

2023年双十一的论文题目 双十一活动策划方案有创意(实用5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

双十一的论文题目篇一

整个双十一营销计划表中我们可以把活动分成三个部分：

第一部分是打基础、增销售的部分，时间节点是在xx月xx日至xx月xx日，这部分主要活动是xx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商品团和品牌团，如果开通淘金币权限的xx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xx月xx日至xx月xx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xx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xx折是必须要有，满就减也是不可缺少的。

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。20xx年的时候还有一淘会场，另外就是双十一当天是否有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。

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xx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。

双十一的论文题目篇二

坚持公平、公开、公正的组织原则，通过自由和浪漫的活动形式，为青年男女择偶和选择爱情搭建平台。

双十一寻梦缘，爱在xx

20xx年x月x日

xx公园内

在xx市内工作和生活，年满20周岁，热爱生活、品行端正、遵纪守法、具有正确的婚恋观、职业相对稳定的青年男女均可报名。

(1) 每个参加相亲大会的人需提供2张2寸免冠彩照，并填写报名表。

(2) 报名者需提供本人身份证、毕业证原件及复印件各2张。

(3) 采取近到各社区居委会办公室报名，再汇总到居管办的报名方式。

1、主持人介绍活动形式、内容及参加人员活动区域划分。

2□xx街道xxx致辞。

3、文艺演出。

4、猜谜者到谜语区参与有奖竞猜、交友、设兑奖区。

5、公园西侧设相亲长廊。参与者可通过逛长廊方式，查阅信息，寻找意中人。

6、请相亲成功者上台发表爱情感言。

7、相亲成功者共同放飞爱心气球。

双十一的论文题目篇三

在双十一活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在双十一活动中的销售做铺垫。

预热：时间□xx月xx日至xx月xx日。

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以双十一为主题元素，旨在营造双十一购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量，钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动□XX月XX日XX——XX月XX日XX□

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

1. 收藏领券。
2. 关注有好礼。
3. 抽奖赢免单，每次购买满XX元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。
4. 邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值XX元神秘礼物一份，共XX个名额，被邀请人有机会获得价值XX元神秘小礼物一份，共XX个名额，活动礼品将在活动结束后XX个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

1. 直通车引流。
2. 店铺活动通告。
3. 宝贝描述通告。
4. 帮派社区宣传。
5. 旺旺签名活动预告。
6. 淘客联盟。
7. 钻展。

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前xx名+售后xx名+客审xx名(负责订单审核和打印) 确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动 回复(提前准备、包含促销、尽量少用) 仓库：确保库存准确，避免缺货。

准备好打印机及相关材料和打包用的材料。

准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

(1)确定双十一活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的xx%——xx%所有产品在xx之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的xx%——xx%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货。

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的xx天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，

做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作。

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训。

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排。

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量。

(5)物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算。

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货。

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在xx天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

双十一的论文题目篇四

1、国庆气球响，人人都有奖！

- 2、十一乐翻天，购物休闲两不误。
- 3、群英国庆惠，放价到底
- 4、每逢佳节倍拼命，我们都是为了亲!
- 5、黄金周---品牌装机豪礼送不停。
- 6、光棍节，非诚勿扰，血战11、11，才是正道。
- 7、金秋十月，您准备好了吗？去**时尚内衣馆购物赢千元大奖吧！
- 8、惠战假期，只有7天，抢购ing□
- 9、抽号购买，手机免费送（超特价）。
- 10、金九银十，分期钜惠。
- 11、良辰美景奈何天，全场五折要逆天!如此星辰如此夜，全场宝贝都不贵!
- 12、双节购机有礼□□xx手机城名称）十分满意。
- 13、买家电用品，逛比三家，**肯定更实惠。
- 14、抽号购买，手机免费送。
- 15、上新上新，宝贝更新，淘淘宝贝，尽在双11.
- 16、感恩，“价”给你。
- 17、与祖国一同亮起来。
- 18、质优价廉的手机，称心满意的**!

- 19、决战双11，我们拼了，此时必争行业销量前列
- 20、为您的'出游尽我所能。
- 21、国庆普天同庆、倾情打造手机抢购盛宴。
- 22、新的带回家，此时满意传万家。
- 23、我们的目标是：不愁货——有!不愁钱——折!不愁人——我们都在!
- 24、盛世欢歌畅享生活。
- 25、金秋豪礼，红动中国。
- 26、十一狂欢豪礼派送全天不停。
- 27、让我的十一亮起来，***（名字）。
- 28、低价，诚信，服务满意!
- 29、低价位，高品位!
- 30、感恩，来点实际的，最高降价xx元。
- 31、感恩xx年路，百万钜惠等你拿。
- 32、十一购物嘉年华，此时百万螃蟹大请客。
- 33、元芳，这个双十一你怎么看?
- 34、这个“价”期，该出手了。
- 35、为爱清香频入座，欣同知己细谈心。

- 36、火红金秋，购物好精彩。
- 37、“光”来看看也欢迎!
- 38、感恩嘉年华，全系惠不停。
- 39、盛世迎国庆实惠在**。
- 40、休闲国庆节，娱乐在南华。
- 41、新姿绽放，好运四选一。
- 42、十一带着我，晒不黑，晒不干。
- 43□xx承诺、保证：送得比别家多。
- 44、特价服装，只限五天，只限国庆!
- 45、十一相亲，价给你。
- 46□xx璀璨九周年，此时感恩回报顾客情。
- 47、星光闪耀庆国庆，纵情回报顾客情。
- 48、一价到底，感恩惠给你。
- 49、举国同欢庆大家都高兴。
- 50、颗颗甜心糖，粒粒xx情，国庆当日光临xx店的顾客均可免费品尝甜心糖，感受xx真情!
- 51、情满月圆举国同庆**好礼重重送!
- 52、单身的您，温馨所在。

- 53、双十一，战鼓雷鸣，***电商团队怕过谁。
- 54、不吃饭，不睡觉、此时坐着也能赚钞票。
- 55、恩将“酬”报，仅此一天。
- 56、生命诚可贵，爱情价更高，双十一卖爆，两者皆可抛。
- 57、迎国庆大酬宾。
- 58、六十华诞“机”不可失。
- 59、双十一，好开心，此时亲的到来我欢欣！
- 60、红动中国，国庆我放“价”。
- 61、手机最怕贵，**最实惠！
- 62、老板最坏，给钱就卖！
- 63、买家电送现金，千元家电送多少，现场来了就。
- 64、用我们的真心，换取你们的放心！
- 65、双十一快到了，此时请各位提前进入奖金收割模式。
- 66、感恩季，超值惠，价给你。
- 67、千种商品，万般实惠！
- 68、精彩华诞，举国同庆。
- 69、国庆和你一起“裸”起来。
- 70、玩转价期，此时钜惠拿回家。

双十一的论文题目篇五

创意是每个策划人最基本的水准体现。作为一个合格的微信营销策划人，要做到“三心二意”：信心、决心、恒心；创意、乐意。

从哪些方面来思考呢？对于这个问题，可以从微信公众平台体现的特色以及双十一光棍节意蕴去做。比如做做微互动。

很多企业提前1个月的时间就开始着手策划十一光棍节微信营销，这显然表明企业清楚的认识到了通过微信进行十一光棍节的微信营销活动在整个行业的市场竞争中将会非常激烈，要想突破重围，通过微信营销活动打响品牌特色，就要了解对手做了哪些准备，自己该如何应对。例如餐饮行业，你附近的几家餐饮店都在做双十一光棍节打折促销，你再去做打折不仅没有太大的意义，而且会陷入恶性竞争，最后反而得不偿失。

2. 活动推广——把握时间

活动推广时间通常会被很多策划人给忽视，其实这是一个非常重要的因素。你在上午7点~9点做活动与在晚上7点~9点做活动有没有什么区别？或许很多策划人压根没有考虑过这样的问题，然而这恰恰是做双十一光棍节微信营销的重点，试想一下，消费者使用微信最频繁的时间段是什么？上午7点~9点，上班族们通常在上班路上没有心情看微信，而还在过假期的学生估计还没起床。晚上7点~9点，刚好是大家休息娱乐放松的时间段，如果玩个即将临近的双十一光棍节趣味游戏，很多人都会乐意参与其中。

3. 互动——要有趣

微信营销为什么会这么火，相信大家想到的第一个原因都是它的强互动性。

然而很多企业甚至没有客服人员，在进行双十一光棍节微信营销如果仍然不能和微信用户进行很好的互动，那么双十一光棍节微信营销将会很难成功。

4. 活动布局——有针对性

活动布局是对活动的全局把控，通过微信二次开发来实施此次双十一光棍节营销活动，还是通过故事设计、有丰富内容的图文消息发布来吸引用户这些都需要策划人考虑清楚。

如果是针对儿童来开发，活动界面就需要设计得更可爱，使所有的双十一光棍节图片都卡通化，如此一来，孩子们才会有兴趣去参与企业精心设计得微信营销活动。

5. 活动数据统计——分析利用

具体的统计形式，要分析哪些效果，品牌影响力要从哪些数据体现，是以天为周期来统计微信营销效果还是以小时制时间段来统计，这些都需要缜密的分析思考。在统计完成后，总结成功或者失败经验教训，并将其作为下一拨品牌宣传的依据，使所有的微信营销活动都有连续性，而非将中秋节、双十一光棍节这些营销计划都割裂开来。

移动互联网时代，越来越多的年轻用户乐于成为主动分享者，帮助传播一些好玩有趣的事物。尤其是90后、00后这群年轻人的心理特征更为明显，在做一份微信营销方案时，还需充分了解消费者心理，利用年轻人这些心理特点做出来的方案，更有利于传播。

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](#)