

拼多多可以做风格店铺吗？如何做？--拼多多店铺代运营全托管

产品名称	拼多多可以做风格店铺吗？如何做？--拼多多店铺代运营全托管
公司名称	杭州邦辰网络科技有限公司
价格	3999.00/个
规格参数	
公司地址	钱塘新区2号大街511号东投新悦广场
联系电话	18969135066

产品详情

拼多多千人千面的流量分配机制下，大量风格店铺应运而生，女装类目尤其突出。原因有二，用户留存与平台场景化的展现方式。

从用户留存方面来说，近年来，平台新用户增速减缓，用户留存问题成为店铺可持续发展的关键。

越来越多的商家趋向发展小而美的风格店铺，丰富商品多样性，以达到增强用户粘性、提升转化与复购的目的。

另外，相比淘宝货找人的模式，拼多多更多是用游戏化场景化的商品展现方式来吸引消费者。

用户往往是被游戏带入到商品页中，消费者与商品、消费者与店铺之间粘性被大大削弱。这种困境下，商家只能利用"品牌"、"风格"圈养私域流量。

由此可见，风格店铺的出现绝非偶然，未来也许会成为网店发展的主流模式，在这样的环境下，打造风格店铺势在必行。

风格店铺的特性

首先，视觉好看且有调性。

不管是你的店铺装修、商品陈列，还是整个VI视觉，都要保持风格统一，包括店铺商品拍摄方式，都是平铺拍摄、挂拍，或者模特拍摄等等。

例如目前女装风格店铺可划分为甜美清新、个性街头、网红名媛、简约通勤、文艺复古、小众特色六大类。

第二，服务的人群是具象且细分的。

因为店铺风格定位越清晰越准确，不论是搜索推荐还是场景推广都能吸引人群。

例如你的顾客群体都是喜欢青春潮牌的学生，系统在推荐时，能够快速捕获这部分人群，进而推送你的强风格店铺商品。

第三，客户至上。

风格店铺一般通过商品和服务将顾客转化为粉丝，形成店铺收藏量。

因此保持与顾客的互动，将只喜欢你店铺风格的顾客通过引导收藏等牢牢圈住，也是考量风格店铺的重要指标项。

如何打造风格店铺？

用户画像

每类商品都有其特定的消费人群，你要能够描绘这个特定的人群具有什么样的特征。

为你的消费者做一个人群画像，可以从性别、年龄、消费层级、行为特征准备。针对消费人群，进行店铺风格装修。

商家后台DMP可以帮助商家准确定位店铺人群，针对用户画像做出相应的调整，比如产品款式。

持续上新

所有的商品都是有生命周期的，特别是服装类目，受季节因素影响较大。

生命周期结束时，一定要保证店铺产品的持续更新。不然，竞品就会取代你的位置或者消费者对产品失去兴趣。

所以为了店铺业绩，就要不断的推新，刺激消费者的购买欲。

但有两点要提醒商家：

1. 不要一次性全部上新，保持上新频率。

一次性上新，如果后续的上新跟不上，就会给系统一个印象，店铺上新活跃度不高。店铺的展现度就会下降。

商家可以做一个计划，比如每周上几款，每个月上几款，固定时间。有利于提升店铺权重。

2. 店铺商品数量少，定期检查。

有些类目款式比较少，难以保持上新节奏。这时店家就需要及时检查店铺商品，哪款销量差，以及转化和流量是怎样的。

如果产品没有问题，而是优化环节出了问题。这时候店家就可以把这个商品删除链接，重新上架。

全方位推广

看过很多店铺，他们都有一个共性问题：流量结构单一且不合理。

流量来源依赖于自然流量、付费推广或者活动。但是做风格店铺，这些没有自己的流量池，很难实现全店热销。

所以建议商家多渠道全方位推广，做到每个渠道的流量都有，同时又能有差异化且受欢迎的商品。

客户传播

在做好其他基础工作后，还要做好客户服务工作，尽可能从细节上完善产品。比如，同样的产品，送一些低成本且贴心的小礼物。

虽不贵，但情意重。顾客认可你的店铺和商品，就会成为店铺的自来水，安利给亲朋好友。

虽然平台目前风格店铺还不是很多，但越是小而美的店铺，越容易积累忠实的粉丝。

毕竟追求个性的人大有人在，比如这两年爆火的"汉服"、"洛丽塔"、"JK服"等等。

以上就是分享的内容，希望对大家有帮助