

数字化改革背景下义乌跨境电商企业视觉营销能力提升策略研究

徐莉丹 俞芳芳 陈晓霞

义乌工商职业技术学院

[摘要]随着人们生活水平的提高与信息科技的快速发展,互联网改变着人们的生活方式与消费形态,消费者对产品的体验和服务也提出了更多的需求。伴随经济的全球化,跨境电商成了当下最热门的购物方式之一。跨境电商的出现给国内消费者精选全球商品带来便利,而消费者对跨境电商的信任成为其生存与发展的一个关键因素。本课题试图通过跨境电商购物服务的设计提升其用户信任度,以此来提升跨境电商的消费者粘度,进而提高跨境电商的经济效益。通过分析基于跨境电商的义乌企业视觉营销能力提升的必要性,重点剖析了当前基于跨境电商的义乌企业进行视觉营销的困境,进而提出了义乌出口企业利用跨境电商平台进行视觉营销的应对之策。

[关键词]数字化;义乌;跨境电商;视觉营销;策略研究

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.2721

引言

随着市场跨境电子商务的增加,发展跨境物流的需求变得越来越多样化。我国跨境物流发展缓慢,整体发展水平落后,缺乏基础设施、物流运输成本高、效率低以及缺乏熟练专业技术人员等问题正阻碍着跨境电子商务的发展。因此,如本的上涨,利润率一直处于压力之下。因此,义乌跨境电商发展已经迫在眉睫。视觉营销有助于创建义乌跨境企业品牌的独特形象,加深对义乌商品公司品牌的记忆,通过视觉流程引导客户,提高交易量。

一、视觉营销概念和作用

视觉营销简称VMD,通过标识识别、空间展示、包装设计、平面设计、网页设计等维度塑造品牌个性。在真实的店铺中,视觉冲击力对消费者来说是强大的,创造了具有强烈心理冲击力的购物环境,视觉营销是所有零售公司的重要营销工具。视觉营销使用视觉设计语言,即视觉传达技术,以非语言的方式与受众进行沟通,以吸引消费者的产品,吸引兴趣,创造同理心并进行组合,在品牌与消费者之间建立情感联系,传达品牌促销的理念。

视觉营销的主要作用是形象区隔化。首先,使用视觉传达和视觉识别向消费者展示产品的特征和特点,并引导他们产生兴趣。可以结合之前的经验和认知,给产品留下总体印象,并根据自己的理解进行购买评估和评价。其次,创造场景和氛围,吸引目标,传达品牌理念,留下深刻印象,创造情感联系和价值认同。视觉营销的目的是突出中心,吸引注意力,启发理解,引导体验,创造流畅的视觉消费过程。

二、跨境电商概念

跨境电子商务是基于互联网发展的新背景,不同地区的贸易主体可以通过在线平台购买、销售和支付购买货物,并通过跨境运输货物完成交易。跨界电子商务平台是一个为个人和企业提供在线交易的平台,是互联网交易的虚拟网络空间,是保证交易安全顺利进行的管理环境。企业可以利用跨境电子商务平台提供的基础设施、支付平台、管理平台等共享资源,以较低的成本开展业务。

三、义乌跨境电商企业视觉营销策略

(一) 加大基础设施建设,SI特色设计落实到品牌

跨境物流信息共享平台若想要顺利运营,是需要义乌购平台、有关的物流部门和社会上的一些企业共同努力协作才能达成,这就突显了义乌当地政府协助的重要性。考虑到预算和商场规划等原因,一般终端店铺每隔4年左右才会做一次重装,所以每一次产品设计的升级,都需要经过谨慎思考和反复测试过,在视觉表现上要有突破性的变化,不要盲目跟从市场,投入大量资金却没有质的提升。需要和加盟代理商提前签订好合同,定期做终端形象升级,并予以一定的奖励鼓励。要想用更突出的视觉营销元素进行品牌区隔,可将SI里的第一眼视觉营销因素的任意一到两个点,作为重点进行极致演绎,能帮助义乌跨境企业打造更具明显标识性的品牌空间识别效果。天花板和地面是绝大多数连锁品牌省略设计的地方,百货、购物中心的空间有限,以及此视觉区域对消费者产出价值较低也是被忽略的主要原因。义乌跨境企业若能在天花和地面进行造型和色彩的个性化品牌设计,在重点渠道进行推广,会比较容易在SI设计上和众多品牌区隔开,是终端视觉呈现区隔化的捷径。破常规,运用更多艺术手法,让商店成为了街边的艺术品。对于大部分百货类零售终端,可以简化其在高端百货和购物中心的外立面设计,提取部分经典元素进行简化,方便终端的统一、规模化执行。

(二) 创新物流人才队伍,完善视觉流程打造

在各行各业人才都是不可或缺且最为关键的资源,由于跨境物流业务的复杂性,对义乌购平台管理人才队伍的建设也提出了更高的要求。义乌购要完善人才管理机制,建立人才的招聘、培训、考核体系,组建一支专业性强、能力高的战队,为平台跨境模式长久稳定的发展提供人才保障。商品的特征是高介入、感性,消费者是被充分打动继而产生消费欲望的。顾客的消费行为遵循AIDMA法则,只要视觉流程上可以满足顾客购买过程中相应的需求,就可以促进销售。要想实现完整的视觉流程,就要进一步安插各个模块到卖场正确的地方,即所有陈列模块的串联、整合、再审视。在SI设计时,动线和视觉流

程的打造是弱项，需要在厅店陈列阶段进行弥补。陈列技术的标准，遵循美学营销和格式塔心理学。人们对线条、色彩、造型等元素有感知和判断。审美，大众审美，帮助人们找到最舒适、愉悦的视觉呈现方式。终端厅店，需要留住人，好的格式塔能帮助提升顾客的舒适感，陈列时多使用三角平衡、对称、均衡等美学标准，需要吸引目光，可以用不对称、夸张等不完美的格式塔来达到视觉吸引的效果。所有的设计理念创新和落实需要建立在完善的人才培训机制之上，建立有效的集团员工培训体系。根据对业务了解的不同程度对员工进行分开培训，对于了解较少的员工可以邀请在跨境物流领域内的专家学者，了解更多的相关信息，对其他员工可以让他们接触最新的物流操作系统，学习最新的视觉营销策略，与时俱进的跟上跨境物流与视觉营销策略的发展。

（三）完善信息管理系统建设，精细商品企划

由于义乌购跨境电商平台原有的信息系统不足以支撑新兴的跨境电商物流业务，因此需要完善其信息管理系统，以满足未来跨境物流业务多方面的需要。重新制定品牌的商品企划，不仅仅是商品设计层面的，还需要参考渠道和SI的特点，制定出能和终端店铺一起完美呈现的商品结构。建议在做商品企划初期方案时，陈列人员、销售核心人员一起参与，给到合理建议。商品陈列是品牌上游所有流程在终端的结果呈现。商品企划决定了上游商品的品类架构、款式数量、价格带分布等，必须和CIS系统相统一，才能保证商品陈列对品牌理念的正确传达。商品企划还需要参考不同品牌的主要销售渠道。商品营销企划，需要实时跟进商品在零售终端的进销存数据，及时进行调整和调控，关注商品生命周期，定期进行活动促销，保证商品的高流转、高动销、高售出。营销企划在日常的商品调拨调配过程中，还需要遵循终端店铺的陈列需求，保证商品系列的完整性，以及色彩组合搭配的合理性。每期做好商品回顾和总结，为下一次商品企划做数据和经验积累。在多元化共享物流模式运作的过程中，商品从国内向海外的运输过程都是由义乌购的跨境物流系统来进行。物流信息系统的运作能够帮助义乌购高效处理巨大的物流订单和其他业务，一定程度上提高了义乌购跨境物流的运作效率，同时缩减了物流成本。

（四）加强平台技术保障，提高数字营销投入

在技术支持方面，由于义乌购平台中资源的多样化，涵盖了互联网资源、物流信息资源、数字化资源等等，从而导致平台中所有的资源相互交错，容易产生混乱。数据源的广泛性和信息共享平台的形式多样，使得义乌购平台需要最新的先进的数据处理技术，以确保及时、有效地对平台上收集到的数据信息进行分析处理，让每个从义乌购平台取得信息的主体，都不会遇到任何问题。加快进度，重建、优化新品

牌的官网，并结合商品交期、节假日活动以及优势大类等给到显眼的大片形象展示。线上官网有清晰方便的线下厅店查询体系，包含厅店地址、公交方式、形象照片等，帮助引流到线下。制定一定比例的新款销售任务到网络销售渠道，线下邻近实体店协助库存供给和快递服务。一定比例的新款推广，改善消费者获得的义乌跨境商品品牌都是款式老旧、打折货品的信息。所有网络页面主画面以当季推广大片为主，统一义乌跨境企业的线上形象。加强线上线下联动，根据商品上货交期制定统一活动方案，比如开季新品买赠活动等，利用微博、微信等提前在线上预热，打通微购物，线下店铺提供试穿、快递等业务。

结束语

近年来，世界氛围上的跨境交易活动对促进义乌小商品跨境出口贸易发挥了重要作用。在购物过程中视觉刺激占据更大的比重，因此视觉营销在现代实体商业竞争中尤为重要。通过对义乌跨境电商交易的研究，通过构建系统化的物流模型，实现义乌商品、义乌购物流仓储中心、国外卖家之间的信息交流与共享，为跨境电子商务平台的物流管理提供更多的理论支持。改变了落后的管理理念，将产品增加到研发中，以优质的定制产品吸引客户，以良好的购买体验和售后服务吸引客户，实施品牌长期发展战略。本文结合义乌购跨境企业的视觉营销管理进行分析，从全面的理论到实际操作，总结规律，以期能帮助更多企业利用视觉营销策略打造具备竞争力的购物体验。

参考文献：

- [1] 华国振, 姚佳忆. “一带一路”视角下义乌跨境电商发展策略研究[J]. 商业经济, 2021(11): 88-89+180.
- [2] 何芳. 基于视觉营销的电商推广图吸睛设计探究[J]. 广东职业技术教育与研究, 2021(03): 28-30.
- [3] 马胜铭. 基于电商视觉营销的服饰类店铺页面研究——以恒源祥官方店铺为例[J]. 现代商业, 2021(08): 79-82.
- [4] 田晓燕, 黄东斌, 张婷婷. 数字化背景下我国跨境电商企业智能运营策略分析[J]. 2021.
- [5] 严厚雁. 跨境电商背景下义乌饰品产业集群现状与对策研究[J]. 经营管理者, 2017(19): 270-271.

基金项目：2021年浙江省大学生科技创新活动计划暨新苗人才计划 项目编号：2021R475005

作者简介：

徐莉丹，女（2000.12——），汉族，浙江杭州人，义乌工商职业技术学院 应用英语专业学生，研究方向：创新创业