

最新淘宝活动策划是做的(优秀7篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

淘宝活动策划是做的篇一

20xx年5月1日20xx年5月13日

通过在“母亲节”期间组织一系列的营销活动，旨在进一步弘扬中华民族的传统美德，为子女们表达对母亲的深爱之情、回报母爱、慰藉母亲慈祥而善良的心而搭建一座服务的“桥梁”；同时，借助这次营销活动，进一步向社会展示邮政礼仪和特快专递(ems)的优质服务，提高邮政速递和邮政礼仪等业务品牌的知名度、美誉度，以达到在学生中，特别是大、中专学生中培植特快专递(ems)和邮政礼仪的潜在用户群体的目的。

以工薪阶层和在校大、中专学生为主要开发对象。

在校学生(特别是大、中专在校学生)：接受新鲜事物比较快，主要提供5月6日前收寄，5月13日“母亲节”当天投递的“给妈妈的一封信”省内特快专递邮件寄递服务。

特快专递业务

1. “给妈妈的一封信”特快专递业务：

价格：凭省邮政速递局统一制作的专用信纸，8元/件(只限寄省内)。确认为特困生的免费寄递。

2. 母亲节特快专递礼品寄递业务：

具体内容：5月6日前收寄，5月13日“母亲节”当天投递。

价格：凭在收件人后添加“(妈妈)”称呼字样，享受4公斤以内省内每件30的资费优惠。

一是营造气氛。在“母亲节”的前二周，各局要邀请新闻记者渲染气氛，并和新闻媒体共同举办“母亲节”专题访谈节目，重点突出“母亲节”的重要意义，号召所有子女们在“母亲节”期间对母亲进行关怀和慰问。

二是悬挂条幅，散发宣传单。各局要统一制作“妈妈，我爱您”宣传条幅、宣传标语和宣传单，宣传条幅在各邮政局所和繁华场所显著位置悬挂，宣传单随特快邮件投递，并积极进校园、营房进行宣传、公关。同时，开展“母亲节”邮政礼仪鲜花礼品专送预订服务；组织人员选择各居民小区、学校等地进行业务宣传介绍，争取将活动内容尽最大可能宣传到所有的为人子女者。

三是已建立“185”客户服务中心的市(地)局应及时增加相应的业务内容，强化客服中心对业务开发的服务功能。

四是要分类目标进行宣传。如：针对在校学生，可以利用和学生、学生会、学生团体合作散发宣传单、悬挂条幅等方面进行宣传。宣传时重点说明“母亲节”的重要意义，感召学生们在节日期间亲自给妈妈写一封信，并使用特快专递专用信封寄给母亲，准时传达对母亲的问候；针对上班族则应该利用媒体、悬挂条幅、传单等方式进行宣传，感召他们节日期间使用邮政礼仪送去对母亲的关怀和祝福。

服务要求

各局要树立高度的质量意识，充分发挥全国异地联网的优势，

从维护邮政信誉的高度确保服务质量，做出品牌，做出规模，做出效益。各局在配送、投递礼品和鲜花时要保证礼品和鲜花的质量，不得以次充好。

邮政礼仪业务

主要利用邮政礼仪的全国联网优势，提供母亲节期间异地同城鲜花、礼品邮政礼仪配送服务。

活动组织

特快专递业务

一是各局要积极与商场、礼品店联系，利用邮政特快专递网络优势，联合开发节日期间异地礼品寄递市场，达到双赢目的。

二是各局要统一组织“给妈妈的一封信”关爱母亲大型宣传造势活动。省邮政速递局统一制作“母亲节”期间的业务宣传单，专用信纸和特快专递“母亲节”标识。活动期间，各局要根据当地实际情况提前免费向用户发放专用信纸，并要积极与当地大中专院校的学生团体、学生会联系对“母亲节”进行宣传造势，感召全体同学(包括小学生)在“母亲节”到来之际亲自为母亲写一封感谢信，以表达对母亲的关怀和热爱，也可以将学生会等组织作为临时业务代办点进行办理“母亲节”期间的各项业务。

三是认真组织“母亲节”期间邮件的收寄和投递工作。在收寄“给妈妈的一封信”特快专递邮件时，收寄人员必须将“母亲节”标识贴于特快邮件详情单的左上方，以供区别普通特快邮件，并于5月6日前全部发出；投递局收到此类邮件后要暂时搁置，于5月13日“母亲节”当天集中投递至收件人手中。

邮政礼仪业务

一是以“母亲节”期间异地和同城鲜花礼品为主，要充分利用邮政礼仪高质量的插花艺术和强大的配送能力，及时准确传递节日的祝福。

二是在“母亲节”来临之前，各局要提早将礼仪公司节日期间的鲜花礼品种类、价格，公布到“185”客服中心，以备客户咨询。

三是各局要在进行深入广泛的市场调研基础上，细分市场，并针对不同的目标群体制订不同的营销策略：一要针对目标群体消费水平的不同，制定出不同价格档次的鲜花礼品。如：针对消费水平较低的学生，可推出资费较低的学生套餐。二要根据消费者的订购时间不同，制订相应的价格策略。由于越临近“母亲节”，康乃馨等鲜花的价格势必随之上涨，因此各局可根据市场的价格行情对预先订购的客户实行优惠。三要开展回赠消费者精美礼品或打折卡活动，进一步引导客户再次使用邮政礼仪。

淘宝活动策划是做的篇二

国庆节是一个不可多得的销售旺季，下面小编整理了淘宝店国庆活动策划方案，欢迎阅读！

- 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。

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。

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。

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。

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2019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。

(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”。

淘宝活动策划是做的篇三

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：

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

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

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。

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购买头饰类等装备。

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

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。

团聚购划算-----淘宝中秋主题活动策划

主题：团聚购划算

活动时间：9月8日--9月11日

活动文案：中秋节这一天人们都要吃月饼以示“团圆”。团聚是这一天中华民族共同的心愿。

活动安排：中秋8重好礼

第一重一元秒杀

1款商品每天上午8点晚上20点进行1元秒杀

第二重全场包邮

活动期间，全场满150元包邮，港澳台及海外地区不在包邮范围。（默认快递：圆通，申通）

第三重五折秒杀

（建议这里出现的产品，是原价100多的，折扣后几十元的产品。是作为给顾客尝试的产品）

第四重满送

购物满200元，即送20元优惠券

购物满300元，即送40元优惠券

购物满500元，即送80元优惠券

下次即可使用

第五重新店特惠

甩货产品买一送二(送的产品，可以由指定产品区中任意挑选)

第六重中秋免单

特定产品第一件原价第二件5折第三瓶免单!

第七重好评返现

只要给予好评，并留言30字以上好评，进行“跟随购”的顾客，切图给客服确认后，可以获得支付宝现金支付5元的返现。

第八重团圆照评选

谁和家人最亲热，来拍一张亲热的全家福吧!

笑的最开心的，经过群众评选后，可以免费活动价值500元的超值大礼哦!

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

淘宝活动策划是做的篇四

主题：团聚购划算

活动时间：9月xx日--9月xx日

活动文案：中秋节这一天人们都要吃月饼以示“团圆”。团聚是这一天中华民族共同的心愿。

活动安排：中秋8重好礼

参考页面风格和素材

第一重一元秒杀

1款商品每天上午8点晚上20点进行1元秒杀

第二重全场包邮

活动期间，全场满150元包邮，港澳台及海外地区不在包邮范围。(默认快递：圆通，申通)

第三重五折秒杀

(建议这里出现的产品，是原价100多的，折扣后几十元的产品。是作为给顾客尝试的产品)

第四重满送

购物满200元，即送20元优惠券

购物满300元，即送40元优惠券

购物满500元，即送80元优惠券

下次即可使用

第五重新店特惠

清仓产品买一送二(送的产品，可以由指定产品区中任意挑选)

第六重中秋免单

特定产品第一件原价第二件5折第三瓶免单!

第七重好评返现

只要给予好评，并留言30字以上好评，进行“跟随购”的顾客，切图给客服确认后，可以获得支付宝现金支付5元的返现。

第八重团圆照评选

谁和家人最亲热，来拍一张亲热的全家福吧!

笑的最开心的，经过群众评选后，可以免费活动价值500元的超值大礼哦!

看过中秋节淘宝活动方案的人还看了:

淘宝活动策划是做的篇五

一、策划书名称

淘宝网双十一营销策划书

二、活动背景

随着互联网的发展，网上购物已经成为一件很普遍的事情。淘宝便是如今在线电子商务平台的一位领跑者，在消费群体的消费能力与淘宝销售额的飞速增长的当下，很多人从电商的市场潜力中看到了商机，也被这块公平的创业乐土所吸引，纷纷加入到电商这个行列中来。由此带来的影响是，即便淘宝的消费市场足够大，但是竞争的激烈程度也越来越大。因此，在如今的淘宝环境中，如果没有促销活动的带动，即便是品牌大店，也会很难守得住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很惨淡。即将到来的双十一，无疑又为一场电商大战拉开了帷幕，在这样的情形下，淘宝店主们要开始绷紧神经，细致的做好排兵布阵了。

三、活动目的和意义

在双十一电商大促之时，利用各类营销手段、吸引消费者的注意、提高网店的流量、增加店内的销售额，最终使得本店的销售业绩与在消费者心中的印象在双十一期间得到良好的提升。

四、活动内容

1. 店面的装修与整体感觉：

对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满双十一大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(3) 节后：体现“双十一过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到双十一带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但

是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

2. 促销方式：

(1) 直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

(2) 买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。

(3) 两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4) 满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了。

(5) 搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是最受消费者欢迎的。

3. 客服：

双十一期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里

最好加上双十一大促的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。

4. 售后：

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客找到淘宝网来维权。

双十一天猫淘宝策划原则

根据以往的双十一活动分析总结，将整个双十一店铺营销策划分成三个部分：

第一部分是打基础。增销部分，时间节点是在10月10日至10月31日，这部分主要活动是聚划算活动和店铺优惠发送活动，当然这段时间也不局限于只是聚划算的商品团和品牌团，无论是什么样的第三方活动只要是一切能上的店铺活动，都可以申请参加，尽可能的提高店铺的销量，提高店铺的人气。

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11月1日至11月10日，活动内容主要包括双十一当天使用的店铺优惠推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动□sns推广。

对于卖家来说，预热这十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，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，所以这几天不仅仅是增加新用户的时期，更是维护老客户的重要时间段，我们要

的是双十一的爆发，无论是通过优惠券还是各种的优惠方法，都是为了让更多的客户知道双十一我们有着怎么样的优惠力度，有着什么样的产品将在双十一上大放异彩。

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1-5折是必须要有，满就减也是不可缺少的。但是除了这些常规款外，我们是不是可以进行一些玩法的创新呢？只要是让消费者满意的优惠活动，尽管咋上来吧!!!

12店铺首页的原则

1) 首页促销活动简单明确，让消费者一目了然，主推货品图，要能吸引眼球，不管是优惠力度还是商品的卖点抓住眼球才是第一步，优化首页入口图的导航，流量的分流以及回流。

2) 清晰罗列主销的品类结构，合理规划导航：尽量以“品类”、“价格区间”、“折扣模块”实现首页分类因为双十一大家就是图便宜，这样更能方便用户的选购体验。

3) 商品陈列原则：商品尽量按热销、主推和折扣在首页进行堆砌，比平时要更“扁平化”。

5) 准备好5-6套的店铺主推页面模板，以备当日的更新轮换之用。

6) 制作文字banner图片，突出以下卖点，制造“抢购”氛围，但是广告语也要有一定的感染力，不要那么的生硬。

7) 新手帮助专区：当天流量巨大，且新客很多，建议在醒目位置放上自助购物流程(附上以下帮助文档，但必须重新人性化制作后，再在店内使用。)

8) 导购页面设计中请注重并突出对消费者的导购，以便活动当天尽量将进店流量疏通。

在店铺的各个页面请注重相互的跳转和流量回流。

9) 客服减压与“咨询前有效分流”，事先开起店铺“留言交流专区”，让联系不上旺旺的买家可以发帖咨询(注意：商家需安排专职客服，专人处理留言专区)。

12对于活动当天的宝贝描述页面有以下几点提醒各位店主：

1) 突出卖点：双十一/限时5折/仅限1天/

2) 突出自助购物页面，帮助新手购物。

3) 提醒在x时间内付款，否则不能保证有货。

4) 突出商品尺码介绍，商品材质描述，模特试穿体验等。

5) 宝贝的详情页要缩短，尺码靠前，要展示个性化的关联产品将用户最关心的数据展示在最前边。

6) 宝贝标题，增加类似[现价五折吊牌价x元]，以减少咨询。

7) 为避免误会，所有商品请拍摄“吊牌”，以明确五折的“基数”为何。

8) 明确退换货信息。

这些信息的提供不仅增加了消费者的购物体验，也同时减少了一定的客服工作，细节问题往往会在重要的时候起到自己的大作用。

淘宝双十一优惠力度有多大

1、通常的优惠有双11红包、折扣促销、满减、红包雨、购物津贴等，活动期间，买家可以登录手淘、天猫的会场及天猫理想站频道，在活动的页面有机会领取到店礼兑换券，可以在线下指定的天猫理想站点兑换领取对应礼品的凭证。

2、此外有些商家的预售商品会比双11当天更加有优惠，双11付款时还可以使用优惠券，购物券，淘宝双11红包等，还有满减活动与五折的优惠。

3、最刺激的优惠活动当然是双11当天的狂欢抢购的活动了，前1分钟半价、前2分钟立减200，第5件0元等活动无疑是最为实惠的。面对数量庞大的商品，最好的办法是事先挑选自己需要购买的商品，然后用电脑和手机同时打开页面，双管齐下，可以能够顺利购买的几率大增。

4、另外平台针对双11活动还有一系列的保护措施，比如说价格保护机制，就是希望消费者能得到真正的实惠，平台规定双11活动的商品价格要为最近3个月最低，同时也会有价格监测的系统，如果想趁机搞小动作的卖家会被清除活动。

淘宝活动策划是做的篇六

“缤纷水果diy”

——水果拼盘大赛

一、活动目的：

为活跃节日气氛、丰富同学们的课余生活，培养同学们热爱劳动的理念以及增强同学们的动手能力和创新意识，让同学们体验美、创造美，开拓同学们的创新思维，创设宽松和谐的展示平台。

二、具体活动：

活动时间：3月7日下午3：00

活动地点：东区篮球场

三、注意事项：

各院系参赛者提前15分钟到场，做好赛前准备，对比赛中出现的情况可向比赛监督者说明。

四、比赛方法：

- 1、每个院系派出一支代表队参加(每支代表队限2名女生)
- 2、时令水果、水果盘、水果刀等工具由参赛队自备
- 3、比赛时间为45分钟
- 4、作品完成后，参赛者按抽签顺序对自己的作品进行讲解，时间为每组2分钟
- 5、由评委老师对15支代表队进行评选
- 6、拍照存档

五、评比规则：

- 1、作品视觉效果、整体造型(25分)
- 2、作品的创意度(20分)
- 3、作品色彩的搭配度(15分)
- 4、作品的命名及解说(15分)
- 5、操作熟练程度(15分)

6、卫生(10分)

六、奖励方法:

- 1、本次大赛设置一等奖一名、二等奖二名、三等奖三名、最佳创意奖一名、优秀奖八名。
- 2、本规则具体相关事宜由校学生会女生部另行通知，大赛最终解释权归校学生会所有。

淘宝活动策划是做的篇七

5.20日，“我爱你”日，作为中国网络营销制造的一个新的“情人节”，无疑是店家销售额提升的重要契机。作为卖女性周边的淘宝店铺也应考虑抓住此黄金销售时段，提高销售额。那么天猫淘宝店在520情人节该如何进行促销活动策划呢?下面就为掌柜展示一个520日促销活动淘宝网策划方案□

- 1、把握520促销网店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望;
- 2、提升网店浏览量，吸纳新客源;
- 3、打造网店的信誉度，提升顾客忠诚度;

20xx年5月10日(提前十天)——20xx年5月20日(5.20日结束)

我爱你，丝丝心动

针对20到30岁的女性客户。

“我爱你，丝丝心动” 特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼!

1分享即有奖：上传宝贝试穿的真人图，写下内心的感受，秀出你的美腿来。

(人人有奖)

2幸运降临奖(每月1名)

3忠诚客户奖(年终1名)

1、宣传重点时间：活动前2天;520后1天;

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如淘宝旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告□qq,博客，微博，贴吧，帮派，论坛，微信等等。

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要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。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案□