

5环设计法

快速挖掘产品与大促突破点的解构化设计思维

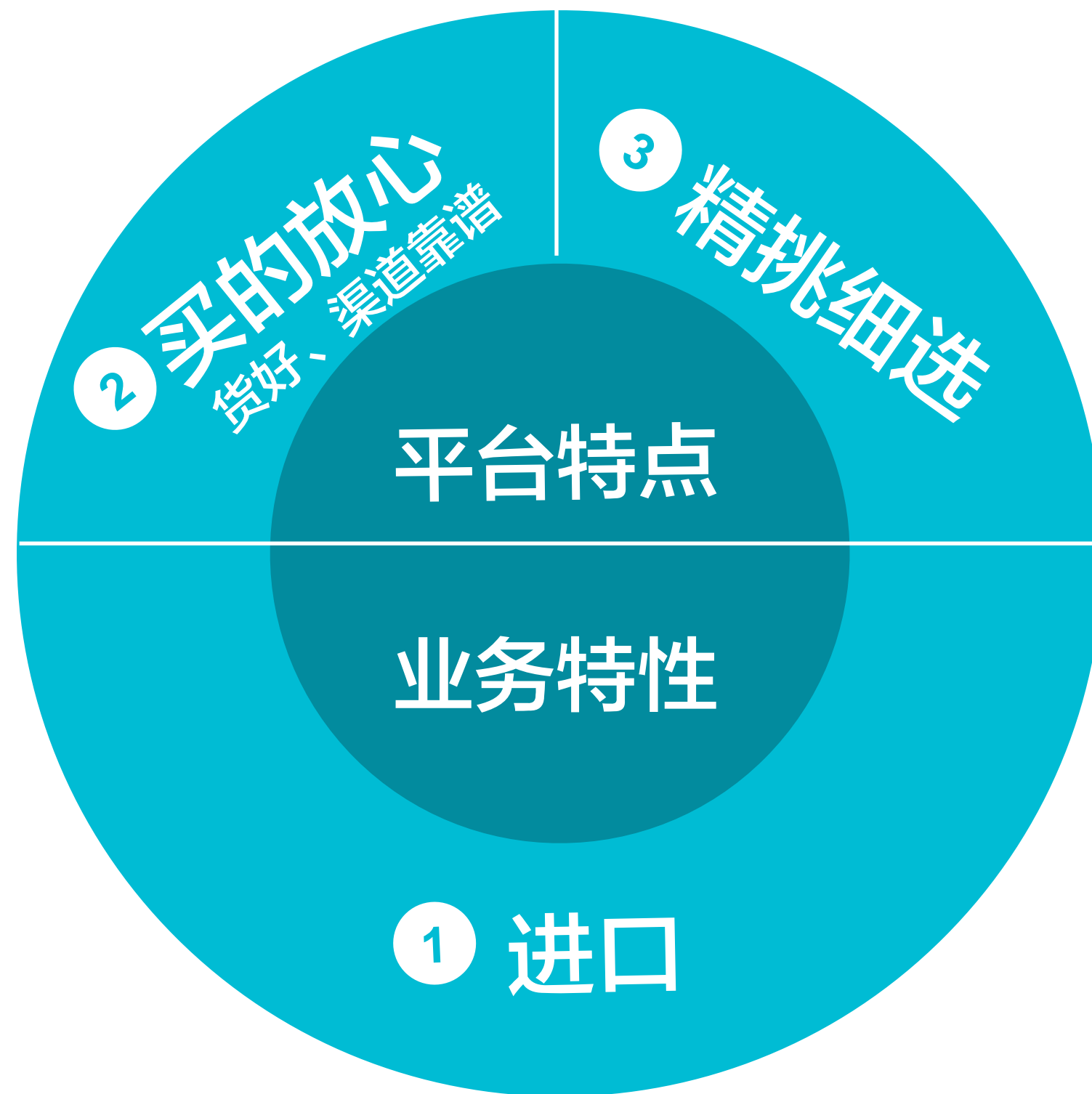
霏嫣

从一个案例说起...

营销平台 进口商品

7天 = 想法到上线

核心传达心智



核心传达心智



1 进口 看吧！我们真的都是外国货！

1. 渠道



美国 品牌直供

杭州保税区发货

Coppertone水宝宝儿童防晒
400ml 大瓶装
防晒抗辐射 零刺激 超防水

¥ 265.00
¥ 170

Costco同价
46235件已售

供货方式 + 发货方式

- 超市直采
- 品牌直供
- 产地直销
- 保税直达
- 海外直邮

国旗

国家名称

核心传达心智



2 买的放心

1. 渠道靠谱 —— 我们的渠道绝对靠谱，放心买吧！



美国 品牌直供

杭州保税区发货

Coppertone水宝宝儿童防晒
400ml 大瓶装
防晒抗辐射 零刺激 超防水

¥ 265.00

¥ 170

Costco同价

46235件已售

保税区合作

跟集团直接合作

Countdown同价

急速免税

2 买的放心

2. 货品内容好 —— 简单直白阐述：是好货，值得买！

1.0 规范

图片

2.0 透明图系统合成



文案

文案池

↑ 商家输入

1.0 规范

- 品牌+名称
- 规格
- 卖点

核心传达心智



3 精心挑选

帮你挑选全球当地最值得买的好货!

发现各地最值得买的好货



各个国家什么值得买



3

精心挑选

特卖：限时限量限价
流量集中：卖的多

TOP榜单

TOP
1



德国品质 值得信赖

Arla爱氏晨曦 全脂牛奶200ml x 24盒

[德国] 品牌直供 国内现货

¥128.00

¥39.9

热卖 6233件

TOP
2



无蔗糖好吃不怕长肉肉

【买2减3】可瑞安小苏打饼干56g x 8盒

[韩国] 品牌直供 国内现货

¥69.90

¥29.9

热卖 4298件

TOP
3



酥软到心化

印尼进口丽芝士纳宝帝威化饼干145g x 6盒

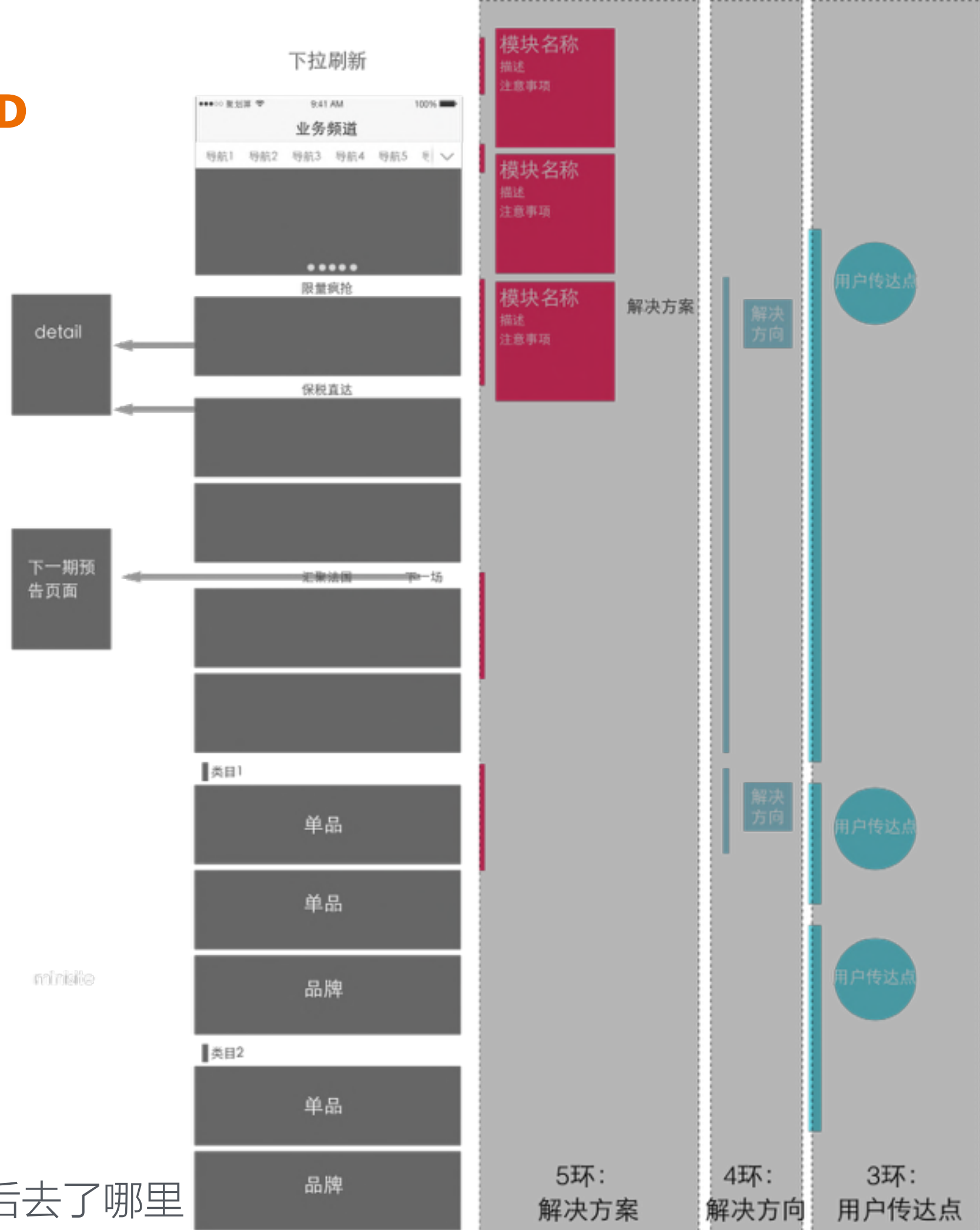
[印度尼西亚] 品牌直供 国内现货

¥79.80

¥29.9

热卖 3452件

框架设计



页面中有哪些模块，点击之后去了哪里

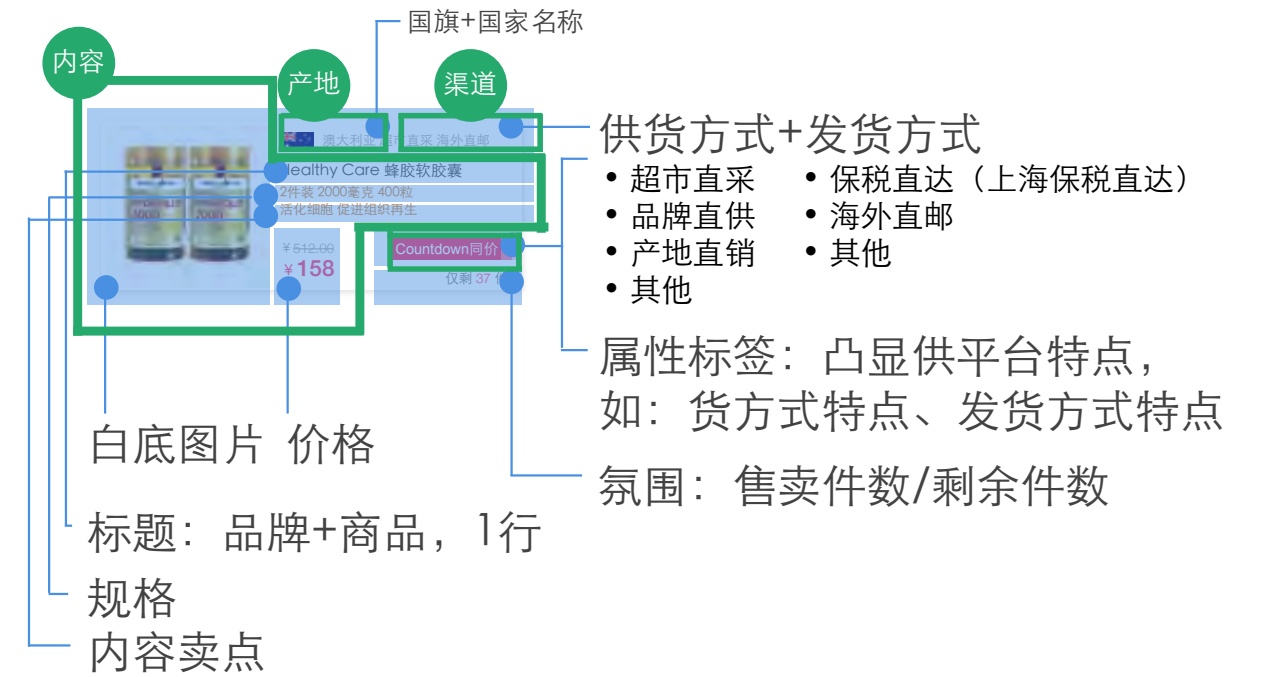
模块设计

detail

下一期预告页面



坑位设计解构



视觉设计



S4. 后续准备

to do list:

- 数据衡量指标确认，与用研、BI对接；
- 数据埋点设计 & 与开发对接；
- 状态补充完整：预告、在售、卖光了、已结束；
- 极限状态补充；
- 设备适配；
- Uncheck；
- 下拉刷新设计；
- 页面底部设计；
- 素材规范与推广组对接；
- 后台素材修改与后台交互设计师对接（规范+正例+反例+引导文案）；
- 上线邮件设计；
- 新手引导；
- 应急方案设计 & 处理；
- AB testing；
- 上线后数据分析。

数目埋点设计：

S4数据相关

a. 埋点梳理（tms区+建站区， banner、限量抢购是tms区， 保税直达、汇聚是建站区。建站区从f0

站点.页面 = w-608.7719685

1. 类目锚点模块

需要埋点

2. banner模块

spm : 站点.页面.banner.位置

3. 限量抢购模块

spm : 站点.页面.limitedf*.位置

4. 保税直达模块(从保税直达开始，直接系统默认f0开始计算，依次向后跟所有类目一起向下排)

spm : 站点.页面.taxf*.位置

5. 汇聚模块

spm : 站点.页面.countryf*.位置

6. 类目模块

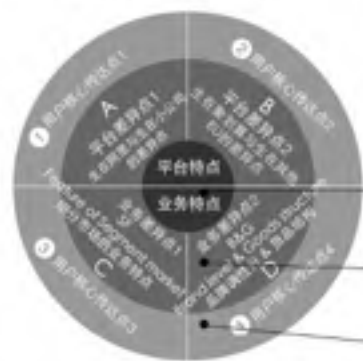
商品spm : 站点.页面.shipinf*.位置

品牌spm : 站点.页面.categoryf*.位置b

站点.页面.shipinf*.位置

5环设计法

S1: 业务核心定位 (3个圈)



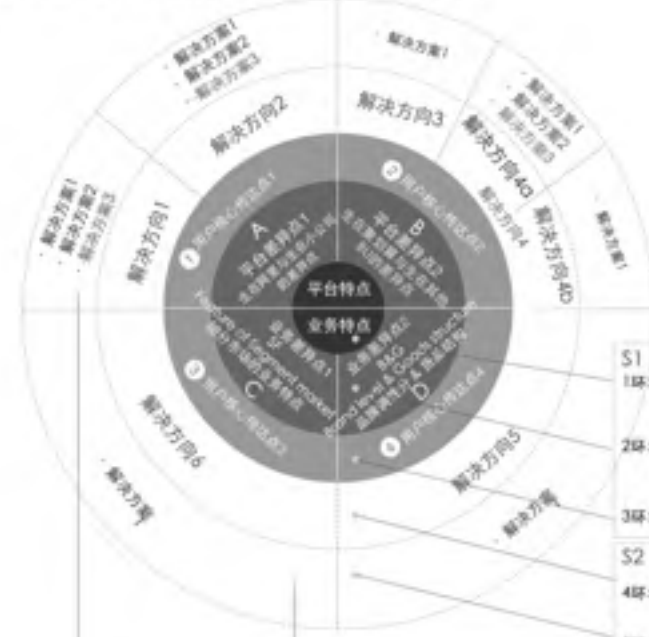
S1
 1环: 分析的维度, 可以先用平台特点与业务特点
 | 参考“中核指导手册”
 2环: 核心差异点 (由内核的维度分析出来的差异点)
 | 只是转化, 不是引导
 3环: 核心传达点/定位 转变为买家语言 Position

2环 推导手册:

平台 (生长环境, 外因) 平台 =/= 调 Strength, 即优势, 本公司的强项在哪里?	业务 (垂直行业商业特点, 内因)
<p>生在阿里与生在小公司的差异点如: 全球精选 V.S. 淘选</p> <p>Powerful, 可以...</p> <ul style="list-style-type: none"> 直接与品牌商合作 有足够的资金... (建立仓储, 质检...) <p>优势: A</p>	<p>生在聚划算与生在天猫, 淘宝的差异点为什么要把这个业务生在聚划算? 如: 全球精选 V.S. 淘选</p> <p>S (Segmentation) 细分市场, 确定市场细分切入角度, 本细分市场业务特点</p> <p>细分市场切入角度: 特点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 从售卖方式切入 — 此售卖方式的特点 如: 多件包件, 早买早送, 品牌 从品类切入 — 此品类的特点 如: 天然美妆, 美妆的特点 从产地切入 — 此模式的特点 如: 全球精选: 进口 (产地, 渠道) 从商品生命周期切入 — 此阶段的特点 如: 淘选: 淘选: 淘选: 淘选 从心理变量切入 — 此观点的特点 如: 消费观, 生活观 <p>细分市场切入角度: 特点:</p>
	<p>S & G Brand Level (品牌溢价) & Goods Structure (货品结构) 特点</p> <ol style="list-style-type: none"> 品牌溢价 Brand Level 如: 著名品 (5分以上) V.S. 非著名品 (4-5分) V.S. 品牌溢价 (2-4分); 品牌溢价: 最著名的大众品牌 PAO; 货品结构特点 Goods Structure 如: 品牌: 品牌-品牌为主的 日常生活类消费品; 日常大牌 (品牌-品牌为主) V.S. 全球精选 (品牌-品牌商品) <p>品牌溢价: 货品结构特点:</p>

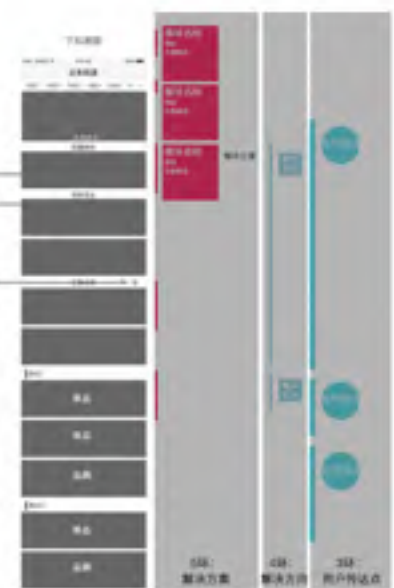
S1 价值定位

S2: 方案设计(1/2) S2.1 解决方案 (为了要完成核心传达点, 可以做哪些事情?)



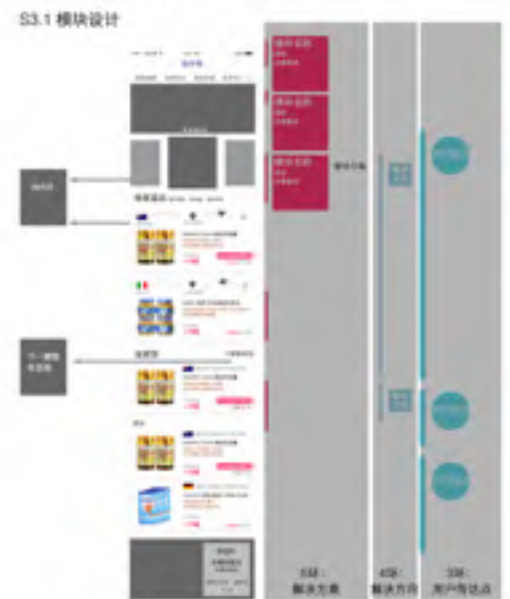
S1
 1环: 分析的维度, 可以先用平台特点与业务特点
 | 参考“中核指导手册”
 2环: 核心差异点 (由内核的维度分析出来的差异点)
 | 只是转化, 不是引导
 3环: 核心传达点/定位 转变为买家语言 Position
S2
 4环: 解决方向 Concept & idea
 5环: 解决方案 action 方案图

S2.2 框架设计 (页面当中都有哪些模块, 每个模块点击之后去哪里)



S2 框架设计

S3: 模块设计(2/2)



S3 模块设计

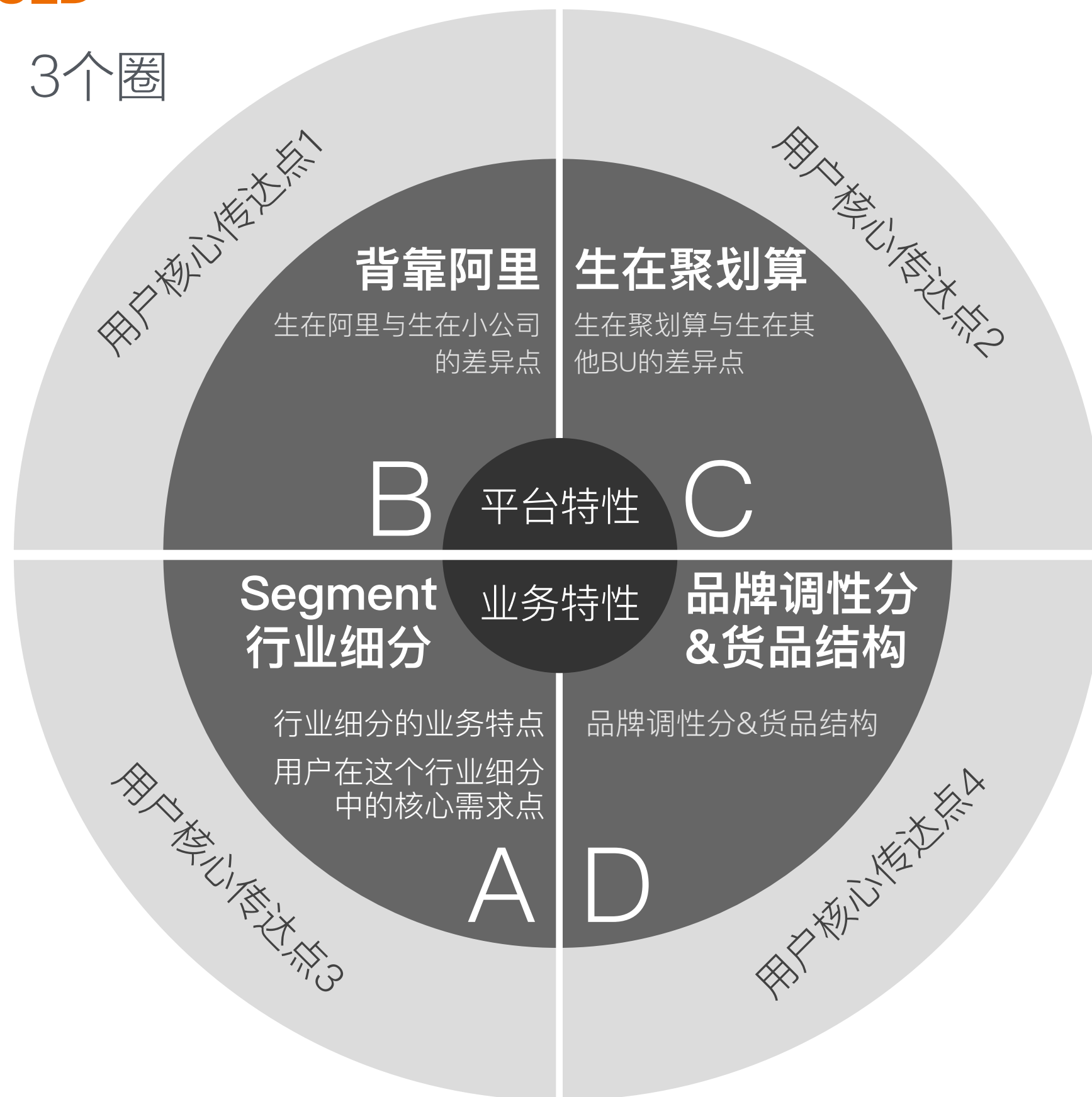


S4 后续准备

- 数据衡量指标及与用研、BI对接;
- 状态补充: 预告状态、卖光了状态;
- 极限情况处理补充;
- 入口弹窗及设计;
- logo设计;
- 下拉刷新;
- 素材规范与推广组对接;
- 后台素材修改与后端交互设计师对接 (规范+正例+反例+引导文案);
- 底部内容展现;
- 上线邮件设计;
- 交互、视觉 设计过程沉淀;
- 视觉设计组件化;
- 新手引导;
- 主观反馈收集;
- 应急方案处理;
- AB testing;
- 上线后数据分析;



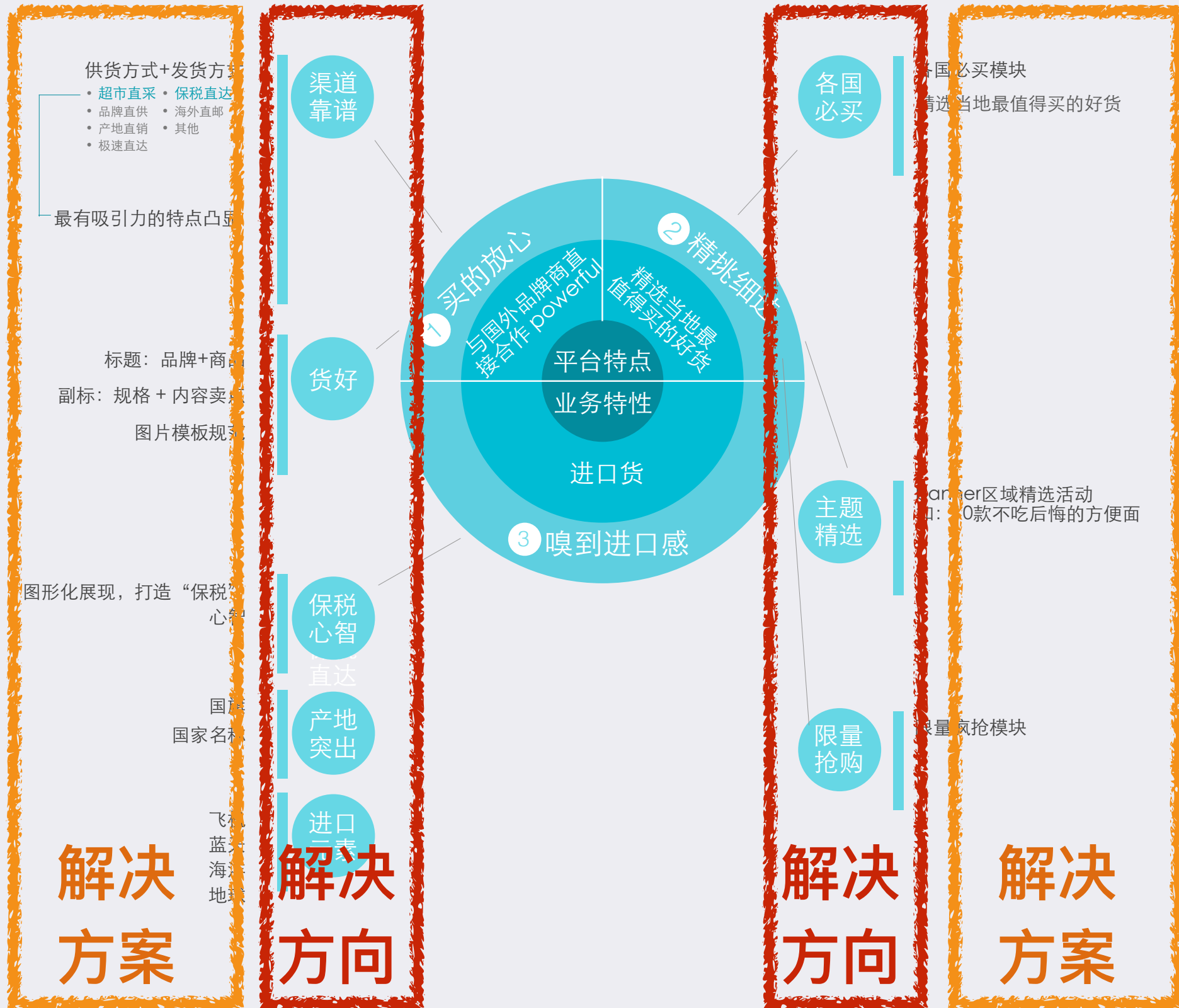
S1. 价值定位 3个圈



S2. 方案设计

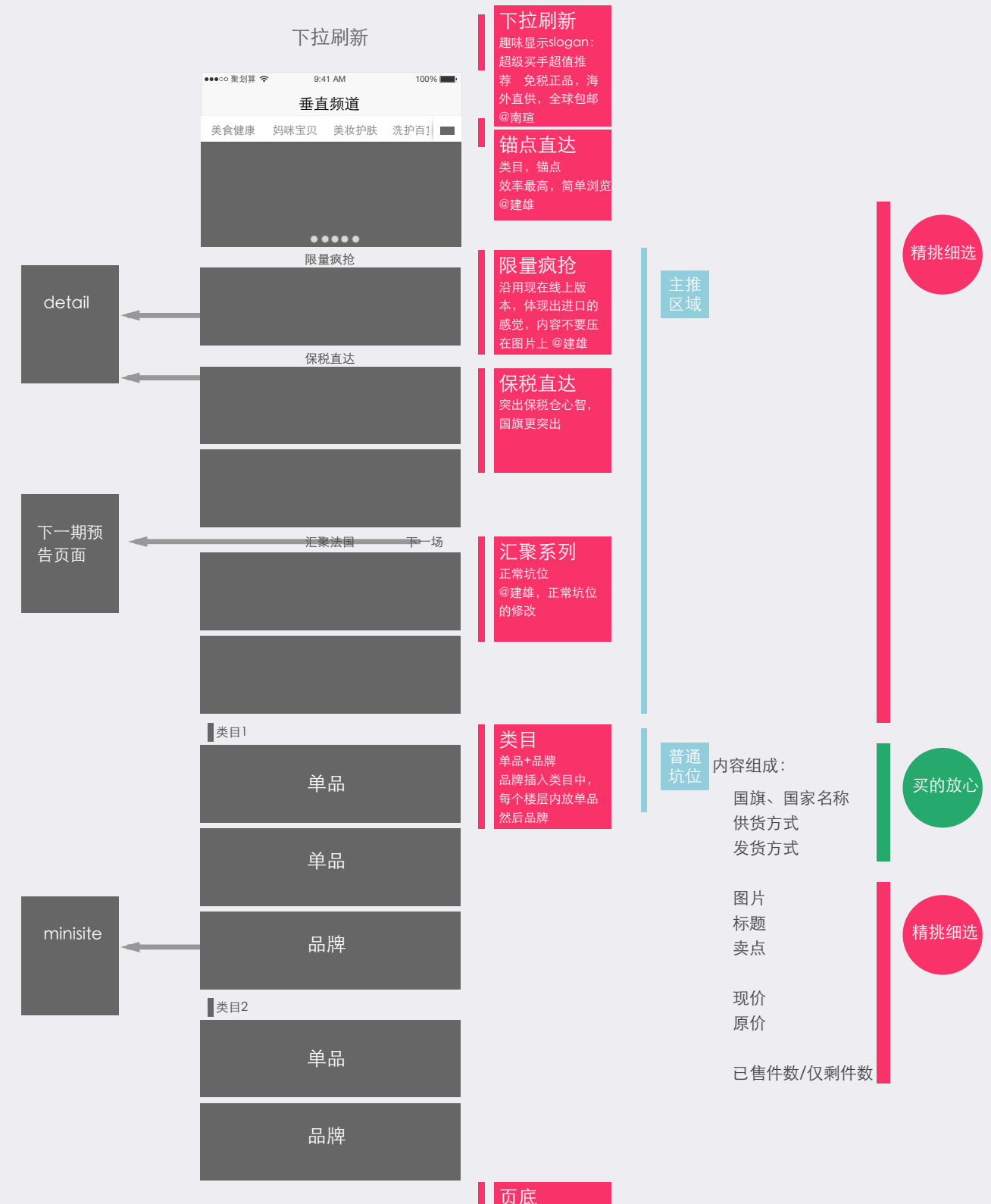
S2.1 解决方案

(为了要完成核心传达点, 可以做哪些事情?)

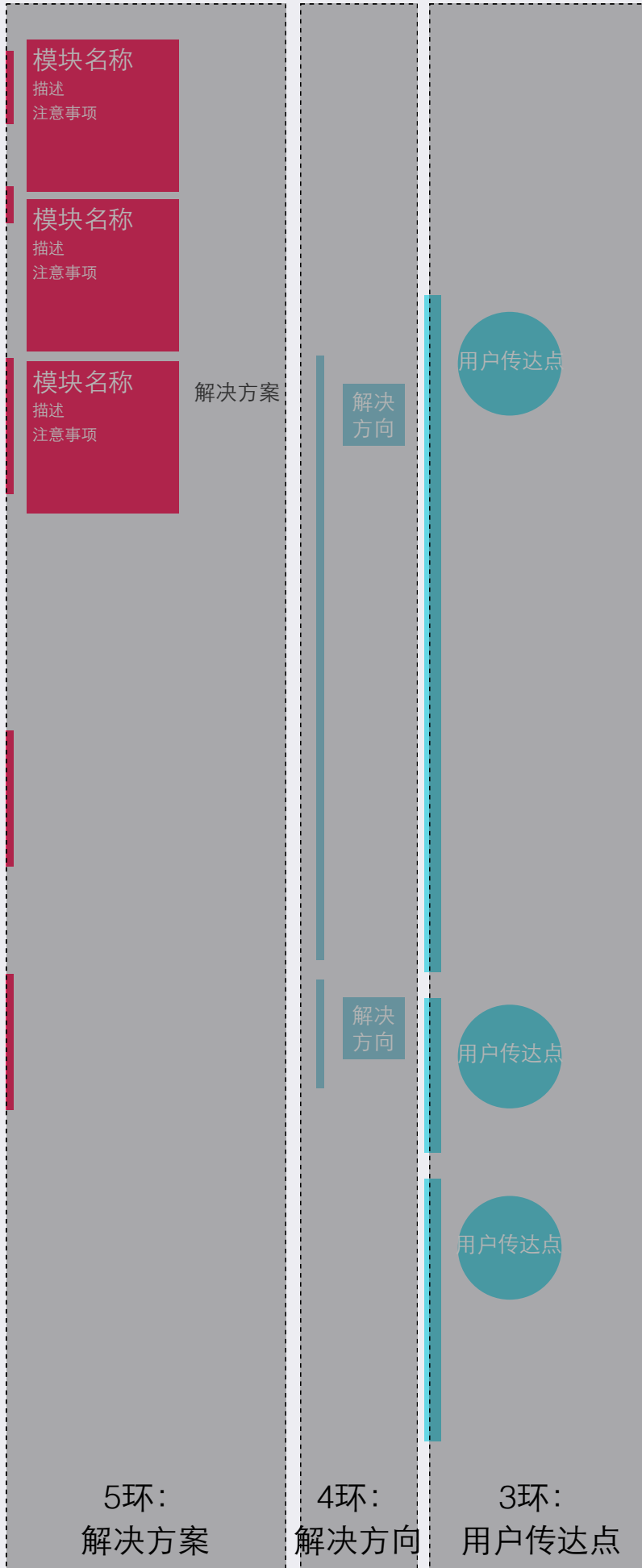


S2.2 框架设计

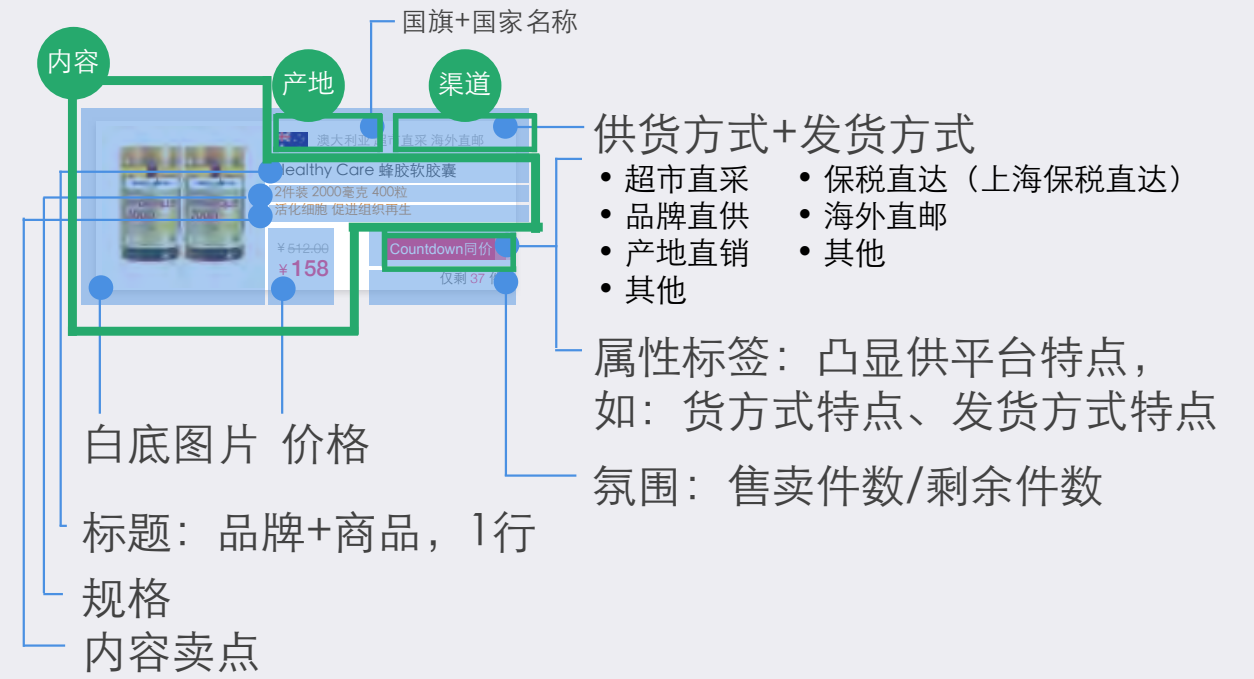
(页面当中都有哪些模块, 每个模块点击之后去哪里)



S3. 模块设计



坑位设计解构



S4. 后续准备1/2

to do list:

- spm埋点梳理列表&与前端开发对接;
- 数据衡量指标及与用研、BI对接;
- 状态补充: 预告状态、卖光了状态;
- 极限情况处理补充;
- 入口盘查及设计;
- logo设计;
- 下拉刷新;
- 素材规范与推广组对接;
- 后台素材修改与后端交互设计师对接 (规范+正例+反例+引导文案)
- 底部内容展现;
- 上线邮件设计;
- 交互、视觉 设计过程沉淀;
- 视觉设计组件化;
- 新手引导;
- 主观反馈收集;
- 应急方案处理;
- AB testing;
- 上线后数据分析;

数目埋点设计:

S4数据相关

a. 埋点梳理 (tms区+建站区, banner、限量抢购是tms区, 保税直达、汇聚是建站区。建站区从f0开始向后排)

站点.页面 = w-608.7719685

1. 类目锚点模块

需要埋点

2. banner模块

spm : 站点.页面.banner.位置

3. 限量抢购模块

spm : 站点.页面.limitedf*.位置

4. 保税直达模块(从保税直达开始, 直接系统默认f0开始计算, 依次向后跟所有类目一起向下排)

spm : 站点.页面.taxf*.位置

5. 汇聚模块

spm : 站点.页面.countryf*.位置

6. 类目模块

商品spm : 站点.页面.shipinf*.位置

品牌spm : 站点.页面.categoryf*.位置b

站点.页面.shipinf*.位置

IXDC

联系方式

官网：ixdc.org

邮箱：apply@ixdc.org

地址：广州市天河区建中路24号2楼

电话：4000-2233-85



关注IXDC官方微信