

电商网站视觉设计应用研究

陈颖

(河南农业职业学院,河南 郑州 451450)

摘要:随着科技信息的发展,电子商务也得到了很好的发展,电子商务网站也不断地增加,电子商务本身便是贸易开展的重要场所,电子商务网站对于企业而言是电子商务开展的重要平台,所以,电子商务网站设计情况会直接影响到购物者对于商品、服务以及企业形象的印象,这便要求我们必须重视电子商务网站视觉设计,根据实际情况和需要做好电商网站视觉设计,从而更好地开展电子商务。

关键词:电商网站;视觉设计;应用

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.06.269

随着社会时代发展,我国电子商务有了很好的发展,这也给社会创新创业更好地进行提供了更多的机会。电子商务市场本身便具有虚拟性的特点,和以往的购物相比,消费者很难直接的了解产品的好坏,只能通过视频或者图片的方式来进行产品的了解。这种情况下,电子商务企业便必须将视觉化语言运用进来,吸引更多的消费者。

1 电商网站视觉设计发展现状研究

1.1 消费者对于审美的要求不断提高

随着科技的发展,受到电商市场的影响,人们的审美能力也有了极大地提高。这种情况下,人们在购物的时候,除了对性能和审美有一定的要求,要求网站设计的时候,视觉效果比较出色^[1]。首先,视觉设计的良好能够让消费者更加的亲近电商品牌,从而让消费者更加依赖和重视品牌。其次,消费者本身的网站审美水平不断地提高,这种情况下,电商网站也必须做好视觉设计,提高自身的视觉设计水准。

1.2 电商企业设计意识有了明显增强

随着电商购物市场环境的发展,电商企业所面临的压力比较

大,很多企业都已经逐步地认识到了做好视觉设计对于企业发展的意义。甚至可以说视觉设计是不是和消费者需要相符已经成为当前电商企业能不能更好的发展的关键。这种情况下,电商企业必须深入地对消费者心理进行全面地了解,更好地了解消费者的实际需要,进行品牌塑造意识的树立,选择那些消费者满意度比较高的视觉形象,提高网站转化率,才能更好地参与到市场竞争中去。

1.3 固有思维和设计模式在一定程度上被打破

通过分析当前电商视觉设计情况可以发现,其形式也呈现出多样化的特点,一些基本功能性的视觉设计已经很难满足当前市场发展的需要,电商视觉设计也呈现出深入和精细的特点,并且电商企业视觉设计的意识不断地增加,以往的视觉设计思维和模式也在逐步地转变^[2]。当前,电商企业比较重视消费者的视觉体验,对消费者视觉感知规律以及购买行为进行了深入的研究,通过网站视觉设计和消费者的心理更好地结合在一起,视觉设计效果也得到了明显的改进,这种情况下,给消费者提供的服务及视觉享受也更加优良。电商网站设计师在这个过程中也进行了设计思维的更新,更加重视视觉设计的个性化和人性化,这也转变了以往电商网站设计同质化严

2 当前电商网站视觉设计存在的问题

2.1 信息堆砌和混乱的情况比较明显

随着电子商务的发展,电商网站视觉设计也有了极大的改观,但是依然存在一些问题和不足,比如有些电商网站视觉设计的时候,盲目的堆砌相关的信息,并没有能够深入分析和研究消费者喜好和实际需要,这也给消费者视觉体验和购物体验造成了极大的负面影响,甚至会给营销效果造成负面影响。电商网站视觉设计方面比较混乱和无序,会导致页面存在乏味和冗长的情况,创新比较少,消费者浏览的时候甚至可能出现负面情绪,消费者很难在较为杂乱的设计中找到自己需要的相关信息,这样不但无法满足消费者审美方面的需要,还会给品牌视觉形象造成极大的影响。

2.2 视觉设计创新不够

当前电商企业更加重视视觉营销,视觉竞争也愈加得激烈,各个电商企业也希望能够通过各种方式来进行网站视觉设计效果的改进,但是通过分析当前情况可以发现企业内部的网站视觉设计人员本身的专业能力比较差,设计师对于电商网站设计非常重要,随着电商市场的不断发展,设计师也逐步的积累了较多的设计经验,但是也只有一部分的设计师认识到了创新在电商网站视觉设计中的重要性,还是存在电商网站设计只重视好看或者跟风的情况,没有深入地对风格进行研究,这也导致了其风格和品牌不适应^[1]。这种情况下,电商企业网站视觉设计效果很难真正的提高。就当前来说,和网站设计有关的资料和教程不断地增加,这不但方便了设计师的学习,也导致了网站视觉设计同质化问题的出现,电商网站视觉特征比较类似,个性化较差,这种情况下,消费者很难对品牌形成较为深刻的印象。

3 电商网站视觉设计应用措施分析

3.1 保证信息传达的精确性

品牌的视觉形象本身便是品牌给消费者传递信息的重要手段,特别是对于刚接触到品牌的消费者而言更是这样,若是品牌视觉设计良好那么能够起到先入为主的作用。电商网站本身的虚拟性比较明显,通过视觉冲击能够很好地吸引消费者。在进行视觉设计完善的时候,需要保证信息传递真正的恰当和准确,保证信息传递和设计能够很好地匹配到一起,将消费者的购买欲望更好的激发出来,这样品牌本身的商业价值才可能提高^[2]。并且,在进行网站视觉设计的时候,必须详细地将品牌的优势、经营理念以及产品类别等直观地展示给消费者,保证品牌信息传递的准确和有效,这样也能够帮助品牌更好的推广。

3.2 重视消费者体验,将其放在中心的位置

随着市场经济的发展,电商企业面临的竞争也更加激烈,这也导致了电商企业更加重视用户的体验,并且,现在人们对于电商交易的模式已经比较接受,对产品的要求也在不断提高。消费者在消费的时候,往往根据自己的喜好和经验来进行信息的搜索,所以,在进行电商网站视觉设计的时候,必须重视消费者的体验,并将其放在中心的位置,这样能够帮助消费者更好的浏览相关的网站,企业也能够更好地了解消费者的心理和需求,从而更好地参与到市场竞争中去,获得更好的发展机会。这种电商网站视觉设计方式,不但能够帮助消费者获得更好地体验,还能够加深消费者对于品牌的正面印象,从而获得消费者的信赖和忠诚。只有这样才能将电商网站的作用更好的发挥出来,企业才能够获得更好的发展,并且,只有企业能够更好地考虑到消费者的心理和需要,才能够将那些随机浏览的消费者变成自己产品的购买者,网站转化率才会提高,电商企业的经济效益也会有明显的提高。

进行电商网站视觉设计的重要目的是为了给消费者提供更加个性和人性的服务,提高消费者的购物体验。这便要求设计网站的时候,设计师必须做好消费者的需求,理解其期望值,并通过视觉设计的方式将这些信息较为直观地展示给消费者,增加其和消费者之间的情感交流,满足消费者审美和功能的需要,增加其购买产品的

概率。此外,做好消费者群体偏好的分析也能够帮助电商企业增加消费者的体验。这种情况下,电商企业必须对自身品牌的优势有一个全面地了解,对消费者群体审美偏好进行全面的挖掘,只有这样才能将品牌优势发挥出来,获得更多的市场。

3.3 通过创新性的语言进行设计

设计语言创新性可以体现在设计形式、设计风格和设计内涵等重要的方面,进行电商网站视觉设计的时候,我们可以把设计语言看成品牌本身的性格,通过创新性视觉设计的方式将品牌本身的特征体现出来,赋予其新的形象和内涵,将消费者的购买欲望和好奇心激发出来。通过创新设计语言还能够提高品牌的生动化和情感化程度,帮助品牌和消费者更好的交流沟通。电商企业可以根据消费者需要、企业经营理念以及品牌优势来进行设计语言的选择,只有电商企业能够对自身的经营发展理念有一个全面的理解,能够深入地理解品牌文化内涵,才能够选择和企业相符合的设计语言。并且,企业对消费者审美、喜好以及心理进行分析,也能够让视觉设计和消费者期望值更加地接近。

3.4 重视网站视觉设计的善意表达

随着电商市场的不断发展,很多电商企业想要更好的发展便必须重视市场占有率的增加,希望能够获得更多的消费者,这种情况下,网站视觉设计各种问题也不断地出现,这不但给市场稳定造成了影响,还直接影响了消费者的利益。这便要求进行网站视觉设计的时候重视善意的表达^[3]。从消费者的角度和利益出发来进行设计,只有这样电商企业才能够发展得更加持续和稳定。善意设计能够帮助消费者进行购物本质体验的还原,能够让电商市场运转得更加良好。所以,对于当前存在的网站视觉设计方面的问题,设计师也必须认真地反思,重视善意的表达,对电商市场发展环境进行维护。

4 结束语

随着社会科技的发展,电子商务获得了很好的发展,做好电商网站视觉设计能够帮助电商企业切实提高其竞争力,让消费者更加的认可这个品牌。特别是随着电商企业竞争的不断加剧,企业必须重视用户需求的挖掘,做好网站视觉设计,在帮助用户获得更好购物体验的同时,帮助品牌切实提高其商业价值。

参考文献

- [1]姚广灿.电商网站视觉设计应用研究[J].西部皮革,2018,40(24):22-23.
- [2]莫玉玲.“互联网+”时代电商网页界面的视觉传达设计探究[J].明日风尚,2018(20):75.
- [3]张宏.电子商务网站界面的视觉设计和信息传达的表现手法[J].大观(论坛),2018(10):66-67.
- [4]贺正悦.电商网站视觉设计与应用[J].时代金融,2018(12):181-182.
- [5]李丹,刘立军.外贸女装跨境电商企业营销过程中的视觉设计分析[J].中国国际财经(中英文),2018(02):291.