

# Glasses Direct: 观看更清晰，体验更真实

——看一家专业的眼睛电商如何做视觉设计

*Look smart, buy smarter.*

GLASSES DIRECT



**Glasses Direct** 是一家位于英国的网上专业眼镜购物网站，其网上销售规模在欧洲处于领先地位。在过去年五年，它的网上销量已经增加了 50%，顾客人数已经突破一百万。近日，Glasses Direct 获得一笔 1600 万英镑的投资用于进一步加强其品牌影响力。英国 **SomeOne** 及其数码子公司 **SomeOne/Else** 近日为 Glasses Direct 更新了品牌形象，改善了网上购物体验，使顾客能够感受到“更加愉快”的购物体验。


# GLASSES DIRECT.CO.UK

设计公司希望在网上的购物能够让消费者感受到一种“真实的体验”及整体品牌形象能够“传达出一种高品质及良好服务”的气息。此次设计包括各种数码平台，同时也重新设计了包装，使其整个品牌形象更加注重于消费者的购物流程。手机网站也已经建立，同样着重于方便消费者的浏览及作出选择，并激发消费者购买之前他们并没有考虑到的产品。

其网站的展示一个主要的亮点是其中采用 **cinemagraphs** 技术的 GIF 图片，该项工作由 **Simon Warren** 负责，**cinemagraphs** 由电影拍摄（动态）及图片（静态）两个词合成，使到在展示产品时，既有静态的视觉感，同时也有细微的动态。**Warren** 认为，这样的展示能够将零售与家庭式的服务气息完美的结合。


在网站上，采用了白色为主调的简约风格，清晰地展示了产品。这一点，确实使到购物体验更加直观。但作为一个经常主动采用新技术的设计公司 **SomeOne**，无论如何，这个项目的最大卖点仍然是这种动态相片。看着这些逼真的动态图片，你确实感觉到一种特别的吸引力，所谓岁月静好，这种带点唯美色彩的产品图片让人感受到一种宁静及温馨。眼镜是一种“静态”的产品，无论是上方的头发轻飘还是下面的几张图片中的细小动态，都与眼镜形成了一种视觉上的对比。唯一让人感觉有点讽刺的是一一至少对我来说一一我留意及寻找那些动态表现占据了我大部分的注意力，而它们要叫卖的眼镜产品，我反而忽略了。





*Look smart, buy smarter.*

GLASSES DIRECT



*Look smart, buy smarter.*

GLASSES DIRECT

新网站的展示界面而开阔，同时照顾消费者在选择时的操作方便。SomeOne/Else 用户体验主管认为，眼镜是一种既注重个性又注重实际效果体验的产品，所以我们的任务就是尽可能将一些框框去掉，以便让消费者顺利地买到他们的产品。

