

天权教育：想要打造爆款，做好店铺精准定位是关键

产品名称	天权教育：想要打造爆款，做好店铺精准定位是关键
公司名称	成都百盈天禄教育咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	中国(四川)自由贸易试验区成都高新区天府五街200号1号楼3层A、B区
联系电话	15608234221

产品详情

自从淘宝推出了千人千面，小而美也就便成为淘宝主流方式。一个很好的细分产品会让你的店铺一炮走红。比如燕窝里、鲜炖燕窝等。但是店铺定位也成为了很多卖家都很头疼的问题。其实一个充满个性化的店铺，或者产品，确实更能第一时间吸引客户的眼球，让人眼前一亮。如果我们深度了解，店铺定位并不难，不论是测款也好，选款也好，甚至是设计美化等等一系列操作，都是为了最大限度的迎合我们的目标客户群体，而这就被称之为店铺定位。对于我们中小卖家而言，店铺定位总是一个比较空泛的词语。因为有时候我们出售的商品，大多都是常规的商品，同时我们也不确定哪些才是我们的目标消费群体。

说到店铺定位，很多人都会简单认为那些需要我们产品的人就是我们的目标客户。所以导致关键设置得不精准，导致点击率低。详情页没能迎合到客户的需求导致咨询率低。甚至有些卖家觉得我的目标消费人群就是所有人。但是对于中小卖家而言，如果我们的产品较为常规，那么店铺定位可以再有一定数据基础之后进行。而如果我们选择的产品本身就极具卖点，那么我们可以从开店初期就确定好目标人群。就好比小仙炖，定位了自己的产品是鲜炖燕窝，所以在即食燕窝行业里杀出一条血路。下面我就带大家了解一些店铺定位的思路，让我们的产品能“稳、准、快”的定位它的目标人群。首先我们说定位，定位一定要以自己的客户群为基础，连自己的客户群都不确定，也就没有定位可言。那么你知道你的客户是谁嘛？你知道你的客户群体具体是什么样的一群人吗？针对于竞争对手，如何才能做出差异化？这些问题就是我们即将解决的店铺定位的根本出发点了。

一、目标客户一定要准确

如果你想要最大限度地提高转化率，那首先我们的客户人群一定要准确。我们一定要了解我们的客户人群，找对了目标客户群体，确定客户整体需求，了解客户习惯和特性，我们才可以更好的定位我们店铺的整体风格，甚至首页的风格、产品描述的方式以及详情页的设计，客服沟通技巧，这些都是基于客户人群去定位决定的。

因为近几年《三生三世十里桃花》、《庆余年》等古风电视剧的风靡，古风汉服有了一股不小的喜

爱群体。其中很多店铺就应运而生，目标群体就是年轻女孩，爱美的清新的，喜欢汉文化的人群。这样的定位直接决定了店铺的整体风格走向。店铺的整体风格也是以清新淡雅古风为主，拍摄时的模特选用了充满了青春活力的女模特拍摄。从服装设计裁剪到整体店铺呈现的风格意境，都给人眼前一亮的感觉，让人过目不忘，这就是定位的魔力所在。关键词精准，客户精准，产品及设计迎合客户人群，想数据不要都难。

二、提取目标客户

我们圈定了人群，接下来就是提取目标客户，其实提取的方法很简单，一般来说，目标客户具备以下几个特征：

1、刚需

刚需，刚需，刚需，只要刚需的产品才有爆款的潜力。目标客户对你的产品有迫切需要，而这种需求是我们有别于市面上其他产品的其他种类产品所不能完美提供的。例如汉服的例子，就明显区别于市面上的其他女装风格。其中韩都衣舍就是这样情况，他抓住了客户对韩范儿服装的购买需求。

2、有一定经济基础的人群

例如上班族的网购水平平均比老年人的发展潜力大很多。这就是为什么同样是卖大众化的零食产品，三只松鼠的整体风格要更加活泼和年轻化。

3、购买产品的客户基数要大

只有客户基数大，后期的爆发力度才会大。可以通过对购买过的客户群体进行数据分析，确定我们店铺的目标人群。确定店铺优势，从而进行店铺定位。不要给自己仅仅画一个小圈子，天花板太低的产品很容易就到了瓶颈。

三、对症下药

老话常说，想要药到病除，就要对症下药。我们找到目标客户，就要对目标客户进行分析，包括年龄、爱好、生活习惯等特点。然后根据客户特点对店铺进行精准定位了。

1、了解需求，定位客户。

需求就是客户的最原始动机。也就是说他们想要什么我们就挖掘出来并提供给他们。

店铺定位确定了，那么装修风格也就基本确定了。我们的店铺装修及详情页设计一定是基于目标人群确定的情况下来完成的。例如玩具，要以儿童喜欢的卡通风格为主，户外产品则要求要更酷一些等等。

最高深的客服技巧，并不是满满的套路，而且要充满人性，有血有肉，我们一定要了解我们的客户群，才能进行个性化的沟通。