存

详细描述

包装与物流

其它设置

价格与库存

* 最小计量单元

件/个 (piece/pieces)

* 销售方式

按件出售

颜色

选择主色系

自定义名称

每个属性值最多可以上传1张图片，要求宽高比例为1:1，像素为800x800，且大小不超过200KB，格式为jpg、jpeg、png；

自定义名称支持自定义输入内容，要求输入内容为汉字、字母、数字；

支持自定义输入属性值名称，要求输入内容为字母、数字；

外径

☐ 12mm

☐ 14mm

☐ 16mm

☐ 18mm

☐ 19mm

☐ 22mm

☐ 23mm

☐ 24mm

☐ 26mm

☐ 25mm

☐ 27mm

☐ 30mm

☐ 34mm

☐ 32mm

☐ 35mm

☐ 38mm

6、详情信息模块填写

* 商品详描

产品详细描述是买家从点击到购买至关重要的一环。一个好的详细描述能促使买家产生兴趣、激发需求、赢得信任、最终参与购买

☒ 使用新版编辑器

☐ 使用旧版编辑器

空白模板

Item Description

Sizes

Describe the product sizes, including different sizes/ different sizes.

详描模板图

Selling Point

Describe the details of the selling point above, attracting and providing trust to your potential users.

家居行业详描模板

查看更多详描模板

注意

图片和文字的组合及美观设计

图片不能带有他人商标

图片要有整体和细节展示

文字最好突出产品优势

9、包装信息和物流设置填写

万泰贸易网							前往设置运费模板
服务名称	全部类型 ▾	推荐指数 ⬆️ ?	时效 ?	未收到货物纠纷率 ?	DSR物流 ?	试算运费 ⬆️ ?	更多信息
AliExpress 无忧物流-标准 平台推荐	标准	76	30 ~ 51天	低于平均61%	高于平均3%	CN ¥ 64.80	支持线上发货 重量 <30KG 不支持带电,液体包裹
AliExpress 无忧物流-优先	快速	76	23 ~ 39天	低于平均40%	高于平均3%	CN ¥ 88.00	支持线上发货 订单金额 <600美金 重量 <69KG 不支持带电,纯电,液体包裹
菜鸟特货专线 - 标准	标准	75	40 ~ 54天	低于平均64%	低于平均0%	CN ¥ 67.80	支持线上发货 不支持带电,纯电,液体包裹
e邮宝	标准	73	35 ~ 55天	低于平均39%	高于平均1%	CN ¥ 72.00	支持线上发货 重量 <2KG 不支持带电,纯电,液体包裹
EMS	快速	70	42 ~ 89天	高于平均8%	高于平均2%	CN ¥ 164.00	支持线上发货 重量 <30KG 不支持带电,纯电,液体包裹
菜鸟专线经济	经济	70	50 ~ 60天	低于平均3%	低于平均0%	CN ¥ 134.40	支持线上发货 不支持带电,纯电,液体包裹
菜鸟大包专线	标准	69	40 ~ 51天	高于平均52%	低于平均7%	CN ¥ 65.30	支持线上发货 不支持带电,纯电,液体包裹

10、服务模板和其他信息填写

建议选择付款减库存

其它设置

商品分组 ?

请选择产品分组

库存扣减方式 ?

☐ 下单减库存
 ☒ 付款减库存

支付宝

☒ 支持

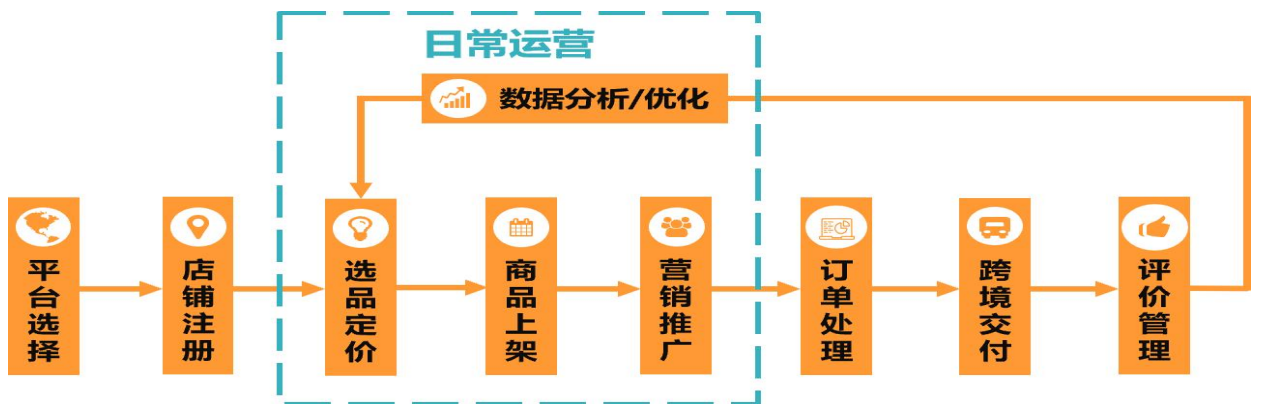
通过全球速卖通交易平台进行的交易须统一使用规定的收款方式 - 支付宝担保服务。

* 商品发布条款

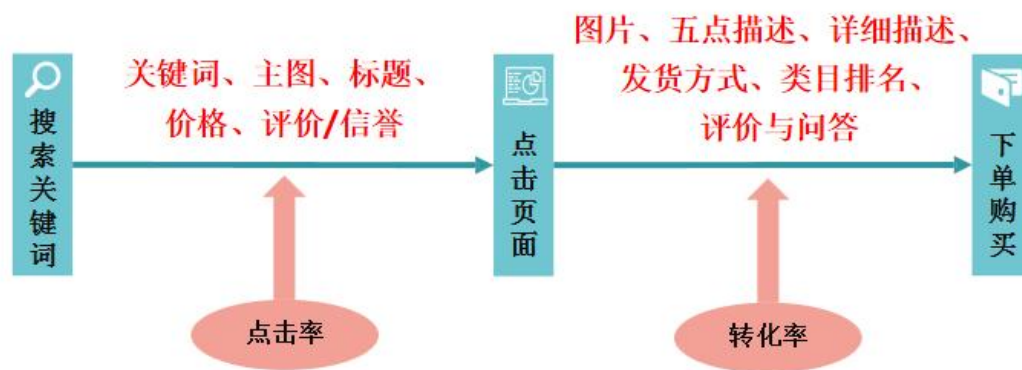
☒ 我已阅读并同意了以下条款

[Transaction Services Agreement \(阿里巴巴中国用户交易服务协议\)](#)
[Alipay Payment Services Agreement \(支付宝付款服务协议\)](#)
[速卖通平台放款政策特别约定](#)

二、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-----精准关键词与产品匹配度最高，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

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。

总结及作业

根据在速卖通平台发布产品的要求, 选择一个产品并将产品发布的所有信息准备完善。