# 推荐双十一电商活动策划双十一活动策划如何写

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-09-21

*推荐双十一电商活动策划双十一活动策划如何写一活动内容：一、全场满就减双11美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折!二、o2o(线上线下互动)，十万折扣券提前抢1、十万抵用券免费疯抢!化妆品折后满额立减，低至折...*

**推荐双十一电商活动策划双十一活动策划如何写一**

活动内容：

一、全场满就减

双11美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折!

二、o2o(线上线下互动)，十万折扣券提前抢

1、十万抵用券免费疯抢!化妆品折后满额立减，低至折上7折!

活动细则：

1)\_\_月x日至\_\_日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择\_\_个品牌的折扣礼券，双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2)每人每个品牌仅限领取\_\_张。

3)双\_\_当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减\_\_元，\_\_元、\_\_元优惠。

4)单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供货商和店铺按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

2、屌丝逆袭白富美，完胜高富帅!0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品!

活动细则：

\_\_月x日至\_\_日，每天\_\_款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

三、品类营销亮点出击

双\_\_作为店铺的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议所有品类均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1)保湿膏霜类

2)补水乳液类

3)原液/精华液类

4)彩妆类

四、vip营销情感攻势

vip浓情招募：

单日消费满50元即可免费办理vip卡一张，单日消费满500元即可升级为钻石卡。

1、双11·vip顾客免费送：双11当天到店，即可在\_\_甜心饮品获得指定热饮一杯。(异业联盟，无费用)

2、双11·vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至\_\_游乐园免费畅玩一次。

五、文化营销攻心为上

1、双11，脱 光马上走起!

1)免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：店内

2)单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手!

活动地点：店外

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起

单身男女在本店购物满\_\_元即可以获得\_\_电影 院单身贵族专属票，男生还可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：\_\_月\_\_日

活动地点：\_\_电影 院1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

六、氛围布置营造旺销

1、店门口主展区/各品类展区：

沿用20\_\_年秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来\_\_化妆品店=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

2、橱窗/柜台：双十一灯箱片、立式pop架。

备注：活动详情请以店内标识为准。

**推荐双十一电商活动策划双十一活动策划如何写二**

一、店铺的活动页一定要做

双十一当天，你会发现不论是淘宝，还是其他的门户平台，都会把页面精心设计一番，吸引客户点击。小卖家不是美工，但并不妨碍我们弄一个吸引人的活动页。很多图片的网站大促都会提供很多免费的模板，随便下一个复制到你店铺就可以，至少要让进来的客户知道，你的店铺也在做活动，这对于店铺的转化很有帮助。

二、把商品的下架时间都设置到双十一当天

有很多商家说双十一期间设置下架时间没有用，原因是双十二期间的活动产品的排序是依靠赛马机制的。诚然赛马机制会影响商品排序，但是我要说的是你的店铺那么多产品，能进会场的有多少?能参加活动打标的有多少?

在大部分产品都不能参加活动的情况下，淘宝给这些没有参加活动的产品排序，其排名依然会受到下架时间的影响。下架设置到活动当天，你的引流至少是超过同行30%的。前提你的产品必须有销量基础!有的商家说参加活动的商品不能设置下架时间了，其实可以通过淘宝服务里的软件设置活动商品的下架时间。

三、产品的主图自己打上标

在双十一之前的一周，淘宝就开始给参加活动的商品达标推广了，可是店铺的很多产品都没有参加活动怎么办。如果是c店卖家就可以自己打标，b店的话为了安全起见还是低调一些。

双十一在搜索页面，一些活动入口都会设置在产品图下面，这些活动入口非常醒目，点击率非常高。作为淘宝开店小卖家，我们可以把产品图片也伪装成这样的产品入口。

在宝贝编辑页面会有一个800\*1200的竖图，可以展现在很多手机客户端的搜索列表和一些活动入口的瀑布流，把你做的活动图片放到这个位置，流量提升效果非常好，当然除此之外你的主图也可以加一些双十一的小标。

做完以上的三点，引流和活动氛围差不多了，现在说说双十一当天的玩法，双十一越来越近，说到争取活动资源必须得提一下双十一的赛马机制。

双十一之前的一周赛的是加购金额和收藏，谁的产品加购金额多，收藏多，那么他的产品在双十一的0点就会有好位置。双十一当天赛的是销售额，活动当天每个小时的产品排名都是不一样的。举个浅显例子，你的产品在9-10点销售额高，那么10点开始你的产品排名就会靠前，当然这只是一个例子，只能参考，还有更多的排名因素以及时间节点淘宝还没有公布，但是销售额的排序肯定是最主要的因素。

双十一加购怎么玩，双十一很多小卖家互购互藏，但是作用不大，很多虚假的加购金额都被清了。其实这个要考虑一个安全的的问题，加购金额和加购比例必须要有很好的控制，根据你的行业类目平均水平去加，生意参谋都会有参考数据。

再来谈谈双十一当天的赛马补单，双十一最安全的办法就是通过之前的购物车补单，每个小时都要保证你的产品销售额增长比同行们多一点，做好以上几步店铺的氛围营造基本算是完成了，最后谈谈大促期间的客户来源与抓取。

老客户是大促活动的第一位，老客户的维护自然是平时的积累，那么大促的时候就是回收的时候了，短信、微信、微淘、微博能够利用到的工具都去发发，自然会有回头客。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找