

最新商场双十一活动策划方案(优秀10篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

商场双十一活动策划方案篇一

2. 双十一仓库预打包数量及明细
3. 事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定
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
8. 根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表
10. 后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位
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，大量的流量开始涌入店铺，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。

商场双十一活动策划书(五)

商场双十一活动策划方案篇二

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

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

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等；

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等；

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等；

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等；

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

商场双十一活动策划方案篇三

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，关键字卡位，多计划(持续推广)
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

商场双十一活动策划方案篇四

(二)活动地点：生活区c4楼前草坪

(四)活动对象：本站的全体会员、邀请的嘉宾以及有兴趣的路人

(五)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块或8快5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。

商场双十一活动策划方案篇五

2. 组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

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：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺

激客户的占有欲) 例: 亲~您好!你在我家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次, 由于销售太火爆, 为了避免超卖, 我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦。

b.短信催付: 短信模板增加个性化用户信息, 如订单号、商品标题、顾客姓名, 提高专业程度公信力。例: 亲爱的xx[]您在本店铺购买的xxxxxx等商品尚付款, 由于活动款数据有限, 请尽快付款, 避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。

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

商场双十一活动策划方案篇六

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
5. 规划和淘宝后台设置活动安全库存
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

商场双十一活动策划方案篇七

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深光棍节的气氛，又可以更贴近老百姓。
3. 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。
2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。
3. 光棍节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。
2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或

货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

商场双十一活动策划书(二)

商场双十一活动策划方案篇八

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客量及收藏量，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
10. 通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案
11. 催付、发货短信、签收短信预热前优化方案
12. 制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案
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

商场双十一活动策划方案篇九

在活动前夕，商家可以参性价比高的活动，增加品牌曝光度，提高品牌知名度，为活动中的销售铺平道路。

一、活动形式：

预热:时间:10月20日至11月10日。

图片:预热活动页面由店铺自主设计，包括首页海报、店铺招聘、宝贝详情页。所有图片都被视为主题元素，旨在营造购物狂欢的氛围，为活动奠定基础，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、老客户唤醒等。

正式活动:11月11日00:00~11月11日23:59。

图片:店铺活动主会场页面、产品详情页相关海报、微淘活动推广海报、钻展图片、直通车图片、店铺首页海报、店铺招

聘、独立订购流程图等。

二、活动力度：

1. 领券收藏。

2. 注意礼物。

三、抽奖获免单，每次购买100元以上获得一次抽奖机会，有机会获得免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

四、邀请朋友参加抽奖，邀请人有机会得到店内送出价值111元的神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会得到价值111元的神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时将联系客户本人确定收货地址和发货方式，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第二天公布。

一、直通车引流。二、店铺活动公告。三、宝贝描述通知。四、帮派社区宣传。五、旺旺签名活动预告。六、淘客联盟。

第三，活动跟进。

美术家：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递及时时间等声明，放在首页及商品详情页。

客户服务：售前x名售后x名客户审核x名(负责订单审核和打印)，确保计算机配置；确保公司网络；检查促销软件的设置。快速短语和自动回复(提前准备，包括促销，尽量少用)。

仓库：确保库存准确，避免缺货。准备打印机和相。

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。

(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2~3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流量和包裹数去计算。

(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2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。

商场双十一活动策划方案篇十

“低价风暴全民疯抢(亲，你买了没?)”。

二、活动时间

20__年11月11日。

三、活动内容

活动一全场5折终极狂欢(11月11日)。

11日11日起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

活动二购物有礼幸运随行(11月11日)。

凡活动期间在__购物的顾客，单张水单金额满__元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台

二等奖2名__超市购物卡一张

三等奖6名真空保温杯一个

四等奖20名心相印卷纸一提

参与奖20__名精美礼品一份

活动三一个人的节日双倍的甜蜜(11月11日)

购物满__元+1元赠2个棒棒糖(x元/个, __份)

购物满__元+11元赠2盒巧克力(x元/盒, __份)

(甜蜜有限, 礼品送完为止。)

四、活动费用预计

1、抽奖刮刮卡预计成本__元, 奖品成本__元, 总计__元。

2、双倍甜蜜活动, 活动预计成本__元。

3、海报及广告宣传费用__元。

此次活动预计总体费用__元。

五、活动宣传

1、广告投放, 采用报纸提前x天投放x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。