

# 最新淘宝促销活动方案(实用5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 淘宝促销活动方案篇一

淘宝自带功能：会员折扣可以在交易中自动打折。因为我的店铺还未使用会员制度，所以具体操作我也不会，但是我败过很多东西哦，买家经验还算丰富，于是败的过程中遇到过很多有会员制的店铺。

比如：累计消费500元，为普通会员，享受全部宝贝9.5折；累计消费1000元，升级为高级会员，享受所有宝贝8.5折；累计消费20xx元，成为终生vip会员，享受7.5折优惠！

## 淘宝促销活动方案篇二

“买一送一”即购买某种商品免费加送多一件同样商品或买某种商品赠送另一件(或几件)商品，是一种较为常用的商品促销。赠送的商品通常以主卖品的关联商品为佳。

例如：顾客买婷美洗发水200ml送(同类型)婷美沐浴露60ml

优点：促进顾客的购买欲望。

缺点：本活动针对的产品通常是新品或需处理商品，所以选择的赠送产品一定要具有吸引力，赠送的产品最好和主卖品具有互补性的关联商品或时下流行品。

“换购”是将名牌商品或季节性敏感商品以大力度低于市场

价吸引顾客换购，换购需满足一定条件，常见的有两种方法，一是购买指定产品可优惠价换购另一产品，二是购满一定金额可优惠价换购指定产品。

例如：顾客购物满50元，就可以以9.9元换购指定商品(该商品市场价14.8元)

优点：有效提高购买客单价，刺激顾客消费。“换购”顾客的接受力很高，还可博得“价格便宜”的口碑。

缺点：换购的产品要有吸引力，是顾客确实需要的东西。力度越大，效果越明显。若换购产品顾客不感兴趣则活动失败。

“加一元多一件”购买指定商品加1元送多一件同一商品或多一件不同商品。

例如：买5元纱曼婷面膜加多一元就可以免费送(同类型)纱曼婷面膜一片。

优点：刺激顾客购买产品。加一元多一件，加1元送的东西对顾客要有吸引力，所以产品选择很重要。

“现金抵用券”是一种变相的买赠活动，在活动中顾客一次性购物满指定金额，或者购指定商品可使用现金抵用券。该券可以当场抵用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

优点：刺激顾客消费，提升销售额，能够提高客单价，能增加顾客购物的额外惊喜，可使用顾客重复购买。

缺点：影响正常毛利。券的使用一般设有限制，会导致部分顾客不满，同时操作上容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，要有优良的监督。

“抽奖/摇奖”购物满指定金额就可以免费抽奖或摇奖，通常设置四至五个等级的奖项，特等奖或一等奖奖品设置比较诱人，能够调动顾客参与兴趣，奖项吸引力越大，活动越成功。可以现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方法。

例如：凡在娇兰佳人门店一次性购物满30元就可以免费抽奖一次，60元两次，最多限5次。奖项：一等奖、二等奖、三等奖、纪念奖(欢喜奖)。

优点：增加购物的乐趣，满足顾客“博大”的欲望，一般是规定买满多少才可以抽奖，提高客单价。活动成功的关键环节是：奖品设置要有吸引力。

缺点：抽奖活动各行各业都在搞，比较泛滥，顾客信任度不高。同时操作上需要有抽奖箱、摇奖转盘、奖券等很多道具物料。

“刮奖”购物满指定金额就可以免费刮奖，和抽奖有异曲同工之妙。该刮奖设置若干个奖项。现开现奖，刮中什么奖，现场就奖励。

例如：购物满30元就可以免费刮奖一次

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、安慰奖。

优点：现开现奖，顾客信任度高，增加顾客的购物乐趣。且操作简单，这种形式顾客乐意接受。

缺点：大奖送出，其消息扩散范围不大，影响力不大。

“捆绑销售”将一种商品捆绑在另一种商品一起，再重新定价或按照以前某一商品价进行销售。这也是常见的商品促销手段，和“买一送一”形式差不多。主要是针对商品单品的销售。例如：沐浴露与沐浴球捆绑一起销售。

优点：能够刺激商品销售，提高客单价。

“限时抢购”指在指定时间以特别优惠价钱售卖商品。目的是拿名牌商品或敏感商品来吸引人气，显著的特点是：抢购的商品是大众化知名度高的商品，差价优惠力度要大，要根据店自身的情况选择时间段。

优点：极大地吸引人气，并能够博得低价的口碑。

缺点：抢购商品数量有限，不能满足顾客需求，可能导致顾客不满。由于让利比较大，对利润的损害比较大。

“买满就送”指顾客消费满一定金额可送(商品/现金券)，是各行各业最普遍的一种促销方法，赠送的东西可根据当地实情制定，也是顾客比较喜欢的一种促销方法。

例如：买满30元送10元现金券；买满30元送护手霜一支。

优点：提高客单价，刺激消费，如果送现金券还可以刺激顾客二次购买。

缺点：送的东西如果没有吸引力会导致活动失败，赠送现金券如果不是现场抵扣，会导致部分顾客不满。

## 淘宝促销活动方案篇三

淘宝网上商店的具体促销策略可从网店内、外两个方面入手，其中在网店内进行的销售促进以免邮费、打折、赠品三种方式为主。以下是小编整理给大家的关于淘宝促销活动方案，希望能给大家带来帮助！

活动目的：引入流量，针对小资人群，宝宝和妈妈一起短途郊游的需求，进行相关产品的推荐。

针对人群：时尚小资人群

活动地点：商城首页和母婴频道

投放时间：大概会放2到5天不等。（具体需要和韩湛这边确定）

费用：

活动周期：4月12日至 4月22日

参加活动产品推荐：

具体活动文案：

作为一个现代家庭主妇，我容易吗我？

鸭梨山大的2015年，我们要对抗蒜你狠豆你玩，到了2015年大核民族又让我们无盐以对，好在神马都是浮云，给力的大喊一声我勒个去，一切都闹太套，我心爱的宝宝才是最重要的，伤不起啊，让我们时尚的春游去！

活动描述：

主题1：高高兴兴穿新衣，换了衣服，也换了心情

1. 男童时尚新装 左侧一件大图，2行小图，每行4件。
2. 女童时尚新装 左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题2：出行要舒适，更要安全，我们不差钱

1. 高档儿童推车 一件大图，2行小图，每行4件。
2. 高档儿童汽车安全座椅 左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题3：这里阳光真好，我们玩游戏吧

1. 爬行毯，野餐垫 左侧一件大图，2行小图，每行4件。
2. 儿童对战软弹枪 办家家娃娃玩具 儿童桌面游戏 左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题4：好饿啊，我要吃饭 我要吃饭

1. 儿童食品 左侧一件大图，2行小图，每行4件。
  2. 婴幼儿奶粉 左侧一件大图，2行小图，每行4件。
5. 标题：一个好妈妈春游的准备，万无一失
1. 户外便携包纸尿裤口水巾 左侧一件大图，2行小图，每行4件。
  2. 孕妇装 左侧一件大图，2行小图，每行4件。

1. 活动目的：

由于“淘淘一家”的用户主要来自年轻一族，普遍具有追星的心理。“淘you淘的就是你”活动就是为了满足这些用户的需要，为他们创造和明星接触的机会。借明星吸引更多的年轻一族关注3d网淘，加入3d网购，从而达到助势产品推广的目的。

2. 活动时间□20xx年2月14日到28日

3. 活动简介：

“淘淘一家”用户在情人节、春节期间参加3d网购超过150元，即有机会参加“淘you淘的就是你”活动抽奖。活动将会

有60%的机会能获奖，其中有50%符合条件的用户将获得国内娱乐明星亲笔签名的新年纪念礼物(初定为日历记事本)，10%的用户更能获得2015年娱乐明星见面会门票。

#### 4. 活动执行：

(1) “淘淘一家”在参加3d网购时登记“我最想见到的国内明星”，并写出前三志愿。

(2)根据用户的对明星喜好的基本调查，确定5个基本明星，联系确定其意向。

(3)进行用户抽奖并送出新年纪念礼品，后续跟进明星见面会门票事宜。

#### 四、活动预期效果：

##### (一)．活动能够体现系统性、规模性

“淘you”系列网络活动从“淘友”“淘优”“淘游”三阶段展开，各个阶段彼此相连，彼此贯穿，历时较长，共同形成大型的系列“淘you”活动事件，使活动具有系统性和规模性。通过长时间的大规模运作，将会对淘淘一家淘宝娱乐城进行较为广度的推广。

同时，由于活动通过现时广为流行的qq社区等媒介进行网络炒作、明星助势diy等活动的推广，保证了整个“淘you”系列网络活动的规模。

##### (二)．活动具备有用户群体的针对性

“淘you”系列网络活动从淘宝用户、社区论坛用户、游戏用户三种类型的用户着手，为他们创造亮点和吸引点。由于淘宝网用户本身对淘宝业务比较熟悉，从该用户推广开来可以

带动其他非淘宝用户认识淘宝，加入淘淘一家，同时活动也兼顾到社区论坛用户和游戏用户，由于这些用户都常常关注论坛，因此活动通过论坛展开能把这两种类型的用户吸引进来，促进用户的大量参与和活动的广泛传播。

### (三). 活动具有较大吸引力和趣味性

由于“淘淘一家”用户主要是年轻一族，根据他们喜欢追星、喜欢网游、喜欢论坛的心理策划“淘you”系列活动，结合有奖竞猜、免费出游、明星接触等多种富有吸引力和趣味性的形式，能够有效吸引追求时尚、追求创新、追求娱乐的用户加入“淘淘一家”。

#### 一、活动背景：

随着电子商务的迅速发展，网上购物，网上开店在大学校园中已成为一种时尚。在我们学校无论是电子商务专业还是非电子商务专业，已在和愿意在淘宝开店的同学很多，为了给愿意在淘宝开店和已经在淘宝上开店的同学之间一个共同交流和学习的平台，特举办了这次比赛。

#### 二、主办单位：管理技术学院

#### 三、协办单位：计科系团总支学生会

#### 赞助单位：

#### 四、参赛对象：管理技术学院全体同学

#### 五、活动时间□ 20xx年3月20日至20xx年4月25日

#### 六、活动地点：待定

#### 七、报名方式和奖项设置：



(1) 同学们可以以个人和团队报名；

(2) 报名时间为20xx年3月20至3月24日

(3) 王牌店长 1名 证书+奖品

王牌团队1个 证书+奖品

亚军团队1个 证书+奖品

季军团队2名 证书+奖品

参与奖4名 证书+奖品

八、活动内容：

第一环节：淘宝开店策划

活动安排：

1、参赛选手自报名之日起，根据自己的参赛选手自己的设想制定自己的淘宝店铺开店策划书。

2、参赛选手、团队于4月5日前把自己的策划方案以电子档和纸制策划交到活动组委会。

3、有专业老师对策划方案进行评，优秀的方案进入第二轮。

要求：

1、策划书包括淘宝网定位与目标、淘宝同行网店总体情况分析、淘宝网团队组建方案、淘宝网装修方案、淘宝网物流方案、淘宝网推广方案和淘宝规则和售后服务等。

2、策划书要含有淘宝店铺的店面设计。

## 第二环节：开店策划书ppt展示

### 活动安排：

- 1、参赛选手和团队根据自己的策划方案制作ppt对自己的策划方案进行说明。
- 2、店主竞争，对于自己的赛场竞争对手的店铺进行剖析，知己知彼百战不殆。

### 要求：

- 1、要用office2003制作ppt
- 2、对自己店铺未来发展的分析要有理有据。
- 3、对赛场竞争对手的店铺进行剖析，要突出自己自己店铺的  
优点，和对方的优缺点。

## 九、活动安排：

### 1、时间安排。

3月20日前，活动的策划、宣传。

3月21至3月25日，参赛报名时间。

3月5日前，为的交稿时间。

3月10日为第二阶段的开店策划书ppt展示。

## 淘宝促销活动方案篇四

1确定促销的商品、并备好充足的货。

## 2要确定顾客人群

1、确定促销的商品、并准备充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对感官与好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是呛的，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。

2、要确定顾客人群：确定商品后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

## 淘宝促销活动方案篇五

对于淘宝店铺来说，一年365天不可能天天都是旺销，总有淡旺季之时，那么在淡季如何开展促销活动呢?下面本站小编给大家介绍关于淘宝促销活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

### 第一节 价格折扣

方案1 错觉折价——给顾客不一样的感觉

例：“花100元买130元商品”错觉折价等同打七折但却告诉顾客我的是优惠不是折扣货品。

方案2 一刻千金——让顾客蜂拥而至

例：超市“10分钟内所有货品1折”，客户抢购的是有限的，但客流却带来无限的商机。

### 方案3 超值一元——舍小取大的促销策略

例：“几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销”，虽然这几款货品看起来是亏本的，但吸引的顾客却可以以连带销售方式来销售，结果利润是反增不减的。

### 方案4 临界价格——顾客的视觉错误

例：10元改成9.9元，这是普遍的促销方案□

### 方案5 阶梯价格——让顾客自动着急

例：“销售初期1-5天全价销售，5-10天降价25%，10-15天降价50%，15-20天降价75%”这个自动降价促销方案是由美国爱德华法宁的商人发明。表面上看似“冒险”的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客就会来。但对于顾客来说，选择性是唯一的，竞争是无限的。自己不去，别人还会去，因此，最后投降的肯定就是顾客。

### 方案6 降价加打折——给顾客双重实惠

例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元可减10元，并且还可以享受八折优惠”先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元；但满100减10元再打8折，损失28元。但力度上双重的实惠会诱使更多的顾客销售。

## 第二节 奖品促销

### 方案7 百分之百中奖——把折扣换成奖品

例：将折扣换成了奖品，且百分之百中奖只不过是新瓶装老酒，迎合了老百姓的心里中彩头，而且实实在在的实惠让老百姓得到物质上的满足，双管齐攻收销匪浅。

## 方案8 “摇钱树”——摇出来的实惠

例：圣诞节购物满38元即可享受“摇树”的机会，每次摇树掉下一个号码牌，每个号码牌都有相应的礼物。让客户感到快乐，顾客才会愿意光顾此店，才会给店铺带来创收的机会。

喜庆元素，互动元素，实惠元素让顾客乐不思蜀。

## 方案9 箱箱有礼——喝酒也能赢得礼物

例：此方案涉及的顾客多，且没有门槛要求，所以是最为广泛应用的。

## 第三节会员促销

## 方案10 退款促销——用时间积累出来的实惠

例：“购物50元基础上，顾客只要讲前6年之内的购物小票送到店铺收银台，就可以按照促销比例兑换现金。6年一退的，退款比例100%；5年一退的，退款比例是75%；4年一退的，退款比例是50%……”。此方案赚的人气、时间、落差。

## 方案11 自主定价——强化推销的经营策略

例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意一定先考虑好商品的价格的浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是保证店铺不至于亏本的重要保障。

## 方案12 超市购物卡——累计出来的优惠

例：购物卡的有点稳定了客源，双赢，广告效应。

## 第四节变相折扣

### 方案13 账款规整——让顾客看到实在的实惠

例：55.60元只收55元。虽然看起来“大方”了些，但比打折还是有利润的。

### 方案14 多买多送——变相折扣

例：注意送的东西比如“参茸产品”可是是“参茸”也可以是“参茸酒”也可以是“参茸胶囊”。其实赠送的商品是灵活的。

### 方案15 组合销售——一次性的优惠

例：将同等属性的货品进行组合销售提高利润。

### 方案16 加量不加价——给顾客更多一点

例：加量不加价一定要让顾客看到实惠。

### 双十一活动促销方案1：包邮

包邮作为最为常见的优惠方式，为消费者省去邮费的烦恼，在双十一活动期间，满多少的消费者□x年内送包邮卡。

### 双十一活动促销方案2：打折

限时或者限量打折，主要是增加买家的紧迫感和购买乐趣，双十一活动当天，拿出一部分商品来做限时限量打折抢购的活动，当然也可以做一些折上折的活动。可以配合赛马时间节点来做。

### 双十一活动促销方案3：送礼

预热期间可以使用收藏有礼，提升商品权重。双十一活动当天可以购买金额最高的用户活动一份大礼，如送一部土豪金。

## 双十一活动促销方案4：满减

## 双十一活动促销方案5：

满送满就送在双十一活动当天，设定几个满就送的活动。

## 双十一活动促销方案6：试用

试用一般适用于新品上市，维护商品口碑。双十一商品重点新款上线后，为了维护商品的评价和评分，除了参加官方试用平台活动之外，自己在店铺里面针对老用户也可以发起试用活动。这个活动在十月份可以持续进行。

## 双十一活动促销方案7：优惠券

在消费者购买时，每消费一定数额或次数，给用户给优惠券，会促使用户下一次来你这里消费，当然也达到了促销的目的。从十月份到双十一预热阶段需要发放双十一当天使用的优惠，可以设置成三个等级，20元不限额、50元、100元限额使用。不同的时间节点，使用的活动方式也是有一定的区别，比如，10月份和预热期间，除了满减，打折之外，优惠券和试用比较符合这个阶段。

## 双十一活动促销方案8□vip活动

vip活动有两大目的，一是新会员招募，二是老会员回馈，其实这两种方式的最终目的是带来新会员，激活老会员，沉淀忠实会员。在十月份和双十一预热期间□vip活动要不断是进行，如果会员基数比较大的店铺，除了新会员招募之外，重点应该放在老会员激活方面。

## 双十一活动促销方案9：抽奖

抽奖促销也是淘宝卖家常用的方法，抽奖时要注意公开公正

公平，奖品要对大家有吸引力，这样才会有更多的用户对促销活动感兴趣。

## 双十一活动促销方案10：竞猜

竞猜活动也是淘宝卖家常用的方法，如新品上新后，可以发起销售价格竞猜，设置一个上下值，只要用户所猜价格在这个值范围内，即可享受5折的价格进行购买。

共2页，当前第1页12