

# 最新电商双十一活动策划 电商双十一促销活动总结工作总结(优秀10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 电商双十一活动策划篇一

**【导语】**当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要我们对前段时期所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，以便于更好的做好下一步工作。以下是为大家准备的电商双十一促销活动总结，供您借鉴。

对于网店来说，一年里总有几个时段是销售的旺季，这不“双十一”才过去不久，“双十二”又和广大买家们见面了。对此，作为淘宝卖家的我们确实该好好感谢下马先生，他不仅开创了淘宝这个最受欢迎的网商平台，让不少像我这样想要创业的人开创出自己的事业，而且他更是创新网络营销模式，开启了中国的“双十一”“双十二”购物狂潮，让不少卖家和买家都成为其中的受益者。

到8折。这一活动一经上线发布，就迎来了广大朋友们的光顾，获得了大家的支持。同时我也吸取了“双十一”发货慢的教训，对不少地方远的顾客自己贴钱，选择最快的顺丰快递。顺丰，不愧是快递业的领跑者，也难怪是比其他快递价格贵，双十二当天我打包发货，没几天就收到了茶友们确认收货且好评的评价。

顾客的好评，无疑是对我们真诚付出的最大肯定，鞭策着我们更好的为广大朋友们服务，绝不因活动而降低产品质量，服务质量，恰恰相反在这个特殊时节更要全心全意的为大家

送上最好的服务，因为这个时节才是真正考验商家的时刻。为什么这样说？因为在与我淘宝店买茶的买家们交流中，听到过一件这样的事儿：去年的双十一，该买家在某店买了件衣服，而卖家以双十一量大快递紧张为由，迟迟不发货，原来是该卖家都断货了，在等进货后才给这位买家发货。后来，这位买家给了中评，也再没去该店买过东西。所以说，越是重大活动越是考验店家的时刻，如果这个时候店家依然很好，这样的店家在日常销售中也绝对差不了。

所以，面对忙碌的双

十一、双十二，我提前就做足了准备，不仅精心挑选出一批好茶满足茶友们的需求，而且在服务方面更是一如既往的贴心，在双十二中甚至为较远的茶友们贴钱发顺丰快递，我的这种做法也得到了大家的支持，两场活动下来我店铺的业绩也都不错，尤其是在“双十二”活动中。活动结束后，我统计发现，活动期间在我店铺购买茶叶的朋友，老顾客明显多于新顾客，对此我由衷的感到高兴，老顾客多于新顾客说明我的茶叶和服务得到大家的认可，这将是坚持卖好茶最大的动力，谢谢你们。

## 电商双十一活动策划篇二

### 一、内容摘要

2016年的“双十一剁手节”以阿里平台1207亿元的交易额落下帷幕，作为全球最大的购物狂欢节，中国“双十一”再创全球在线交易新纪录。“双十一”显示了中国的强大内需，体现了数据普及与消费升级的深刻影响。

### 调查基本信息

(一)调查时间：11月10日—11月26日。（前期准备为5天，问卷投放与问卷分析9天，撰写问卷报告3天）

(四) 调查对象：在线网民

(五) 调查方法：问卷调查方法、网络调查法

调查样本选择方法：系统抽样 样本总量：全球网民 样本框：中国网民 样本：中国网民

通过腾讯问卷平台发放和回收问卷，总结“双十一”促销活动的参与情况调查

## 二、正文内容

### (一) 问卷题目设计思路

#### 1) 调查对象基本信息（性别、年龄）

问题：“1. 您的性别为” × “3. 您是否参加了今年“双十一”活动”

分析：在双十一活动中，如果“商品质量问题、商家服务态度、物流配送问题”出现差错，很容易导致消费者退货。

#### 4) 调查对象对未来双十一活动的支持情况

在本次调查中表示90%的调查对象都十分支持未来淘宝网的双十一活动，9%的人则表示看情况，仅有1%的人表示不再支持其活动。

## 三、总结

通过此次的问卷调查活动，我掌握了调查问卷的设计、发放及回收流程，学会了问卷调查的数据分析，还有问卷调查报告的撰写技巧及其要求。此次调查活动存在着不少问题，主要有以下几点：

1. 问卷问题设计太粗糙
2. 整个调查周期太短，样本量没有达到预期目标
3. 对数据分析软件掌握不够，数据分析板块的数据分析方法太单调
4. 调查报告写作太过匆忙，没能深度挖掘数据背后的问题。整个报告逻辑不够紧凑，分析不够到位。

#### 四、附录

##### “双十一”电商促销活动的参与情况调查

2您的年龄为[单选题] 20岁以下 21—30岁 31—40岁 40岁以上

3您是否参加了今年的淘宝网“双十一”活动[单选题] 是 否

4您周围的人参加双十一后，最普遍的反响是[单选题] 非常满意

觉得没什么特别的

觉得自己吃亏了或是受骗了 不清楚

6在“双十一”活动中您会购买很多减价但不需要的商品[单选题] 会买很多

只买一点凑单 不会

9您在“双十一”后选择商品退货的原因有哪些[多选题] 商品质量问题

商家服务态度问题 物流配送问题

商品优惠力度不够 其他

10您愿意参加以后淘宝网“双十一”活动吗[单选题] 愿意不愿意不一定

## 电商双十一活动策划篇三

据天猫“双十一活动”还有近一个月的时间，但是商家的促销活动已经开始大张旗鼓了。作为国际上知名的快时尚品牌，优衣库也不甘落后，在近日推出了“双11预售活动”，精彩内容不容错过。

1、优衣库“双11预售”活动时间：10月15日—10月31日。

2、活动内容：在活动期间，预交一定的定金，便可以在11月11日当天以低价购买优衣库服饰，此外，还可以享受满额减钱的优惠。

3、满额减活动细则：在优衣库天猫旗舰店“双11预售”活动页面，提供了10元、50元面值的优惠券，可在购物满200、500元时使用。

优衣库天猫旗舰店表示，参加预售活动，需要遵守一些规则：

1. 定金下单后，请在30分钟内付款，超时将自动关闭订单。

2. 定金付款后，申请退款时如判定非卖家责任(根据《天猫规则》和客服判定为准)。定金恕不退还。

3. 预售结束时，请至“已买到的宝贝”内付尾款。支付尾款时限为11月11日6时-11月11日23:59:59(实际时间可能提前或延后2小时。)。除了这3条规则外，还有其他5项规则，可登陆其旗舰店详细了解。

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

## 电商双十一活动策划篇四

经过这次双十一活动后，肯定会有成功的商家与失败的商家，为什么卖同样东西二得到的结果却不一样呢?原因很简单，就是方法问题，以下是小编整理的关于商家的双十一活动总结，让我们看看商家们的对这次活动的心得。

为迎接双十一，我店举行了小型的促销活动，在公司领导的正确部署和支持下，本次活动取得了较好的成绩，并一定程度上扩大了 2688 商城在沁源的人气，但还有一定的不足。现将本次促销活动总结如下：

活动前期宣传准备工作不足，参与当天活动产品数量及品种少，进货数量少、资金有限。没有达到预期效果，对畅销产品的进货估量不足，有的产品已售完，再加上选址没有选好，我个人认为有这样好的政策，初次活动应该选择人多繁华地段，搞稍大的活动，产品明显分类、划分。在视觉和心态上给予消费者很大的冲击力，一炮打响。给我们以后的活动留下很好的借鉴。

季节性产品比较热销，有一些商品没有及时到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和检讨的，本店在人力方面不足，也是活动没有得到充分发挥的原因，此次活动人气有了，但还是没有达到预想的效果。

## 销售情况

这次活动店里进货大概在一万元左右，还有以前店里不到4000元的存货。活动中飞科剃须刀，温碧泉的套盒，冬季的自发热用品都销售的不错。活动第一天的销售1723元，第二天销量达到3341元，是活动中销量最好的一天，第三天由于中午接到通知说有工商检查，下午不得不收拾了外面的帐篷，但总体还是不错的，当天的销量也达到了2585元。三天活动下来也有7649元的现场销量。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好，我们希望以后公司能够给予我们代购点更多帮助和支持，再加上我们的不断努力，我相信2688的未来会更上一层楼，成为电商中的龙头老大。

一、工作内容:在双十一，我在cdd担任售前客服，在经过前期的培训，大概了解了天猫的规则，和客服人员需要注意的一些事项后。我们开始了自己的工作，主管人员把我们分成好几个小组，并且各自有相应的组长负责。我在第七组，组员有8个，在一组当然是要互帮互助的，在分流时，有的客服接到的客户多，我们其他组员忙的过来也会相应的分担。我们主要的工作就是解答客户关于商品的各类信息，客户问的最多的就是尺码以及快递的问题，当然也不乏有刁钻的问题，这时就考验我们的耐心和忍耐力了。

二、心得体会：客服是服务人员，那就应该有顾客至上的理念。尊重顾客，尽量满足顾客的要求。我认为做客服是一次

很好的锻炼，首先，作为客服要有亲切感，那么这就考验了我们的表达能力，说话方式要委婉亲切，这一点很重要。然后要有好的忍耐力，因为不乏有一些不讲理的顾客，这种时候就要有耐心，有好的忍耐力，保持作为客服的良好素质，不能顾客不讲理，我们就和顾客吵。最后，作为客服要有好的口才，用适当的语言向顾客讲解商品的优点，以便销售出更多的商品。

当小编在今天终于收到双十一买的宝贝，觉得是时候来总结一下今年的天猫双十一了。此次双十一从前期筹备，开始后的心里激励，一直到结束后的相关客服物流等关键环节的情感营销，都做得足够到位，让我们一起盘点此次双十一的精彩过程！

前期筹备：

1、预售

2、天时

今年的双十一恰好是周末，单这一个条件就可以在同等情况下让去年的销售额翻一翻。购物的狂欢放在周末再合适不过了，当整个周末街上的人都明显减少时，我们就应该知道，多少人将近期的消费一股脑的涌向了天猫！

3、无处不在的天猫

4、预充值

今年支付宝的预充值类宣传的出现频率大大增加，从派友在相关帖子中提到的情况来看，今年支付宝预充值的比例应该是非常高的，由此带来的快捷的支付体验不仅让买家消费的



欲望更加不可抑制，更是锁定了大部分想在此刻消费的人群，大大提高了支付成功率。

24小时狂欢

当2亿多用户涌向天猫，在30分钟左右的时间将10亿元人民币通过鼠标汇聚到支付宝的另一端时，你就可以知道这次注定是一个创造历史的时刻：

70分钟——20亿；

8小时16分——50亿！

13小时18分——超过100亿！

24小时结束——最终定格在，191亿。

其中，销售额破亿的商家有3家

5000万以上销售额——18家；

1000万以上销售额——227家；

500万，100万——501家，2580家。。。

当零点过后，兴奋的香槟在不同城市的写字楼里相机迸发的时候，当淘品牌，传统品牌和国际品牌携手跳起江南style的时候，可以认为，我们已经走到了网络购物时代的深处，新的商业力量将依靠互联网崛起！

## 电商双十一活动策划篇五

对于x双十一网购狂潮来说，想出方案很简单，马上就能搞定。例如，活动计划和产品爆炸计划都可以用作计划。

比如现在要做活动策划计划，下一个双十一要放几个专场，或者上一个要拿个好价钱。所以目标很明确，接下来该怎么办？说白了就是一整套流程，那么什么是活动策划的一整套流程呢？下面，我在这里简单介绍一下：

### 一、选钱。

也就是说，哪些商品用于活动？在选择基金时，我们应该充分考虑如果活动增加，销售额会是多少。这一步是一个活动评价，因为你不能拿一个没有销量的店里的产品去活动，就算你想上去，小二也不会同意。所以，一般来说，市面上的产品都是我们店里最受欢迎的产品。毕竟最好的销售，说明用户接受度高，本质上是市场反应。

### 二、活动价格计算。

人们在活动上总是要求打折。粗略算一下。如果小二同意，可以去活动，但前提是打五折。那你当时就要算了。如果打五折包邮，会不会赔钱，赔多少？不亏的话，我能赚多少？大多数情况下，你的产品需要去活动。价格方面，有很多被陶小二挤出来的水。也就是说，人们见多识广，几乎可以通过看图片来估计你产品的成本价。所以小二同志会拼命压低价格。正是因为小二同志有这个爱好，所以活跃商品的初始定价相当重要。对你来说，安排好活跃产品的价格是非常重要的。

### 三、店内营销策划。

无论如何，这个流量不能浪费在最后一次活动上，所以要在店里做一系列的营销策划，比如尽快发货，配套包装等。这样做的目的是为了提高客户的单价。虽然这对于客户来说有点勉强，为什么呢，因为所有通过活动进行的购买，基本上都是自带主动产品的。然而，这里有一个问题。客户不买不代表不能买。

#### 四、转货。

既然是活动时间，就要经常在这里囤货，但不能说卖完就进去晚了。

#### 五、活动推出后的客服管理。

从事过活动的同学要清楚，当更好的活动推出时，你的客服工作会很重要。你不能总是和顾客聊天。如果你这么开心，要么让其他客户走，要么客户收到货后在评价里说几句话。你要知道他说的是陈列出来的，不好。而且，就算想聊天，也没有机会。你的电脑一直在玩对话，你自己也扛不住。就我的活动来说，好的活动开始的时候电脑基本都卡住了，所以提前写个自动回复很重要。在这个自动回复里，你要把能想到的都写出来，不要怕长字。关键是尽量回答客户的问题。

#### 六、送货。

根据事件的大小，提前包装一些货物是非常重要的。否则顾客多了，你的送货速度就会慢，影响店铺的评级。所以，一定要明确。

#### 七、售后处理。

交货后，客户陆续收到了货物。这时候麻烦来了，各种评论。比如遇到差评怎么办？如何解决这些问题都是需要考虑的问题。

以上是一个活动策划必须考虑的最简单的内容。而且，这只是一个过程。作为一个活动策划人，需要指定一个人负责每个环节，什么时候什么地方做什么样的工作，出现问题后内部的咨询机制是什么。

简而言之，如果是一个规划案例，必须注意的是，流程应该

是完整的，规划案例必须在执行级别上实施。你要进入情境，因为是你策划的，需要什么样的资源配合你，活动中会发生什么样的情境，如何解决和避免等。并且至少采取预防措施。所以，这是一个简单的规划案例。

## 电商双十一活动策划篇六

20xx年11月11日，地信院团学会女生部在新校区排球场如期举行了“光棍很忙”趣味游戏活动。

这次活动总体上达到预期效果，参与者在欢快的游戏中齐心协力，争分夺秒，不仅增加了团队意识，更结交了一些异性朋友，为进一步脱了光打下一定基础。

### 一、活动进程

1、前期策划。由于光棍节非传统节日，仅为新时代潮流催生的文化产物，又考虑到经费预算方面以及女生部人员风格的基本情况，最终把活动的形式定位为非正经非文艺无节操的趣味闯关游戏，参考网络上趣味游戏项目，我们加以改编加工，添加趣味名称来吸引参加人员眼球。

2、几经波折。开始时数学院有意与我们一起办活动，他们方面有拉到赞助，但由于场地等原因搁浅了，策划出来后文学院又有意与我们一起举办，条件是他们出钱出妹子，但后来还是没有成功协商好，最后几天决定由我们自己院来举办。

3、如期举办。活动当天遇过天晴，在新校区排球场事先布置好场地（下雨则在事先准备的教室内进行），活动基本按计划进行。

### 二、活动反思

作为这次活动的主办单位，地信院团学会女生部为这次活动

花费了不少心血，但由于各种主客观因素使活动仍不够完善。

1、客观因素。活动当天的上午八点到十二点有英语四级补习，下午一点半有院篮球赛，三点五十五还有高数补习，些人还有联谊聚餐等活动，当天天气晴朗适合洗衣服，而且据当日老黄历介绍“[宜]：沐浴，祭祀。”所以有些人跑去洗澡，上香，老黄历上还有“馀事勿取”的提醒，就是说除了黄历允许（比如宜求医、治病、破屋……）以外的任何事情，都不应该做，有总总原因导致之前报名参加的人临时不来参加，使人数上不如预期效果。

2、主管因素。

活动物资准备不够充分，“横渡鳄鱼潭”由于椅子不够牢固而取消，“光棍小顽皮要喝水”缺少剪刀而且饮料准备的不够多，如果人数多的话将只能用水代替。“含水传情”台词想的不够有挑战性。

活动现场不够有秩序，工作人员有些去别的游戏项目观望。

活动进完成的人员安排欠考虑。

活动宣传力度欠佳。

活动组织人过多，缺少统一指挥。

活动人员安排不够明确，准备物资时人员没有到位。

活动中若有现场主持活跃气氛效果会更好。

工作人员积极性不够高，没能带动气氛。

活动物资没提前清点完整，导致活动当天现用现买。

活动后颁奖仪式不够正式。

### 三、活动意义及结果

尽管由于种种原因活动参与度不是很理想，但这个活动本身的意义就在于男女生在光棍节这天玩的开心，增进了解，结交朋友。大家有兴趣就来玩，而且据说参与者反应还不错，不想来也不强求，强制参加反而失去了活动意义。至于结果，当天没有现场成功脱到光的，不过后续的发展有待于进一步调查。

## 电商双十一活动策划篇七

11月11日，是世纪光棍节。11日晚，由系学生会办公室与劳卫部共同举办的光棍节单身派对在温馨快乐的气氛中落下帷幕。不容置疑，这次单身派对举办的非常成功，已经超出了预期效果，这都要归功于部长与干事的大力宣传和辛勤劳动！

1、对参加此次活动的部门成员的能力都有较大提升，锻炼了团体协作精神与组织能力。在事前准备道具和事后后勤工作都做得很好。同学们普遍反映良好。

2、两位主持相当能调动现场气氛，虽然晚上的气温较冷，但同学们的热情在调动下都非常高涨，活动场面相当壮观，高潮一潮盖过一潮。

3、此次活动虽然是系部活动，但吸引来了很多兄弟系的同学们参加，正是因为有他们的参加，使这次活动的规模得到空前的强大。

4、当然，单身派对当来是用来成就情侣的，在活动中使男女生互相熟悉认识，为他们将来的甜蜜打下基础！

1、活动地点临时更改，使参加活动的同学没有找到场地。

2、场面有点混乱，活动虽然经过具体分工，详实安排，但在

实际过程中由于人数过多，场面有点混乱，而且有些同学的号码拿了不参加，是配对的很少。

3、在节目时间控制上面没把握好，活动尾声的时候，人渐渐散去，观众越来越少。

4、在活动道具方面，借的灯光都是坏的，只能用电灯和台灯。

总的来说，单身派对开的相当成功。虽然在细节方面有所欠缺，但这些错误在下次活动中都是可以避免的。最后，希望部门的活动越搞越好！

## 电商双十一活动策划篇八

此次双十一从前期筹备，开始后的心里激励，一直到结束后的相关客服物流等关键环节的情感营销，都做得足够到位，让我们一起盘点此次双十一的精彩过程！

前期筹备：

1、预售

2、天时

今年的双十一恰好是周末，单这一个条件就可以在同等情况下让去年的销售额翻一翻。购物的狂欢放在周末再合适不过了，当整个周末街上的人都明显减少时，我们就应该知道，多少人将近期的消费一股脑的涌向了天猫！

3、无处不在的天猫

4、预充值

今年支付宝的预充值类宣传的出现频率大大增加，从派友在

相关帖子中提到的情况来看，今年支付宝预充值的比例应该是非常高的，由此带来的快捷的支付体验不仅让买家消费的欲望更加不可抑制，更是锁定了大部分想在此刻消费的人群，大大提高了支付成功率。

## 24小时狂欢

当2亿多用户涌向天猫，在30分钟左右的时间将10亿元人民币通过鼠标汇聚到支付宝的另一端时，你就可以知道这次注定是一个创造历史的时刻：

70分钟——20亿；

8小时16分——50亿！

13小时18分——超过100亿！

24小时结束——最终定格在，191亿。

其中，销售额破亿的商家有3家

5000万以上销售额——18家；

1000万以上销售额——227家；

500万，100万——501家，2580家.....

当零点过后，兴奋的香槟在不同城市的写字楼里相机迸发的时候，当淘品牌，传统品牌和国际品牌携手跳起江南style的时候，可以认为，我们已经走到了网络购物时代的深处，新的商业力量将依靠互联网崛起！

延伸阅读：双十一活动口号

1. 我光棍我快乐



2. 一人一世界!
3. 光棍并快乐着!
4. 我光棍，我光荣
5. 今年又是咱哥俩
6. 今天你光棍了吗?
7. 大家一起脱光光
8. 贫僧今年还单身
9. 我光棍，我快乐
10. 我是光棍我怕谁
11. 我光棍，故我在
12. 光棍节，宽天下
13. 明年我要抢个媳妇
14. 火柴棍创造新世界
15. 光棍让我如此美丽
16. 中国人自己的光棍
17. 我做了光棍好多年
18. 光棍，谁光谁知道
19. 光棍，品质的象征

## 20. 将光棍进行到底……

### 电商双十一活动策划篇九

双十一商场组织了以“xx”为主题的购物抽大奖活动，本次活动时间从20xx年xx月xx日到20xx年xx月xx日，共xx天，活动时间安排紧紧扣住双十一情况。

活动策划宣传：

双十一营销活动由企划部组织在各部门的密切配合下完成。从总体的时间安排上来看，活动策划的比较晚□xx月中旬开始着手做策划案，只预留了xx个星期的时间来实施具体的工作，时间安排不够充裕□xx号dm单出来，由于企划部本身经验不足，且客观环境的不利影响□dm在制作方面有很多漏洞与不足，这点企划部负主要责任□xx号之后才开始分发工作，而xx此时已经开始双十一活动前的预热活动。活动宣传方式也单一，且局限在乡镇大集，人群覆盖面狭窄、且消费群体单一□led的广告是xx号出来的，广告制作方面也比较粗糙、未能达到预期的展示效果。商场内临到xx月xx号还有许多布置没有处理好，使整个活动显得较被动。空飘和拱门的安置上存在诸多细节不足，一是空飘气球到xx号以后充气不足，给人一种疲软的感觉；二是商场活动宣传的拱门安放在了xx活动拱门的后面，一定程度上影响了宣传效果□xx拱门安放位置事前已书面通知并安排了固定的摆放位置□xx方面并未按照要求摆放、且未请示企划部）。而且在活动筹备阶段由于统筹不足，并未意识到商场内吊旗杆数量不足，并未及时维修与更换，致使促销氛围营造不理想。

活动执行阶段：

总体活动执行力差。一项活动，无论大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实

施，它还是等与零。双十一整个活动在执行上也存在着诸多不足。

首先，在双十一活动的动员工作上，部门宣传与配合工作稍显滞后，dm单广告位的销售与统计做的不尽如人意，出资制作的商家仅有xx家，直接导致dm单印刷经费出现亏额。且未能体现出参与商家的实际促销力度，也未能统计出实际参与抽奖业户的店铺名称。导致dm单内容单一且缺乏诱惑力。

其次，在抽奖卡的'销售与专用抽奖信誉卡的发放过程中监督工作稍显不足。根据企划部的调查得出以下几点原因：专用信誉卡的定价高于往期，业户对商场管理与决策的不信任，抽奖阶段专用抽奖信誉卡的发放过程中监督力度不够导致的不少业户在销售过程中不主动付与抽奖专用信誉卡。这种情况间接导致了xx天累计抽奖数量不足xx份，抽奖氛围不足的另一个原因是商场此次活动的主要针对客户群是xx居民，而双十一期间正直xx阶段，所以商场人流并未达到预期效果。

再次，因为商场工作人员数量不够，使得许多工作人员要一人兼多份工作，许多具体工作的落实与预期效果存在较大差距，影响活动的整体效果。比如吊旗的悬挂较少，商场节日气氛及活动气氛的营造不理想。

最后，各部门工作协调性较差。在此次的促销活动中，各部门之间的彼此协调工作做的不够理想，以至于在部门与部门的衔接工作中出现了许多细节上的纰漏。双十一促销活动广播稿因为和运营管理部的促销活动信息的衔接工作没有做好，以至于在xx鞋馆的活动广播宣传上出现错误，业户找到我们，也使我们显得很被动。

在今后的活动中克服种种困难，规避以上情况，每项活动都要经过周密的计划；各部门密切配合；工作人员贯彻执行。

- 1、活动筹划必须提前xx天进行；
- 2、宣传活动需提前一个星期进行，且宣传方式要求多样；
- 3、场内外的氛围布置提前两天完成；
- 4、活动所需物料上严格把关；
- 5、做好应急预案，让商场在各种突发事件中起到积极的作用；
- 6、活动完后所有场内布置在保存三四天，让更多的人了解我们商场，让他们知道我们商场经常在做活动，从而更加关注我们商场。

## 电商双十一活动策划篇十

在前期准备中，我们提前对一楼面员工进行了培训和动员，要求各品牌及时上架适销单品、全员下载x□同时详细培训x下单流程，使一线员工都能独立操作线上交易，并与相关部门沟通沟通，统一了开单格式、积分要求和发票开具流程，最大程度做好事前准备。

在活动组织上，我们吸取去年活动的经验，明确分工，优化流程，将下单区和兑卡区划分开，下单区由营业员及顾客自主操作网上下单，另有工作人员从旁协助，指导不熟悉操作的顾客完成下单流程，而兑卡区则独立出来只做兑卡工作，通过区域划分极大提高了兑卡的工作效率，活动当天未出现顾客长时间排队等候的情况。

在氛围营造上，我们将下单区和兑卡区的电脑做了统一样式的陈列，充分营造了良好的活动氛围。

但是通过活动也反映出来一些存在的不足：

一是员工专业度不够，虽然在活动之前我们组织促销班的员工进行了事前培训，但是在实际操作过程中还是存在员工网上操作不熟练、兑卡不规范等问题。

二是营业员开单不规范，未按要求开具销售单或商品编码、价格填写错误等问题均有发生，影响单据核对、输机效率。

三是x手机客户端不完善，选取商品时不能直观判断所属店铺，造成顾客下单错误，购买了其他店铺的化妆品，后期又需要办理退款手续。

四是商品自提问题仍未得到解决，本次活动赠送的线上x元电子券使用要求是x减x因此很多顾客都是在柜台下单直接取货，且购买的商品价格在x出头，但我们店内快递是x包邮，金额不够要收取邮费，对此很多顾客有意见，为此我部临时将包邮政策调整为x包邮，以满足顾客需求。

针对上述问题，我部会在后期活动操作中不断完善工作流程，并积极联系x公司解决后台设置问题，以期为顾客提供更好的购物体验。