

新媒体平台视觉营销策略在电商运营中的应用探讨

张筱婕

重庆医药高等专科学校

DOI: 10.12238/ems.v6i2.7002

[摘要] 为了吸引更多消费者关注网店, 视觉营销, 已经成为商家重要的手段之一, 通过视觉元素传达信息、吸引消费者并影响其购买决策的营销手段。消费者在线上无法直接进行商品体验, 店铺通过利用视觉营销进行优化, 利用图片、视频等视觉内容, 让消费者获取信息和感受商品, 达到提升网店的吸引力和形象, 增强商品得竞争力, 从而吸引消费者购买商品。本文分析视觉营销, 在电商运营中应用视觉营销的策略, 提升网店的吸引力和竞争力, 吸引更多消费者关注和购买商品, 进而促进销售增长。因此, 将视觉营销融入电商运营策略中, 对电商业务的发展起到积极的推动作用, 也为电商运营提供新的思路。

[关键词] 新媒体平台; 视觉营销; 电商运营; 策略; 应用

Exploring the Application of Visual Marketing Strategies on New Media Platforms in E-commerce Operations

Zhang Xiaojie

Chongqing Medical College

[Abstract] In order to attract more consumers to pay attention to online stores, visual marketing has become one of the important means for businesses, conveying information, attracting consumers, and influencing their purchasing decisions through visual elements. Consumers are unable to directly experience products online. The store optimizes through visual marketing, utilizing visual content such as images and videos to allow consumers to obtain information and feel the products, thereby enhancing the attractiveness and image of the online store, enhancing the competitiveness of the products, and attracting consumers to purchase. This article analyzes visual marketing and applies visual marketing strategies in e-commerce operations to enhance the attractiveness and competitiveness of online stores, attract more consumers to pay attention to and purchase goods, and thereby promote sales growth. Therefore, integrating visual marketing into e-commerce operation strategies plays a positive role in promoting the development of e-commerce business and provides new ideas for e-commerce operation.

[Key words] new media platforms; Visual marketing; E-commerce operation; Strategy; application

一、引言

在当前数字化时代,随着互联网技术的快速发展和普及,新媒体平台,已经成为电商运营中的必不可少的一部分。在

电商运营中,视觉营销策略是一种有效的营销手段。视觉营销通过精心设计的图片、视频和图形等视觉元素,帮助电商传递品牌信息、展示商品特点,从而吸引消费者进行关注并

激发其购买欲望。新媒体平台,作为视觉内容传播的主要渠道,为电商提供了丰富的展示形式和社交互动机会,为品牌营销和销售提供了更多的可能性。通过有效利用视觉营销策略,结合新媒体平台的优势,电商平台可以更好地吸引目标消费者的关注,提升品牌形象,增强消费者体验,并进一步推动销售增长。在本文中,探讨新媒体平台视觉营销策略在电商运营中的应用,探索其在提升品牌影响力、吸引潜在客户、促进销售增长。将视觉营销融入到新媒体平台的电商运营中,可以带来更多的商业机会和发展机遇。

二、视觉营销在电商运营中的价值所在

(一) 传递更多的商品价值,提升品牌知名度

在电商运营中,视觉营销的重要性不言而喻,视觉营销所反映的内涵,并不只限于商品的外在形象,其主要的核心是传递商品的价值、提升商品的美誉度。随着科学技术的发展,消费者对商品的选择变得更加多元化,在新媒体平台下,通过应用图片、视频和其他视觉元素,将商品优势、特点、功能、技术、质量、工艺以及售后等当面的特点,直观地呈现给消费者,帮助消费者更好的了解商品,提升对商品的信息和满意。在页面中展示已购买者的全面和真实的评价反馈,更具有说服力,增强商品的市场竞争力。这种视觉营销,帮助商家实现品牌和销售业绩的提升,也推动了消费者的体验度。

(二) 重视眼球效应,增强销售

人类的大部分活动都是依靠视觉来进行的,而视觉是一种很大程度上影响着消费者在购买商品时的决策判断。商家用精美的图片、引人入胜的视频和视觉效果,来吸引消费者的注意力,从而获得更多的人气,在竞争激烈的电商市场中,具有引人注目、美观的视觉内容的电商平台,就可以脱颖而出,可以吸引更多消费者访问,有了访问流量,就会有交易量。视觉营销也要与人的视觉习惯相吻合,将主要宣传的商品放在最显眼的页面位置上,如放在更容易被消费者注意到的地方,这样就有利于商品的销量。注重眼球效应,对提高销售,是视觉营销在电商运营中的核心价值,为电商平台的成功和持续发展提供了有力支持。

三、新媒体平台视觉营销在电商运营中的应用分析

(一) 做好网面设计

在电商运营过程中,网页设计要有创意才能起到很好的宣传效果,有创意的页面设计,通过展示详细的商品信息、有愉悦的用户体验、才能吸引消费者的注意力、和引导消费者完成购买。因为消费者不能直接触摸到商品,对商品的直观感受是来自网站页面的展示,精心设计的网页在很大程度上是可以直接影响消费者的购买决策。网页设计在整体布局中,划分出不同的层次,满足消费者对商品的美感、个性化等要求,运用视觉、图像、色彩等方式,给消费者在视觉、感知等多维度的体验,引起消费者的兴趣,让消费者乐意多停留在网页,对商品有更多的了解,达到增强浏览时间,实现销售和市场的的影响力,也能增强消费者与平台之间的互动。网页设计要简洁明了,将重要信息突出展示出来,让消费者能快速找到想要的商品。在电商运营中,商家要注重网页的页面设计,并不断的优化和改进页面的布局、视觉元素以及用户的体验,这将有助于提升品牌的形象,提升消费者的体验,达到销售额的增长,并减少用户的流失率。

(二) 做好文字的视觉营销

尽管视觉元素中图片、视频等元素,在吸引用户注意力方面起到很重要的作用,但文字元素也是信息传达的关键。在电商平台上,文字的运用不仅可以提供商品的详细描述和特点,还可以传达品牌理念、引导消费者行为以及提供购买指导。针对商家不同的商品,对商品的标题、标语、商品介绍进行设计时,要运用排版、颜色、字体变形和美术文字等元素,使商品在页面中脱颖而出,吸引消费者的眼球。使用生动、具体、有吸引力的文字描述,强调商品的独特之处以及与消费者需求,传达商品的关键信息,营造视觉层面的吸引力,引发消费者的注意力和认可。精准、简洁而有力的文字表达,帮助用户快速了解商品特点和优势,激发消费者的购买欲望,将浏览者转化为实际买家,促进购买决策的形成。比如,在文案的设计中,可以用标题等方式来吸引人们的注意力,让图片与文字的视觉完全结合起来,再加上一些流行

语、热搜词,来凸显出商品的优势。通过创新的广告文案,让商品或服务在消费者之间进行口碑传播,充分发挥营销的效果,增强新媒体平台下的品牌传播力。商家要对字体进行持续的优化,将其与新媒体平台的网页设计完全结合起来,用不同的字体、明确的识别性和引导性,让整个文字的设计更加美观、有特色,让商品自身的个性和品牌的优势特点得到进一步的强化。

(三) 商品品牌定位的视觉营销

在电商运营中,商家在对商品进行视觉营销时,要确定自己的商品定位,商品的目标市场是什么,不同的消费群体具有不同的消费能力、购物习惯和喜好,商家基于客户需求,确定商品在市场中的定位和定位策略,来满足消费者的需求。对商品在形象设计、包装设计、广告海报等,有效展示商品的特点和优势,将商品的核心价值和形象传达给消费者,让商品品牌定位的有效传播,吸引目标消费者的注意力,激发购买欲望,推动销售额的增长。针对不同的消费者群体,要采用差异化的品牌策略,比如,将商品的目标消费者群体定位为企业白领,那么后续的视觉营销设计,应该紧密围绕这一群体展开,在店铺设计中采用都市风格,强调商品的商务功效和时尚特点,在商品包装上,选择适应办公环境的便捷独立包装形式,这样会更受消费者的欢迎。一旦明确商品品牌的定位,在商品推广中找到最佳的推广渠道,吸引消费者的关注,达到精准营销的效果,避免资源的浪费。

(四) 商品在展示中的视觉营销

在线销售商品时,商品展示页面(如店铺首页、详情页、自定义页面)对于转化率和变现能力至关重要,就像实体店内销售一样,线上商品页面也需要巧妙引导消费者,让消费者感受到商品的吸引力,促成购买的决定。商家在对商品进行设计图片、布局和素材时,要选用符合商家商品品牌的字体、色彩,使网页的样式保持一致,产生一种整洁、协调的视觉效果,提升商品的整体品牌形象。对商品进行展示时,要选用质量高、背景简单的商品图像,保证整个图像的清晰度和亮度,使商品得到更好的显示,从而抓住消费者的注意

力,通过文字和图片的形式来展现商品信息,解答消费者的问题,从而达到促销的目的。为迎合不同消费者的需要,针对不同的品类,为消费者量身订做内容来满足要求,并对图片尺寸的控制,保证网页载入的速度与视觉效果,提高用户体验。使商品展示更具吸引力和实用性,就能更高的促进消费者的购买行为,提升转化率和变现能力。

四、结语

综上所述,随着互联网的飞速发展,越来越多的消费者在购买商品时会更关注视觉效果,新媒体平台电商必须将视觉营销更好地结合起来,才能提质提升品牌、商品和服务在新媒体平台电商运营中的影响力和竞争力。为此可以采用多种视觉营销方式,做好网面设计、做好文字的视觉营销、商品品牌定位的视觉营销等方法,从多角度促进视觉营销。本文探讨新媒体平台视觉营销策略在电商运营的应用,帮助电商在激烈的市场竞争中取得优势,促进电商的可持续发展。

[参考文献]

- [1]肖博,贾已昭,李英瑶.新媒体平台视觉营销策略在电商运营中的应用[J].财富时代,2023(05):73-75.
 - [2]麦海森.视觉营销在电商运营中的应用[J].环球市场,2018(32):136.
 - [3]陈晓霞.大数据背景下浅析视觉营销在跨境电商运营中的应用[J].中外交流,2021,28(1):936-937.
 - [4]张芳.大数据背景下探究视觉营销在电商运营中的应用[J].商场现代化,2022(1):59-61.
 - [5]舒祥荣,黄玉淑.浅议电子商务时代下视觉营销的实际应用[J].教育教学论坛,2019(18):247-248.
- 作者简介:张筱婕,女,1986年4月,重庆医药高等专科学校,讲师,硕士研究生,重庆市涪陵区,医药市场营销、医药电子商务。
- 感知价值对药店用户满意度和忠诚度的影响研究——以重庆市主城区实体药店为例 重庆医药高等专科学校2021年科研项目 项目编号 ygz2021207。