

最新双十二活动内容及安排 双十二销售 个人工作总结(大全9篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇 一

又到了一年一度的“双十二”大促时期，电商们的各种预热活动相继展开，网民们的购物情绪日渐高涨。公共场合随处可见低头族们刷着淘宝，提前加购物车的、抢红包的、提前购买预售的，好不热闹。双十二俨然成为了电商口中的“全民购物狂欢日”。面对如此巨大的“蛋糕”，各个电商平台可谓“摩拳擦掌”，各具特色的营销口号，模式布局各异的促销活动让消费者们眼花缭乱。

“双十二”作为全球最大的购物盛宴，对国内外消费者都是一个非常便宜的购物盛宴。全场包邮、大力度折扣确实让人眼前一亮，加之电商们营造出的全民狂欢氛围，着实让人难以拒绝一年一度的“购物狂欢趴体”。笔者认为，“双十二”促销虽实惠，但谈不上所谓的“全民狂欢”，只是电商的营销噱头罢了。消费者还需冷静对待，真正的选择自身所需、物美价廉的商品，切莫兴奋过了头。

消费者不能忽视的是，“双十二”期间，网购销售额屡创新高，相关消费纠纷也呈现急剧上升的趋势，消费者权益受到损害的情况十分突出。“双十二”网购商品涉嫌价格欺诈、商家恶意更改商品原价欺骗消费者的情况十分常见。商品质量无法得到切实保证，近日央视还报道了国家工商总局对淘

宝、京东商城等主要电商平台销售的家用电器、服装鞋帽、儿童用品等503个批次的日常用品质量抽检结果，不合格商品的检出率高达34.6%。“三无产品”、假冒商品、质量不合格产品“应有尽有”，商品质量参差不齐一直是网络购物的“硬伤”。

网络购物可谓陷阱重重，躲的过假货、夺得过价格欺诈还要提防电商刷单欺诈和电信诈骗。刷单成本低、欺骗性大、商家与刷单手均获利丰厚、刷单推高交易数据，电商平台对其视而不见导致刷单乱象丛生，甚至成了“行业潜规则”。甚至一些买家也因为商家许诺的“好评返现”的一两块钱对产品大肆吹捧，严重误导消费者对网购商品的选择，扰乱了电商交易秩序。导致真正的好产品被“刷单狂魔”埋没，一些商品质量“差强人意”的商家反被“置顶”，大大的提高了销量。

网络购物遭遇电信诈骗的新闻也是层出不穷，网络购物导致个人详细信息泄露、骗子套取银行账户和密码盗取钱财、假卖家提供退货服务骗取付款验证码等骗术五花八门，消费者务必提高警惕。

“双十二”买买买的日子即将来临，估计又是几秒破亿，单日成交量几百亿的购物狂欢。“剁手党”们切莫兴奋过了头，被各类“满减优惠”、红包、“跳楼价”、“吐血价”冲昏了头脑。笔者在这里提醒大家，理性购物，谨防各类购物陷阱，愉快购物别“添堵”。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇二

1. 销售额。活动好不好，销售额最重要。双12当天，本店的销售额是1803932.50元，相当于平时一个月的销售额。如果说谎，就罚我洗澡的时候断水，玩游戏的时候断电，吃饭

的时候忘带钱。

2. 流量。没流量，哪儿来的销量？当天的流量也是暴增，是平时流量的近10倍。怎么？不相信？那我还发截图吧，图片如假包换。如果p过，就罚我吃饭不放盐。

4. 25%。当天总销售件数是341件，客单价5290元，当天全店转化率0.78%。数据没截图，嘿嘿，不过我可以保证准确。什么？我拿什么保证？我拿我手里的甜食向你保证。

1. 产品的选择。

亲想上大活动，活动选款最重要。亲如果选不对款式，吃不完可不让兜着走的。怎么选款呢，是选钻石产品还是黄金产品？是选多大的钻石比较合适？是选价格多少的合适呢？亲如果不知道，就先看下数据魔方(这个东东可是法宝哦，强烈推荐，先说下，偶不是打广告的)吧。

另外，活动的选款，我们也要结合直通车的点击率，收藏量，单款转化率等数据作为参考。

2. 活动策划。

淘宝的亲们已经给了我们的活动主题‘全民疯抢’。那有没有更好的主题可以融合呢？佐卡伊的同仁们结合‘开店八周年’和‘佐卡伊钻石大厦在杭州开业’，把这两个主题融合到‘全民疯抢’中，起到了很不错的效果(国家要弄三网融合，偶家弄的是三活动主题融合，响应国家号召了哦)。

3. 备货。

‘亲，我的货什么时候发呀？’ ‘我的货怎么还不发呀?!’ ‘我的货到底发不发呀’ ‘我的货不用发了，我现在就退款’。亲爱的卖家，如果你看到上帝们发这样的话，我

要告诉你，你彻底gameover了。后果很严重，好像企鹅碰上360。你的评分会降低，你的评语会很烂，你的买家忠诚度会降低，下次活动会没有你。因为你伤了上帝们的心。所以大家在活动前，一定要备足货哦。

1. 活动中。活动当天，由于咨询量大，我们抽调了其他部门的同事到淘宝c店，确保有问必答，快速亲切。

2. 活动后期。这个时间段就是发货的时间了，以及定制产品的制作了。其余的细节我就不多讲了，相信其他的卖家中很多都比我家做的好。偶家的任务只有一个，不能因活动而让评分降低(不能因活动导致质量下降，不能因活动导致服务质量下降，不能因活动导致发货速度降低)。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇三

双十一，不管是网购，还是实体店，都是是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。__公司建议双十一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，双十一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，双十一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)
- 2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)
- 3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)
- 4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味

品)

5、福利消费(夏季消暑用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据双十一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

一、确定促销期间

双十一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以双十一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客双十一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在11月01日起至11月11日止为宜。

二、确定促销目的

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。双十一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。双十一节促销主题有几个主流。一是以酬宾

让利为主题的低价形象诉求;二是换季购物为主题的新品推广诉求;三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题;五是以春游、旅游为主题。

劳动光荣 低价有礼(数十种名优商品的大幅降价,以家庭消费品为主);

开心度长假 低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价);

购物有乐趣 吃上再拿上(游戏互动促销 大规模的品尝买赠活动)。

四、确定促销商品分类比重及促销价

五、确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富,在结合厂家提供的促销方式以外,还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式,或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销方式,当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单:

1、买赠(一单购物达__元赠__物品)

2、互动有奖游戏(一单购物达__元可参加游戏,积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)

3、刮刮卡(一单购物达__元赠卡一张,刮开兑奖)

4、现场试吃试用(请厂家多提供)

5、演艺(请演艺队营造气氛)

6、小鬼当家

六、确定促销投入

我们建议双十一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5%。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇四

双十一网购狂欢节源于淘宝商城(天猫)2009年11月11日举办的促销活动，当时参与的商家数量和促销力度均是有限，但营业额远超预想的效果，于是11月11日成为天猫举办大规模促销活动的固定日期。近年来双十一已成为中国电子商务行业的年度盛事，并且逐渐影响到国际电子商务行业。

双十一项目进程表由品牌logo□序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo□logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo□

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等；

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等；

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等；

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部

主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

双十一各部门职责

运营部

2. 制定双十一活动方案

3. 完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4. 双十一专题页制定日收藏数据指标

5. 跟进双十一专题的. 访问量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6. 双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求

7. 优惠券派发入口、文案说明

8. 要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9. 跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

11. 催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

13. 活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14. 商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15. 制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案
16. 类目小二现场考察，双十一相关了解
17. 双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)
18. 倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知
19. 11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

2. 根据确定的主推款进行文案优化
3. 活动款文案撰写和优化，以及产品定价
4. 确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表
6. 主推款及常规款关联销售方案
7. 新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)
8. 双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案
9. 跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1. 产品详情页设计、制作、分批次优化
2. 主推款的详情页制作、制作、优化上线
3. 预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4. 活动报名素材制作与优化
6. 双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作
8. 钻展，直通车素材制作
9. 店铺自定义页面及商品列表页优化
10. 制订大促进行中页面**banner**轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)
11. 双十一自主购物攻略页面制作
12. 无线端手机专修
- 13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案
2. 根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求
4. 启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口
5. 主推款关键字推广、定向推广
6. 重点推广款
7. 制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求
8. 制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9. 直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10. 双11钻展素材测试

11. 站外sns推广测试及推广计划制定

12. 无线端推广测试及推广计划制定

客服部

6. 成立活动内容咨询、售后处理小组

8. 双11当天催付方案以及催款话术制定：

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时

间(0:00~9:00, 11:30~14:00, 21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例：客服：你好，我是xxx旗舰店的客服，我的名字是xxx你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9. 制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10. 制定维权投诉处理预案

物流部

1. 货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2. 双十一仓库预打包数量及明细

4. 规划小组流水线作业方案，提高效率
5. 临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟
7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场
12. 提前做好赠品物料的包装工作
13. 由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包
14. 制定物流应急预案
15. 制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度
16. 每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇五

一、促销活动的目的：现在市场情况如何?开展这次活动得目得是什么?我们是是处理积压库存?是提高销售数量?是打击竞争对手或者降低竞争对手对我们的压力?是因为公司又有某种新品上市?还是为了进一步提升品牌认知度?只有目的明确，才能使活动进行的紧凑更有预期效果。

二、确定促销活动对象：此次促销活动的目标客户群体，我们针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在什么范围内或者什么地域内?哪些人是促销得主要客户?哪些人是促销得次要客户?这些选择都会与我们最后活动的效果有直接关系，影响到我们最后销量是怎么样的。

三、促销活动的办法：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动方法

2、包装活动

降价?打折?礼券?赠品?抽奖?演示促销?服务促销?消费信用?还是其它的某种促销工具?选择什么样的促销方法,要考虑到促销活动的目的、行业内竞争的'形势和行业内环境以及促销的预算费用并如何去分配各种资源。

在确定了方法之后要尽可能做的生活化艺术化,淡化促销的商业性,使活动更贴近消费者,更能去打动消费者。比如借一些慈善行动来实现我们的促销目的。

个人认为这一部分是整个促销活动策划方案的核心部分,应该要新要准要狠,使活动具有感染力与震撼力。

四、确定活动的方式:这一部分主要是研究确定活动开展的具体方式。这时我们要考虑上各种社会关系以及方方面面。

1、确定伙伴:拉上政府做力量后盾,还是携手一些知名媒体造势,是厂家独自进行,还是和下面的代理商经销商联手?或是与业内其它厂家联合促销?和政府或媒体合作,这样有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可以更多的整合资源,降低成本以及风险。

2、确定刺激程度:要使促销取得成功,必须要使活动具有刺激力,能刺激消费者的购买欲望。刺激程度越大,促进销售反应也越大。因此必须要根据促销实践进行汇总分析和总结,并结合当前的客观市场环境确定适当的刺激程度和相应得费用投入。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇六

我在cdd做过售前客服。经过前期的培训,对天猫的规则以及客服人员应该注意的一些事项有了一个大致的了解。我们开

始自己的工作，主管把我们分成几个小组，每个组长负责。我在第七组，有八个组员。第一组，当然要互相帮助。分流期间，有的客服接待的客户比较多，其他团队成员忙的时候也会相应分享。我们的主要工作是回答客户关于产品的各种信息。最常问的问题是尺寸和快递。当然，也有棘手的问题，考验我们的耐心和耐力。

尊重客户，尽量满足客户的要求。我觉得做客服是一个很好的锻炼。首先，作为客服，要有亲切感，这是考验我们表达能力的。礼貌和善地说话非常重要。那我们要有很好的耐心，因为有一些不讲理的客户。这个时候，我们作为一个客服，要有耐心，要有良好的耐心，要保持良好的品质。如果顾客不讲道理，我们就不应该和他们争吵。最后，作为客服，你要有很好的口才，用恰当的语言向客户说明商品的优点，这样才能卖出更多的商品。

我认为做一个好的天猫客服应该对每一个客户购买的商品负责，保证客户买到满意的商品，得到好的服务。我认为顾客有一个愉快的购物过程是非常重要的。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇七

1. 销售额。活动好不好，销售额最重要。双12当天，本店的销售额是1803932.50元，相当于平时一个月的销售额。我如果说谎，就罚我洗澡的时候断水，玩游戏的时候断电，吃饭的时候忘带钱。

2. 流量。没流量，哪儿来的销量？当天的流量也是暴增，是平时流量的近10倍。怎么？不相信？那我还发截图吧，图片如假包换。如果p过，就罚我吃饭不放盐。

4. 25%。当天总销售件数是341件，客单价5290元，当天全店转化率0.78%。数据没截图，嘿嘿，不过我可以保证准确。什

么?我拿什么保证?我拿我手里的甜食向你保证。

1. 产品的选择。

亲想上大活动，活动选款最重要。亲如果选不对款式，吃不完可不让兜着走的。怎么选款呢，是选钻石产品还是黄金产品?是选多大的钻石比较合适?是选价格多少的合适呢?亲如果不知道，就先看下数据魔方(这个东东可是法宝哦，强烈推荐，先说下，偶不是打广告的)吧。

另外，活动的选款，我们也要结合直通车的点击率，收藏量，单款转化率等数据作为参考。

2. 活动策划。

淘宝的亲们已经给了我们最好的活动主题‘全民疯抢’。那有没有更好的主题可以融合呢?佐卡伊的’同仁们结合‘开店八周年’和‘佐卡伊钻石大厦在杭州开业’，把这两个主题融合到‘全民疯抢’中，起到了很不错的效果(国家要弄三网融合，偶家弄的是三活动主题融合，响应国家号召了哦)。

3. 备货。

‘亲，我的货什么时候发呀?’ ‘我的货怎么还不发呀?!’ ‘我的货到底发不发呀’ ‘我的货不用发了，我现在就退款’。亲爱的卖家，如果你看到上帝们发这样的话，我要告诉你，你彻底gameover了。后果很严重，好像企鹅碰上360。你的评分会降低，你的评语会很烂，你的买家忠诚度会降低，下次活动会没有你。因为你伤了上帝们的心。所以大家在活动前，一定要备足货哦。

1. 活动中。活动当天，由于咨询量大，我们抽调了其他部门的同事到淘宝c店，确保有问必答，快速亲切。

2. 活动后期。这个时间段就是发货的时间了，以及定制产品的制作了。其余的细节我就不多讲了，相信其他的卖家中很多都比我家做的好。偶家的任务只有一个，不能因活动而让评分降低(不能因活动导致质量下降，不能因活动导致服务质量下降，不能因活动导致发货速度降低)。

最后，感谢支持佐卡伊的亲们，感谢淘宝辛苦的小二，感谢大家。祝大家圣诞快乐，元旦更快乐，新年更更快乐，越来越快乐。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇八

双11美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折！

二、品类营销亮点出击

双11作为店铺的大型促销，全品类均要开展活动（折扣或者赠礼）。建议所有品类均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

- 1) 保湿膏霜类。
- 2) 补水乳液类。
- 3) 原液/精华液类。
- 4) 彩妆类。

三、vip营销情感攻势

vip浓情招募：单日消费满50元即可免费办理vip卡一张，单日

消费满500元即可升级为钻石卡。

1、双11vip顾客免费送：双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。（异业联盟，无费用）

2、双11vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

四、文化营销攻心为上

1、双11脱 光马上走起！

1) 免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：店内

2) 单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手！

活动地点：店外

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11单身情人场·光棍走起！

单身男女在本店购物满198元即可以获得电影院单身贵族专属票，男生还可获玫瑰花一支（用于赠送邻座女生。）座位均按照随机男女一一搭配。

活动地点：电影院1、3号厅（详情以具体观影时间场次为准）

五、氛围布置营造旺销

1、店门口主展区/各品类展区。

沿用20__年秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来化妆品店=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

2、橱窗/柜台：双十一灯箱片、立式pop架。

备注：活动详情请以店内标识为准。

双十二活动内容及安排 双十二销售个人工作总结篇九

二、活动档期划分

前期（11月1日-11月10日）活动前期宣传招募，物料准备

中期（11月11日）活动进行时（采取一组控制活动进行，另一组到街道现场访问等形式吸引人气，以达到人气吸引最大值。）

后期（11月11日之后）后期船舶上“炒冷饭”，回顾活动，进行二度传播。

三、活动具体细节

活动参与者：女性（须带上其闺蜜）

活动具体内容：参与者（一组6人）在女人城任意商铺选择衣服，来组成搭配，来装扮自己的闺蜜。然后由评委（从围观者众随机抽取9人），搭配最佳者将从自己所选的搭配衣服任意选2件。其他参与者则送小礼品。活动不可重复参与。

活动参与方式：现场评选

其他优惠：

- 1、凡事当天活动参与者，在女人城消费满30元，加10元送电影票1张（可选热门电影）
- 2、凡是当天活动参与者，在女人城消费满60元，加10元松电影票2张（可选热门电影）