

拼多多代运营店铺产品降价也没销量怎么办

产品名称	拼多多代运营店铺产品降价也没销量怎么办
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	服务模式:三对一 服务内容:全托管外包 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

相信很多卖家都会陷入一个误区，会认为“我价格越低，就会有越多的用户来购买，提高销量。”然后将自己的产品降价，销量涨幅不高再降，直到降到快到成本价，销量还是上不去。

一个商家降价促销，就会有其他商家也跟着降价，逐步转变成为“打价格战”。打价格战不仅会压低商家的利润，还会影响整体行业陷入不正常的竞争关系。

在价格战的情况下还想要盈利，对于商家来说无非就是两种情况，要么是冲量，要么就以次充好。如果价格战销量还上不去的话，还想要盈利就只能是以劣质品来替代，对店铺的后续发展有很坏的影响。

其实关于这个问题我说过挺多次了，虽然价格很重要，但我们要知道，现在拼多多是千人千面，根据不同用户的消费情况会有不同的消费层级。不同消费层级的用户对于一款产品的接受程度都是不一样的，不是说简单的低价就能够吸引到用户下单。

优质的高粘性用户，也绝对不会是靠低价引来的，所以想要单纯通过低价来引入用户的商家还是早点打消这一想法。

就好比一个平常穿上千块衣服的高端用户，你给她一件99块的上衣她会买吗？当然不会，所以一味降低价格是没有用的，还是要看我们店铺目前的消费人群层级占比。

并根据我们店铺消费层级来制定价格，才是一个合理的价格。

此外，对于用户来说，一个产品是否能够吸引到他，除了价格因素外，更多考虑的还是产品自身以及相对应的服务所产生的价值。而不是一味地去降价，陷入“价格战”的泥潭中。

一、通过差异化体现你的价值

很多商家之所以会打价格战，原因在于产品与同行的同质化严重，导致你的产品很难收到用户的青睐，也就是没有足够的点来吸引到用户。

如果我们的产品能够有一个差异点，能够吸引到用户愿意花更高的价格来购买我们的产品，才能从根本上解决这个问题。

就如苹果手机，苹果手机的配置其实与其他品牌差不多，但之所以苹果手机能够卖到七八千甚至上万的价格，主要的原因就是在于ios系统的优势是其他安卓手机所不具备的，这也就是我们产品所需要追求的差异点。

不要以为大家产品都一样你突不突出无所谓，正是因为大家都一样我们才要做其中不一样的。像图中的这款产品，就是在找准了差异点后，流量、订单就获得了爆发，这样的爆发你不想要吗？

二、差异化的打造

想要制定一个能够吸引用户的差异点，我们需要根据产品的类目来定，不同类目的侧重点也会有所不同。不过总的来说，我们可以从以下几个方面来考虑差异化。

1、材质/成分

对于一些比较注重材质、成分类目来说，我们可以从这方面去突出差异化。比如食品，食品主打无防腐剂，或者食品内的成分的含量等都是一个很好的方向。

2、服务

某些比较注重服务的类目，比如家装、生鲜等，我们将服务做好也算是一个差异点。家装我们可以主打上门安装服务，避免用户自己动手；生鲜讲究时效性，可以选择顺丰空运包邮等。从服务方面与其他产品突出差异，吸引用户。

当然，服务不仅仅只有运输、安装两个方面，我们可以从多个角度去想想自己的类目能给用户什么样的服务。

3、功效

以功效作为差异点比较适合护肤品、保健品等类目。当然，对这些类目来说，很多产品都是主打功效，我们想要吸引用户，就要学会突出大多数人没有的一点。

比如面膜，大多数的面膜主打的功效是清洁、美白、补水等，但实际上，很多用户在购买面膜时会担心面膜是否会影响到自己的皮肤。我们如果能够推出一款主打“无刺激”的面膜，是不是能够吸引用户呢？

这里要着重说明一点，对于护肤品、保健品来说，有些词汇是属于敏感词、违禁词，需要谨慎选用。

4、上身效果

这点主要适用于服装类目，不同身材、不同年龄、不同性别的用户对于自己想要的服装能够达到什么效果都有着不同的要求。

我们可以根据店铺所针对消费人群的特点来打造出一个差异点，比如稍胖的女生可能会需要服装能够显瘦，稍矮的女生可能会需要服装能够显高等等。

可以在评论中看到，买这款连衣裙的都是稍胖的女生，可见以“胖人专卖”这一差异点，卖家就很好地抓住了用户的心理，从而促进了销量。

打造差异点最终还是要从我们的产品出发，结合产品类目的特点来筛选出最容易打动买家的点。有一个独特的差异点，才能更好地让买家接受我们的产品，接受我们的价格。而不是说简单地以价格来吸引用户，对于某些对产品要求较高的人群，有时候低价反而会适得其反。