

双十一促销策划方案(优质6篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。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。

双十一促销策划方案篇一

给单身的你找寻另一“半”的机会。

但愿人长久/光棍不再有。

稳步提升x酒吧品牌。

x酒吧。

20xx年11月11日。

因“万圣节”的刚过，且“x节”在x这样的中型城市发展空间不是很大，加上一年一度的“光棍节”即将到来，综合考虑，决定此节日不做大，但一定要做细，做得深入人心。

- 1、活动当晚凡20：30前到达酒吧的女士均可获赠奶茶一杯。
- 2、全场互动环节，如有光棍男士相中喜欢的女士可写小字条由服务生传递，体验飞鸽传书的乐趣。
- 3、晚十一点抽取幸运消费奖，一等奖1名：王朝干红一套；二等奖2名：啤酒4瓶；三等奖3名：啤酒2瓶。

但愿人长久，光棍不再有！

快快行动吧，在x酒吧告别你的单身！

双十一促销策划方案篇二

活动，是继20xx年之后，阿里巴巴集团的第七个双11。如今，“双11”已不仅是天猫或者是阿里的狂欢，更是全民的狂欢。同时□20x淘宝天猫双11主分会场在进入门槛上，除了海选报名、设置店铺红包、店铺满减、承接页设置外，还增加了卖家大促规则考试。

对于商家来说，最迫切想知道的就是20x活动如何报名？需要什么资质？接下来小编将为你详细介绍20x淘宝会场报名必备条件。

首先，所有卖家海选报名并审核通过，可以报名参加主分会场，外场报名无需参加海选；其次，参加报名的商家必须完成大促风险和安全考试；最后，商家还得完成店铺红包设置、店铺满减设置（外场不强制要求）以及承接页设置，才能顺利进入分会场。而主会场无需商家报名，将通过分会场以商家“赛马”的方式选取秀的商家入围。

9月14日□20xx年淘宝天猫活动开始宣传。

9月15日-9月30日，参加分会场的商家开始海选报名（通过海选，才可以报名会场）。

10月8日-10月23日，分会场及20xx淘宝双11外场报名，同时商家还得完成店铺红包和店铺满减活动的设置。此期间，将进行“发布会”“商品报名”“主/分会场”“赛马机制”环节。

10月31日，分会场公布报名结果。

11月1日-11月10日□20x淘宝天猫双11活动进入预热阶段。其

中，11月1日-11月7日，卖家可以进行商品调整、库存调整、预售/营销、客户唤醒等工作。11月08日—11月10日，禁止商品操作、禁止库存操作、购物车收藏夹操作和晚会等。

11月11日□20x淘宝天猫活动正式启动，双11商品开售。商家进行特定补库存、预售尾款、打单发货、供应链保障。

之后，即11月12日，恢复全部操作，继续发货，商品派送，服务启动。

20xx年淘宝天猫活动总共设置了32个会场：1个主会场，31个分会场(内含12个特色会场)，另外还设有25个大促外场以及单设的淘客会场。

所有会场均来自19个分会场的不同商品及商家(如上图)。分别是：女装、男装、女鞋男鞋、美妆洗护、运动户外、箱包、内衣配件、珠宝宠物、母婴用品、童装玩具、手机数码、家电、家具、家装、百货、美食、汽车配件、游戏、全球购。商家需要通过大促考试，完成店铺红包设置、满减活动设置以及承接页面设置，并且符合该分会场其他要求，才能参加该会场的双11活动。(更多会场详细介绍，小编将后续更新)

在今年的淘宝天猫玩法中，分会场必设玩法为：设置店铺红包(红包适用范围为全店商品);设置店铺满减(二手车、爱蜂尚、虚拟会场不参加);装修店铺承接页(如不装修，系统默认采用大促模板，可从10月19日开始装修)。外场必设玩法中不包括店铺减满活动设置。除了以上玩法之外，淘宝平台还提供了主会场全场五折、“11.11”购物券、天天特价、淘金币、拍卖会、淘宝天猫贷款申请、店铺微海报发布、店铺升级等。更多玩法暂时官方还未公布，后续将会更新。

据媒体报道□20xx年11月10日晚，阿里巴巴将联合合作伙伴举办“20x淘宝天猫”双11“狂欢节晚会，由知名导演冯小刚执导，并实现全球同步直播。届时，邀请多位明星将到场。据介绍，

在阿里巴巴内部，这场晚会已经被称为“双11春晚”。同时，阿里ceo张勇透露，晚会虽有明星出现，但这场晚会并不是单纯的综艺节目，而是要体现出电商特色，让观众互动起来。作为已经火热备战20x双11的电商卖家，你是否已准备好了？让自己的产品、品牌趁势曝光。

据了解，针对参与20x淘宝天猫双11()活动的“活动商品”与“活动商家”，淘宝网将给予额外特权支持：

- 1、“活动商品”将在本次大促预热、分会场、外场得到流量支持
- 3、“活动商品”还有机会在淘客会场中展示，获得额外站外流量。

在20xx年淘宝天猫活动中，淘宝将为商家提供流量资源支持：

- 3、淘金币等热门市场会透出大促商品；
- 4、淘客的站外流量；
- 5、钻石展位和直通车的付费流量。

此外，商家备战20x双11期间，除天猫国际以外的商家可获得贷款额度的临时提升；网商银行还会携手淘宝贷款降低利率，为商家提供更实惠的资金。同时，还将为商家量身定制专享产品“大促贷”及网商银行更多金融服务产品。

双十一促销策划方案篇三

一、活动背景：

“双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折

促销活动，以提高销售额度。2016年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿！

二、活动目的：

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

三、活动内容：

全场满2元减1元(相当于全场五折)拍下即减!还全场包邮哦!
宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮! 活动时间：2016.11.11凌晨一点至24点。

四、活动分析：

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五、团队配合：

美工：设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。
文案：提炼活动广告宣传语。 推广：删除搭配减价以及删除

第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格， 发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

双十一促销策划方案篇四

下面是本站小编为大家整理的策划双十一促销主题，欢迎大家阅读。更多相关内容请关注本站策划书栏目。

策划双十一促销主题

一、活动背景：

“双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。2018年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿！

二、活动目的：

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

三、活动内容：

全场满2元减1元(相当于全场五折)拍下即减!还全场包邮哦!

宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮! 活动时

间：2018.11.11凌晨一点至24点。

四、活动分析：

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五、团队配合：

美工：设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。
文案：提炼活动广告宣传语。推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

2018年双十一活动策划方案

一、促销方法：

- 1、利用打折进行促销
- 2、免费礼物满就送
- 3、积分换购或积分抵现金
- 4、加价购

5、满就减

6、买就赠 这些促销活动都有自身的优势，也有自身的缺点。

二、促销的目的： 节双利用中秋节、国庆节客户流量大的优势进行促销。目的就是留住大客户量。 从而赚更多的信用、钱。

三. 促销前工作：

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。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，也会影响买主对咱们的好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。那可就不值得啦。

2、顾客人群的确定：要促销，当然要把促销的对象搞清楚，促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的财富来源，而不是你自己，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，你的目标消费群知道了，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。

目标对象确定了，再选择合适的传播方法，比如网上的旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告□qq,博客，微博，贴吧，帮派，论坛发帖等等。都可以起到传播信息的作用。

顾客确定了，才能选择合适的促销方法。

四、活动促销方案介绍

1、免费礼物满就送

购物订单到一定金额(10)即送免费礼物一个(国徽一枚)。

2、积分换购或积分抵现金

积分换购商品。十元为一分。这对老的忠实用户是一个非常好的`回报。此举也能让那些目前积分不是很多的买家多购物。如果你的积分换购商品够吸引人的话，说不定有买家会为了凑够积分疯狂购物呢。这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度！

3、折扣大打折

凡是在中秋节和十月一当天到我店铺买东西的都可以 “您只要花2元就可以买到我们店里价值5元的商品” 或者 “您只要花1元，就可以在我们店里挑选任何一件原价的商品”。这有这样买家才能更被我们的宝贝所吸引。 人们总是普遍认为打折的东西质量总是会差一点，这是心理暗示，要打消这种心理暗示就要让买家觉得我买的这个商品其实是原价的，但是我花了更少的钱买到他了，我赚到了。

这其实和打折差不多。但是给买家的感觉是完全不一样的，如果你给5元的宝贝打个7.7折，那买家感觉这个宝贝就是值3块，那他的 质量估计也就是3的质量。但是你把打折改称“花2元就可以带走价值5元的商品”，买家就会觉得这个商品的价值还是5元，但是我只要花 2块钱就得到了，他的质量品质还是5元的。

4、加价购

消费者在购买特定的商品基础上，增加活动金额即可低价获取活动内容之商品；例如买一件上衣装备加点金额可以低价买取头饰类等装备。

5、满就减

凡在中秋节和十月一期间购买我店铺东西满五十元我们就给你件十元。满三十元就减五元。

6、买就赠

中秋节和十月一凡在我店铺购买指定商品即赠超值物品;案例如买上衣服装备就送精美头饰等。

7、抽奖

抽奖是一个非常有着诱惑力的促销方案。在中秋节十月一期间凡是在我店铺购买过的东西买家都可以参加抽奖一次哟。机会不容错过。

百元大奖等着你哟!!! 再者就是一发表精华帖子, 软文也可, 只要包含了促销信息或者产品信息;二是多建友情链接, 特别是那些浏览量特别大的店铺, 很多人在进行浏览的时候, 一不小心就看到了你的店铺;三是巧用搜索, 建议店铺和宝贝的名字要加多一些买家常用的搜索关键字, 可以增加网店的曝光率, 例如国庆促销, 国庆特价。

双十一促销策划方案篇五

如果说要出一个策划方案, 那么很简单, 立刻就可以搞定, 比如说活动策划方案, 针对产品本身的爆款打造方案等等, 都可以作为一个策划案。

比如说, 我们现在要做一份活动策划方案, 在接下来的双十一投入几个专展, 或者上一个聚划算。那么目标明确了, 接下来该怎么办?说白了, 就是一整套流程走下来, 那么什么算是活动策划的一整套流程, 下面, 我就在这里大致的介绍下:

第一，选款。也就是说，用哪个商品去上活动?在选款的时候，要充分考虑到如果活动上去了，它的销量会怎样，这一步算是活动评估，因为你总不能拿店里面一个销量都没有的产品去上活动吧，即便你想上，淘宝也不答应。所以，一般情况下，上活动的产品，都是本店销售最火爆的产品，毕竟，销售最好的，说明用户接受度高，从本质上来讲，是在说明市场的反应情况。

第二，活动价格计算。淘宝上活动，人家总是要求打折的，你大致算下，如果淘宝小二答应了，你可以上活动，但前提是打5折，那你那时候就要计算了，如果打5折再包邮，会不会亏本，亏多少，如果不亏，我可以赚多少?大部分情况下，你家的商品要上活动，在价格方面，被淘小二挤出来的水分是非常多的，也就是说，人家见多识广，看着图片就差不多能估摸出你产品的成本价，所以小二同志会死命的压价。正是因为小二同志有此嗜好，所以，活动商品的最初定价还是相当重要的。你对活动产品的价格安排也就显得非常重要。

第三，店内营销策划。好歹上一次活动，总不能浪费了这个流量，那么是不是还要在店里面做一系列的营销策划，诸如满就送、搭配套餐等等，这一点的目的是为了提升客单价。虽然这一点对客户来讲，有点不大情愿，为什么，因为凡是参与活动来购买的，基本上都是奔着活动产品来的。但是，这里有一个问题，顾客不买，不代表不能没有。

第四，调货。既然要上活动了，总要备货备在这，总不能说完卖了再去进，那会就已经晚了。

第五，活动上线后的客服管理。搞过活动的同学应该清楚，比较好的活动上线了，那会你的客服工作就非常重要，你总不能一直跟客户神聊吧，你这么一神聊，要么让其他客户走人，要么客户收到货后在评价中说你几句，你要知道，他说的话可是展示出来的，这总不大好。而且，即便你想神聊，也没这个机会，你那电脑一直弹对话，你自己也扛不住吧。

从我搞活动的情况来看，好活动开始，电脑基本上就卡死了，所以，提前写好自动回复很重要。在这个自动回复里面，你要把能想到的都写上去，不要怕文字长。关键是，尽可能的回复客户的疑问。

第六，发货。根据活动大小，提前准备一些货总要先打好包，这个很重要，不然，如果客户一多，你发货速度慢，就会影响到店铺的评分，所以，这一点务必清楚。

第七，售后处理。发货之后，客户陆续就收到货了，这时候，麻烦也就来了，各种各样的评论都有，比如遭遇差评怎么办？该如何解决，这些都是要考虑到问题。

以上是一个活动策划最简单也是必须要考虑到的内容，而且，这个只是流程，作为活动策划者还必须给这些环节，每个环节里面安排一个人员来负责，在何时何地做什么样的工作，出现问题之后的内部协商机制是什么等等。

总之，如果是策划案，必须注意一点，流程要完整，还必须将该策划案落实到执行层。你要进入到情境中，因为是你策划的，你需要什么样的资源来配合你，在活动中会有什么样的情况发生，你如何解决和避免等等都要说清楚，至少要有所防范，如此，便是一个简单的策划案了。

双十一促销策划方案篇六

“双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。2015年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿！

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我

们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

全场满2元减1元(相当于全场五折)拍下即减!还全场包邮哦!
宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮! 活动时间：2015.11.11凌晨一点至24点。

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

美工：设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。
文案：提炼活动广告宣传语。 推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格， 发货员：备货以及快递公司提前联系准备。