

策划双十一活动方案(通用10篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

策划双十一活动方案篇一

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。(腾讯房产阜阳站网络宣传+女人城海报派发)

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，如《雷神2》)。

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，如《雷神2》)

策划双十一活动方案篇二

可能有人会问，这种大活动如何来设定目标?这的确是一个比较难以估算的问题。我们是从几个因素来考虑的：去年双十一的业绩、天猫商城今年的增长比率、进入商城的一二线品牌的增长量、以及天猫今天对双十一的期望和市场投入力度；最终我们通过多次的讨论，估算了一个区间值，3500万至5000万，前者作为我们的保底目标，后者作为我们的冲刺目标，所有的推广费用和活动投入按3500万来计算，商品规划、物流配送发货能力、客服人员配备按5000万来准备。由于当天是全场5折的活动，各项基础准备资源再以2要求来计算。

(2) 商品准备

“兵马未动，粮草先行”，对于双十一这场战役，商品的重要性不言而喻，因为家纺的生产周期基本上在2个月，所以我们的商品准备工作在8月中旬就开始，在8月下旬完成商品规划及下单，同时敦促供应厂商务必在10月中旬完成发货入仓。此次新下单的秋冬季的商品总金额为1个亿，加上原有库存的8000万，线下商品可临时调拨的4000万，总计商品规划为2.2亿，按5折价售卖可支撑1个亿以上的销售。我们将此2.2亿的商品做了详细的分类，按热销、主推、引流三个维度进行了划分，选择有深度的商品(3000件以上)进行单独的策划包装，做成明星商品，同时还定义了明星商品、引流商品同页面呈现的关联销售商品，定义活动当天的首页陈列商品及替换商品，以保证当流量进来时，最大化的拉动销量。

(3) 物流/客服/系统准备

此次双十一活动天猫商城非常强调用户体验，明确规定参与双十一的商家必需保证在二天内发完京、沪、广、深、杭五地的货，七天内发完全部的货。去年双十一我们一共是7万单，4条流水线，4500平米的仓库面积，7天发完。今年根据1亿的发货要求，预计将产生25-30万单，我们在1.2万平米的仓库里安排了10条流水线，按每天可发5万单来设计流程和配备人员。物流的改造确定在10月中旬完成，在10月下旬完成一次盘点，以再次确定实际的仓库库存。我们现有客服35名，分为售前售后二个部门，考虑到双十一当天的咨询的压力，我们决定在活动当天将所有售前转为售后，售前服务通过自动回复和自助购物来实现，售后客服再分为几个小组，下单、查件、电话接听、投诉处理、催款，并统一对他们进行活动商品的培训，同时在9月份联系服务公司，另行招募了15名人员作为临时备用的客服人力。9月底我们的系统开发人员与天猫开放平台进行对接，对信息系统的处理容量、稳定性、提单能力进行了复核，并根据天猫商城的发货要求对发货模块进行了改造，使之能完全匹配。

(4) 主题策划

优秀的营销活动必需具有从商品功能到情感互动到价值传递的升华过程，我们每次大型的活动都会采用一个富有创意的主题，以增强用户的情感认知和价值认知。本次双十一是百年一遇的六个一，在10.1国度假期，我们围绕着这个思路进行了策划主题的头脑风暴。第一稿是38女人节+83男人节=11.11单身节，创意很好，但与我们的家纺的概念无法匹配。第二稿是用一双男拖鞋，一双女拖鞋，一双小拖鞋，共6个拖鞋来代表六个一，蕴含家庭的概念，但温馨有余冲击不够。最终确定的第三稿是“拥抱”，即在全国11个城市征集当地11位会员去参加拥抱单身的活动，传递温暖，同时配合天猫的五折活动提出广告口号“一半的价格，双倍的温暖”，运用事件营销实现线下活动与线上促销的互动传播。最后我

们在拥抱的主题上，加上我们一直在做的“一单一元，捐助盈江”的公益元素。

(5) 天猫沟通

主题确定后，我们在10月10日左右去杭州，将策划方案和活动的准备情况与天猫家纺类目小二进行沟通。没想到我们的方案得到了他们的高度认同，他们希望我们将这个方案再提升一下，成为双十一家纺类目的整体预热活动，使“拥抱温暖”和“一单一元”的活动让更多的家纺品牌参与进来。于是我们将“拥抱单身”的概念进行扩展，从拥抱单身，延伸到拥抱家人、拥抱朋友、拥抱同学、拥抱同事，将此次双十一打造成“温暖拥抱日”。在类目小二的组织协调下，共有12个家纺品牌参与这个活动，由第三方服务公司茶马古道来具体的地面执行实施，同时，我们联系了天涯社区，负责拥抱活动的参与者招募和互动宣传，联系了龙拓互动和紫博蓝，负责软文的编写和发布。最终，我们通过出色的主题方案和完备的各项准备，争取到在预热期和活动期较好的品牌陈列位和商品展示资源。

(6) 运营组织和安排

在9月初我们成立了双十一活动运营指挥中心，由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，包括：商品选择陈列拍照、文案策划、美工设计和前端设计、会员管理和数据分析、广告投放和推广。

策划双十一活动方案篇三

第一部分是打基础、增销售的部分，时间节点是在10月10日至10月31日，这部分主要活动是聚划算活动和店铺优惠券发送活动，当然这段时间也不局限于只是聚划算的商品团和品牌团，如果开通淘金币权限的，淘金币活动同样是可以参加的，另外像品牌特卖也是可以的，只要是一切能上的店铺活

动，都可以申请参加。

第二部分是预热。预热活动也是直接影响到双十一当天业绩的关键部分，预热是双十一的前奏，预热的时间节点是11月1日至11月10日，活动内容主要包括双十一当天使用的店铺优惠券推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动、crm维护和营销、sns推广。

对于卖家来说，预热这十天除了通过合作预热活动拉新会员之外，对于用户群基数较大大卖家，预热期间最最重要的事情是crm维护和营销。具体分成几步，每一步采用什么样的手段来激活、维护已有的老会员，吸引老会员领取双十一优惠券，提前把目标商品加进购物车，双十一当天能回来下单购买，是值得各位卖家要深思的问题。

第三部分就是双十一当天。双十一当天的营销活动主要是根据当天官方赛马时间点和规则来定，不同时间段有不同时间段的玩法，当然全场1-5折是必须要有，满就减也是不可缺少的。但是除了这些常规款外，我们是不是可以进行一些玩法的创新呢？以下是两个活动设计思路，可以作为参考：

刺激用户购买：

第1、88、888、1888……用户的激励

限量购产品销售(稀缺感)

售罄产品公布(紧迫感)

赠送礼品

vip会员包装

提高客单价：

关联营销满额就减、买多折上折对高客单价用户进行奖励提高单包件数买多件享优惠

在做双十一营销计划指标内容的时候，明白双十一关键指标所包括的是那几个信息维度，这里重点讲一下双十一营销计划表纵轴中的几大关键指标：

会场位置：我们要根据双十一审核结果，明确自己所在的会场，双十一有主会场，分会场之分，当然，我们如果在分会场，也要通过赛买规则争取主会场。12年的时候还有一淘会场，另外就是双十一当天是否有聚划算的品牌团或者商品团支持。根据当天会场资源进行接下来的各项指标预估和制定。

业绩指标：这里的业绩指标有两部分组成：第一部分是通过对自然流量带来的业绩指标，第二部分是根据会场预估所能实现的双十一业绩指标。业绩指标是可以根据上一年度相关数据，或者竞争品牌相关数据作为参考来预估和制定。

客单价指标：这里的客单价指标是指的双十一当天预估的客单价，同样也是根据不同会场的折扣要求和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的客单价。可以参考上一年度双十一的客单价数据，或者竞争品牌的相关数据。

转化率指标：这里的转化率指标是指的双十一当天预估的转化率指标，同样也是根据不同会场的流量情况和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的转化率。可以参考上一年度双十一的转化率数据，或者竞争品牌转化相关的数据。

流量指标：这里的流量指标分为两部分，一部分是自然流量指标，另外一部分是已购买流量指标。根据双十一目标业绩，结合客单价，转化率以及自然流量这几部分的数据，计算出完成目标业绩的流量缺口，确定所需要购买的流量数据及预算。

双十一货品准备是根据业绩指标，再结合商品品类架构、商品单价、售罄率等指标来进行核算和准备的。

在双十一货品规划的时候，要从两部分来考虑，一是在售商品的数量和品类，二是上新商品的数量和品类。不管是在售和即将上新的商品，总数有多少，哪些是重点品类商品，都要有具体的规划。

货品准备的关键指标：售罄率、件单价、销售指标

货品准备的计算公式：备货总件数=(销售指标/售罄率)/件单价

假设品牌商双十一要完成1000万目标业绩，需要备多少货呢？

一般按照女装的售罄率约40%核算，最低销售额800万，那么需要备货20xx万。如果件单价100元，那么需要备货20万件。

备货量在自己可控的范围，原则是好产品才有好转化，首先选产品有以下几项参考指标：

- 1) 好评率较高的产品
- 2) 销量持续增长的产品
- 3) 有利润空间打得起价格战的产品
- 4) 能否带来大流量的产品
- 5) 适合与多个套餐组合的产品
- 6) 相对竞争对手具有差异化或者具有明显优势的产品
- 7) 有强大库存供应支持的'产品

8) 具有价格吸引力的产品

货品结构分析：确定主推品类、主推产品，按热销、主推、引流三个维度进行了划分。选择有深度的商品(如5000件以上)进行单独的策划包装,做成明星商品,同时在明星商品、引流商品页面搭配关联销售商品。确定活动当天的首页陈列商品及替换商品,以保证当流量进来时,最大化的拉动销量。

1) 货品大类占比(大类的库存深度区间、价格区间)

2) 货品主推大类的挑选

a,明确各类别的主推价格带、占比、款数、数量;

b,主推款的提前赛马;

c,畅销、滞销的货品占比分析

3) 进行详细的库存盘点,根据不同类别产品的动销率来制定相应的安全库存。

策划双十一活动方案篇四

无论你是不是光棍,在光棍节都不会孤单寂寞,可可西里酒吧11月11日光棍节特别策划:

一、情缘心锁,一把钥匙开一把锁,你是谁的钥匙,谁又是你的锁?入场男士每人发一把钥匙,入场女士每人发一把锁。到活动高潮时揭开谜底,看看谁是你缘分的另一半。

二、游戏:

1、魅力劲舞,寻找你的最佳搭档。

2、猜谜游戏，探索有缘人心灵默契。

3、喝酒比赛，美女爱英雄，英雄皆海量。谁在规定时间内喝一杯扎啤，海量，将获得一支特权玫瑰，你可以把玫瑰送给在场的任何一个女孩。

4、剩下的钥匙，有百宝箱等着你开启，看看情场失意的你，更有什么幸运在等着你？

三、演唱和蹦迪穿插其中。

四、活动时间：11月11日20点--23点39分。

五、活动规则：人数：100人，免门票，要求装扮男士风流潇洒，女士大方漂亮。

六、报名时间：因为人数多，需要提前报名联系座位。

七、报名电话：

八、地址：铁岭可可西里酒吧，艺术团楼上

酒吧光棍节活动策划方案营销参考二

江苏英皇娱乐会所光棍节活动策划方案

活动一、

宗旨：为都市人找到一个健康娱乐、快乐交友的空间。

口号：每天还在开会，不如过来聚会。总是厌倦排队，不如一起派对。

11月11日的光棍节马上就要来临了，可和400网联合做此次活动。由400网召集参加活动的人员，消费由网友自己负责。公

公司提供活动的奖品及部分酒水小吃的赠送。本次活动在指定的一间大包房及一个小包，一共可容纳50人，找回自己组织策划自己玩的特别乐趣。

本次活动的主题为“脱光&失明”行动。当然不是真的脱光或失明。“脱光”是指男光棍名草有主，“失明”女光棍名花有主。希望来参与的光棍们都能借着聚会，找到另一半。当然也有很多坚持贵族光棍的单身男女，也可以趁着活动和同是光棍的其他人纯乐一乐，放松下心情，结识点朋友，同时迎接第二天道貌岸然的继续上班做人。

在11月11日本身也有一场光棍节的主题活动，另外公司各类赞助商提供有限制，所以奖品及礼品也都是需要自己准备的，三等奖暂定为一对可爱的舞蹈玩具，二等奖为洋酒一瓶，一等奖为现金券168元或268元，游戏道具若干(实际一等奖及小礼品根据报名人数具体再定，大约活动流程如下：

23:00-0:00：选出当晚认识的一对男女，并送出一等奖。

0:00后：热舞时间

宗旨：为都市人找到一个健康娱乐、快乐交友的空间。

口号：每天还在开会，不如过来聚会。总是厌倦排队，不如一起派对。

活动二、

活动主题：与其寂寞、不如跳舞

11、11日英皇娱乐会所大型“脱光”交友派对

店内写真广告：

“女友几时有，把酒问青天。

不知告别单身，要等多少年？

我欲出家而去，又恐思念美女，空门不胜寒。

起舞影为伴，寂寞在人间。

追女孩，妄相思，夜难眠。

不应有恨，何时才能把梦圆。

男有高矮胖瘦，女有黑白美丑，此事古难全。

但愿人长久，光棍不再有！”

户外广告内容：

有人去闷酒

有人去决斗

有人去单身晚餐

有人去加班，有忙碌的工作洗刷耻辱

有人去裸奔做彻底的光棍

还有人新生，彻底的告别光棍生涯

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

策划双十一活动方案篇五

相信大家都知道练习瑜伽对身体很好，不过很多人都是一时激情，三天打鱼两天晒网，久而久之就不了了之了。其实，瑜伽的成果不是十天半个月就能很好地显现出来的，需要我们长时间的坚持练习才能达到我们理想的效果。

朝九晚五的上班族？充分合理利用零散时间

如果你是一个朝九晚五的上班族，有时还有加班的困扰，周一到周五的空闲时间少得可怜。你可能会觉得坚持瑜伽练习根本就是天方夜谭。

其实，如果能够充分合理利用零散时间，完全可以化不可能为现实。时间分配清早起床和晚上入睡前利用10~15分钟练习瑜伽呼吸和冥想；午餐前和下午茶的工作间隙利用瑜伽体位活动头、颈、肩，利用桌椅做一些原地的扭转和伸展。

除此之外，周末的早晨放弃赖床的习惯，清晨的瑜伽练习能给你的周末生活一个精力充沛的开始；固定参加周末的瑜伽课程，生活会变得健康充实，而这些良好的感觉会加强你坚持练习的决心和信心。

练习时间雷打不动

你是一个工作时间由自己安排的自由职业者，那么作息时间不规律可能会是你无法坚持瑜伽练习的较大障碍。在这种情况下，你需要给自己设定一个雷打不动的练习时间时间分配

较好是早上8点以前，一般此时你不太可能接受新的工作，所以注意力不易被打扰而能集中在练习上。

这种规律的练习能让你从杂乱无序的生活状态中解脱出来，养成按时作息的良好生活习惯。身心的健康状况由此改善，坚持练习也成为理所当然的事。当然，除了固定的清晨自我练习，你也可以根据自己的时间每周参加2~3次瑜伽课程来提高自我练习水平，居家的全职主妇上午10点到下午3点间的自我练习和瑜伽课程交替进行。

2017双十一活动策划方案

2016年双十一活动简报

双12活动策划方案

双旦晚会活动策划

双十一活动策划方案

双12活动主题策划方案

策划双十一活动方案篇六

xx狂欢夜

在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的学习与生活你是否糟糕透了？你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往！然而你却无能为力。那么现在有一个好的机会，那就是来到“光棍狂欢之夜”释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好！不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首

先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给每一个人。

XXX

为了促进协会成员之间的互相交流，和增强凝聚力与团结合作的默契。以及让大家相互认识，释放自己，发挥自己的优势，增大信心。我们定于11月11日光棍节（所有单身年轻人的节日）开联欢晚会，为单身的朋友么创造一个展示自己的舞台。光棍节据说起源于800多年前，也就是xxx年11月11日，那天光棍总数达到创纪录的8条。如今光棍节不仅是校园趣味文化的代表产品之一，更成为弥散于社会的一种文化形态。在这里，希望单身的学子们能在我们的组织下挥洒青春热情，展示自己青春洋溢，活力四射的一面。

那天我们将一起欢乐地度过，让我们的笑容洋溢在这“狂欢之夜”，成为我们青春历程上的一段美好记忆。

- （一）活动时间□20xx年11月11日晚上6：30—9：00；
- （二）活动地点：生活区c4楼前草坪；
- （三）活动对象□xx全体会员、邀请的嘉宾以及有兴趣的路人；
- （四）活动内容：
 - （1）全体会员合唱（单身情歌）开场；
 - （2）由外联部朗读光棍节宣言；
 - （3）玩游戏；
 - （4）由实践部表演一个节目；

- (5) 抽奖环节；
- (6) 玩游戏；
- (7) 由办公室、策划部、宣传部表演一个节目；
- (8) 在联欢会的最后大家齐唱《阳光总在风雨后》；

游戏

1、自我介绍

姓名，最喜欢的一种水果，动物，植物等等，可增加难度，如不得重复之前说过的，要阐述喜欢的理由等。可帮助大家互相记住名字和特征。

2、纸杯传水。

每个组出5个人站成一列，每人嘴上叼一只纸杯，然后从前往后传水，不能用手，全凭嘴和头的动作，在规定时间内按传到最后的水的多少算胜负。

3、五毛和一块

道具：不需要；

场地：稍微宽敞一点就可以，没有特别要求；

人数：10几个人就可以，人多些更好玩的；

人员：一定要有男有女，比例不限；

裁判：一名，负责发号司令。

规则

在游戏中，男生就是一块钱，女生则是五毛钱。

游戏开始前，大家全站在一起，裁判站边上。裁判宣布游戏开始，并喊出一个钱数（比如3块5、6块这样的），裁判一旦喊出钱数，游戏中的人就要在最短的时间内组成那个数的小团队，打比方说喊出的是3块5，那就需要三男一女或七女或一男五女之类的小团队。请记住动作要快，因为资源是有限的，人员也很少有机会能平均分配，所以动作慢的同志可能会因为少几块或几毛钱而惨败，所以该出手时就出手，看见五毛mm先下手为强；当然动作快的人员不要一味的拉人，有可能裁判叫的是3块5，但你们团队里已经变成5块了，这时候你就需要踢人了，该狠心时就狠心，一般被无情踹出去的都是可怜的一块。

游戏要领：反应要快，裁判一说出来钱数，就要立刻知道分别由几男几女的团队可以达到要求；动作也要快，抢五毛和踢一块都要又快又狠。

（1）麦克风、音响、电等的租借：200元；

（2）小礼品：（具体看拉的赞助）；

（3）小零食的费用：200元；

（4）制作邀请函的费用：50元；

（5）海报，横幅等的制作费用：150元。

1、全体会员合唱（单身情歌）开场；

2、由外联部朗读光棍节宣言；

3、玩游戏；

- 4、由实践部表演一个节目；
- 5、抽奖环节；
- 6、玩游戏；
- 7、由办公室、策划部、宣传部表演一个节目；
- 8、最后大家齐唱《阳光总在风雨后》互勉。

前期宣传：

一方面利用横幅、海报等方式对本次活动进行宣传，另一方面对贵公司的品牌、产品进行大力宣传。

现场宣传：

在联欢会中，进行商家与本次到会人员的互动环节，派送由商家提供的小礼品以提高产品在学生心中的知名度，具体可由双方商议确定。

策划双十一活动方案篇七

双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11·购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

11月7日至11日

- 1、活动一全场5折终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城！

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

2、活动二购物有礼幸运随行(20xx年11月9日-11月11日)

凡活动期间在xxxx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元

二等奖2名xx超市购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

3、活动三一个人的节日双倍的甜蜜(20xx年11月11日)

购物满11元+1元赠2个棒棒糖(2元/个，200份)

购物满111元+11元赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

2017双十一活动策划方案

2016年双十一活动简报

双12活动策划方案

双旦晚会活动策划

双十一活动策划方案

策划双十一活动方案篇八

活动时间11.1——11.12决战双十一，不只有猫!!!

爱要“大生”说出来，甩掉光棍做土豪

活动期间凡预订或购买钻石≥20xx元以上的顾客加111元可获得周大生价值600元购物券一张(或同等价位金镶玉一件)

买一送一比猫更狠：凡购买钻石吊坠均送18k金项链一条，价位到最低，不用拼网速，不用等快递，购物有保障。

润九月，金饰呈祥，百年一遇。黄金限时抢首克仅需258元起，铂金每克优惠50元。(抢购时间11.10——11.12)婆婆要给儿媳买首饰，婆媳关系更和睦!妈妈要给女儿买金锁，生活一辈子红红火火。做老公的要给老婆买手镯带，谁也牵不走老婆的手!爷爷要给孙子买金锁，子孙满堂，代代相传!

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖

及安慰奖。具体内容待商榷。

策划双十一活动方案篇九

大声告诉你心仪ta

□20xx年11月11日

年龄在18—40岁左右的单身男女

既然光棍节，在美容院内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。

而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完美的一面，不妨让美容院来全副武装自己一番。

美容院团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为美容院提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得美容院“成双成对”、“一生一世”美容套餐，这些爱的套餐都是美容院免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的美容院产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取美容院的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在20xx年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品

顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。

奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

在这里提醒一下各位商家，奖品设置要通过核算成本。可以将一、二等奖设计得更多一些，以奖券的形式发送给顾客。特别是新用户，也要让他们感受到美容院的优惠和实在。

策划双十一活动方案篇十

低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)

活动一：全场5折终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11月11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

活动二：购物有礼幸运随行(20xx年11月9日-11月11日)

凡活动期间在xxxx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元

20xx超市双十一活动详细策划方案20xx超市双十一活动详细策划方案

二等奖2名xx超市购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

活动三：一个人的节日双倍的甜蜜(20xx年11月11日)

购物满11元+1元赠2个棒棒糖(2元/个，200份)

购物满111元+11元赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元。

3、海报及广告宣传费用5000元。

此次活动预计总体费用15500元。

(注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围