# 2024年双十一正常活动策划方案范文

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2024-08-23

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。2024年双十一正常活动策划方案范文一一...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**2024年双十一正常活动策划方案范文一**

一、策划书名称：

淘宝网店双十一营销策划书

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\_\_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：

(1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双\_\_大促的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注;

(2)双十一：店面要体现出在尽力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务;

(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，在语言里加上双\_\_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。

**2024年双十一正常活动策划方案范文二**

(1)目标设定

可能有人会问，这种大活动如何来设定目标?这的确是一个比较难以估算的问题。我们是从几个因素来考虑的：去年双十一的业绩、淘宝商城今年的增长比率、进入商城的一二线品牌的增长量、以及淘宝今天对双十一的期望和市场投入力度;最终我们通过多次的讨论，估算了一个区间值，3500万至5000万，前者作为我们的保底目标，后者作为我们的冲刺目标，所有的推广费用和活动投入按3500万来计算，商品规划、物流配货发货能力、客服人员配备按5000万来准备。由于当天是全场5折的活动，各项基础准备资源再以\_\_2要求来计算。

(2)商品准备

“兵马未动，粮草先行”，对于双十一这场战役，商品的重要性不言而喻，因为家纺的生产周期基本上在2个月，所以我们的商品准备工作在8月中旬就开始，在8月下旬完成商品规划及下单，同时敦促供应厂商务必在10月中旬完成发货入仓。此次新下单的秋冬季的商品总金额为1个亿，加上原有库存的8000万，线下商品可临时调拨的4000万，总计商品规划为2.2亿，按5折价售卖可支撑1个亿以上的销售。我们将此2.2亿的商品做了详细的分类，按热销、主推、引流三个维度进行了划分，选择有深度的商品(3000件以上)进行单独的策划包装，做成明星商品，同时还定义了在明星商品、引流商品同页面呈现的关联销售商品，定义活动当天的首页陈列商品及替换商品，以保证当流量进来时，化的拉动销量。

(3)物流/客服/系统准备

此次双十一活动淘宝商城非常强调用户体验，明确规定参与双十一的商家必需保证在二天内发完京、沪、广、深、杭五地的货，七天内发完全部的货。去年双十一我们一共是7万单，4条流水线，4500平米的仓库面积，7天发完。今年根据1亿的发货要求，预计将产生25-30万单，我们在1.2万平米的仓库里安排了10条流水线，按每天可发5万单来设计流程和配备人员。物流的改造确定在10月中旬完成，在10月下旬完成一次盘点，以再次确定实际的仓库库存。我们现有客服35名，分为售前售后二个部门，考虑到双十一当天的咨询的压力，我们决定在活动当天将所有售前转为售后，售前服务通过自动回复和自助购物来实现，售后客服再分为几个小组，下单、查件、电话接听、投诉处理、催款，并统一对他们进行活动商品的培训，同时在9月份联系服务公司，另行招募了15名人员作为临时备用的客服人力。9月底我们的系统开发人员与淘宝开放平台进行对接，对信息系统的处理容量、稳定性、提单能力进行了复核，并根据淘宝商城的发货要求对发货模块进行了改造，使之能完全匹配。

(4)主题策划

优秀的营销活动必需具有从商品功能到情感互动到价值传递的升华过程，我们每次大型的活动都会采用一个富有创意的主题，以增强用户的情感认知和价值认知。本次双十一是百年一遇的六个一，在10.1国度假期，我们围绕着这个思路进行了策划主题的头脑风暴。第一稿是38女人节+83男人节=11.11单身节，创意很好，但与我们的家纺的概念无法匹配。第二稿是用一双男拖鞋，一双女拖鞋，一双小拖鞋，共6个拖鞋来代表六个一，蕴含家庭的概念，但温馨有余冲击不够。最终确定的第三稿是“拥抱”，即在全国11个城市征集当地11位会员去参加拥抱单身的活动，传递温暖，同时配合淘宝的五折活动提出广告口号“一半的价格，双倍的温暖”，运用事件营销实现线下活动与线上促销的互动传播。最后我们在拥抱的主题上，加上我们一直在做的“一单一元，捐助盈江”的公益元素。

(5)淘宝沟通

主题确定后，我们在10月10日左右去杭州，将策划方案和活动的准备情况与淘宝家纺类目小二进行沟通。没想到我们的方案得到了他们的高度认同，他们希望我们将这个方案再提升一下，成为双十一家纺类目的整体预热活动，使“拥抱温暖”和一单一元”的活动让更多的家纺品牌参与进来。于是我们将“拥抱单身”的概念进行扩展，从拥抱单身，延伸到拥抱家人、拥抱朋友、拥抱同学、拥抱同事，将此次双十一打造成“温暖拥抱日”。在类目小二的组织协调下，共有12个家纺品牌参与这个活动，由第三方服务公司茶马古道来具体的地面执行实施，同时，我们联系了天涯社区，负责拥抱活动的参与者招募和互动宣传，联系了龙拓互动和紫博蓝，负责软文的编写和发布。最终，我们通过出色的主题方案和完备的各项准备，争取到在预热期和活动期较好的品牌陈列位和商品展示资源。

(6)运营组织和安排

在9月初我们成立了双十一活动运营指挥中心，由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，包括：商品选择陈列拍照、文案策划、美工设计和前端设计、会员管理和数据分析、广告投放和推广、地面活动跟进执行、外部宣传和互动7个小组，将根据活动的周期分为活动前期(9.15-10.31)、活动预热(11.1-11.10)、活动执行(11.11当天)活动后续(11.12-11.20)四个阶段。在活动前期阶段：重点工作在于商品的包装、预热活动和当天活动的策划和设计(需要有冲击力和创意)、淘宝内部广告和外部宣传的方案和设计、地面拥抱活动的各项安排。在活动预热阶段：重点工作在于增加店铺和商品的收藏、赠送优惠券(为了造成紧张的气氛我们采用每日限量的方式)、创建会员群(最终100多个会员群在冲击当天销售时起了巨大的作用)、12000名VIP会员的电话提前通知。在活动执行阶段：重点工作在于活动当天与会员的互动，我们按每小时维度、接触方式维度(店铺页面、微博、会员群、帮派、短信、电话)、内容维度(商品知识和导购、活跃度管理、中奖和晒单激励)设计了互动内容表、文案、图片素材等，提前做好相关的准备。在活动后续的阶段：重点工作在于感谢顾客、物流发货进度展示、公益活动宣传。我们制作了一张具有180多项工作的巨大的工作列表，每隔二天由运营指挥中心进行开会跟进，协调和变更，确保执行的效果。

(7)团队激励

我们一直认为“要想让顾客HIGH起来，我们自己得先HIGH起来”。在这次双十一活动运营期间，我们一共开了三次动员会。第一次是在10.1国庆长假过完后，我们把180多项工作任务都罗列出来，召集大家开了第一次动员会，向双十一活动的参与工作人员(包括客服)详细讲解工作任务和要求，向大家表明双十一活动的重要性。由于我们去年双十一达成了日销售2156万的业绩，位居商城第二，所以这次集团领导和淘宝商城都对我们非常关注，要求我们在今年冲刺商城第一。我们也觉得责任重大，务必要求大家竭尽全力。第二次是10月底，各项基本工作都已经准备差不多，但每天临时变更的工作任务还有很多，大家也稍有疲态，此时我们以鼓励为主，表扬了在前期准备工作的表现突出的同志，同时提出要求，接下去的二周是战斗的开始，工作任务比前期更为紧张和繁重，希望大家全身心的投入，取消周六日，待活动完成后，后续再补(转载自白领网:)休。第三次是11月8日，为了最终给大家大气，我们制作了红色横幅，列上我们的活动主题和目标，举行盛大的动员仪式，请所有人员上来签名，同时也给我们第二天入驻杭州的运营小组送行(为了及时快速的反应，并应对紧密突发情况，在每次大活动的时候，我们都有核心的运营人员入驻平台方进行紧密配合)，由于准备非常充分，大家都充满信心，现场气氛非常热烈。为配合这样的气氛，我们在9日店铺首页BANNER位打出了“我们准备好了”的主题，展示我们积极、乐观、自信的态度，得到了广大顾客和淘宝商城的高度评

**2024年双十一正常活动策划方案范文三**

一.可以拿出一部分产品来做促销，第1-3天优惠10%，第2-5天优惠15%，第5-7天优惠30%，这个优惠额度你可以自己定，也可以是送东西，有吸引力就行，尤其是最后一个阶段要有很强的爆炸性，但是需要注明数量有限先到先得，这样的广告打出去很有吸引力，而且客户看到后觉得数量有限，想等两天会担心卖完了一点优惠都拿不到，会着急出手，如果你觉得促销到一定阶段了就直接说优惠的数量已经卖完了，如果想优惠让业务员单独申请，也是可以吸引客户购买的。活动方面可以打个中国好声音的噱头，让客户参与活动唱歌，得分数就是优惠金额，或者是飙高音都行，大家参与了可以吸引人气，也花不了多少钱.

二.首先要重视活动店门布置，要布置的隆重，色彩突出。比如：多拉条幅，在店门附近多贴海报，x架感觉就没什么必要了，单张假如为了省事也可以不弄，有不少地方用彩车的形式，好像效果还不错，比单页好。有条件请个乐队，搭个舞台，热闹下也不错。选择活动音乐，这个也比较重要，是提升气氛的好方式，但音量不可太高，以适耳为宜。人员安排，统一服装，可向厂家要求广告衫，或者自己定做，要求所有出现在店里的人员都精神饱满，热情大方，有问必答，以礼待人。其次是活动内容：活动内容其实都是返利，让消费者有利可图。但以什么方式表现，让消费者乐于接受呢?

我提供两点供你参考：(具体情况不是很了解，你自己调整)

1、团购形式，多买多折，多买多送!

2、签售形式，邀请公司领导(业务员也行)在活动当天开展特价签售。

一、是证明了你的商品厂家正货。

二、厂家来优惠，价格真实。消费者买的放心、买的开心了。

\_\_不管你最终采用什么样的返利方式，基本的是让消费者乐于接受。

总之为三点：

1、恰当、到位的宣传。

2、热情周到的服务态度。

3、易于接受的活动内容。

**2024年双十一正常活动策划方案范文四**

有一句话说得很好“没有计划就是，计划着失败。”我们不管做什么事情，都应该事先做好计划，再按照计划来执行，这样执行的目标会更明确，效率也会更高。明确了推广的目的之后，就要针对推广目的制定一份详细的推广计划。在此期间可以选择哪些推广方式进行推广、这些推广方式要在什么时候开始进行、推广时间多久等。制定出详细的推广计划，再按照计划一步步执行推广。

一、制定活动方案

预热方案：营造大促氛围提前优化转化积累收藏/购物车/优惠券推广节奏安排。

大促方案：营造抢购气氛刺激购买转化提升客单价为后续持续销售铺垫。

产品规划：主副推款选择上新节奏安排价格体系拟定产品存货盘点。

二、具体步骤

1.当前客单价为基准。

11月11日淘宝嘉年华来了，它最考验卖家的是什么?这是个综合的整体，从小方面说有客服、后勤、店铺优化、关键词设置、产品推广、店铺推广、定价、促销等，往大里说，有品牌定位、市场定位、推广策略、店铺风格定位、价格定位等。

2.衡量大促的打折力度。

挑选爆款宝贝，定位目标人群

可以拿出一部分的资金，做一次以“提升销量”为主的促销活动，促销价格尽量低于行业价格，以“低价”吸引用户购买和传播。同时，对用户的选择也很重要，大促期间购买能力比较强，大多是20-35之间的成年女性，通过一定的方式，分析店铺用户的分层，精准区分人群，进行个性化营销，是比较合适的选择。

3.衡量大促的满就送力度。

巧设优惠门槛，实现更高转化。

设置店铺满减门槛及优惠券生效的门槛的时候，我们需要结合大促期间整体的促销力度相对店铺日常的促销力度升降幅度、日常客单价均值、大促期间主打产品的货单价等，衡量大促期间客单价的升降幅度进行设计优惠的门槛。

4.参考打款大促当天售价。

临近大促，网店的促销气氛是最让人产生购买冲动的。特别是女性消费者，若卖家们能抓住她们的心理特点及需要，那么，想在大促当天取得好的战绩绝非难事，在装修布局上就得把网店营造出大促的气氛，在用色上可以使用大红的色调，大促的素材。

双十一的历史确实不是所有卖家们都能承受得起的。如何能在此大促当天，低价的同时也能获取丰厚的利润?首先，我们可以择取几款极低折扣的商品做双十一的主推品，然后再以7折或者8折之类的优惠价去推其他商品。若吸引力不够，还可以进行满减、满赠等优惠。

双\_\_大促前，卖家们肯定是要备好充足货物的，特别是一些热卖主推款，以随时应对供不应求的情况出现。

三、总结

一件商品如何被卖出，主要是看消费者的购买念头有多强。而双十一期间，如何做一份成功的活动策划，成为各商家的要事，如何能够吸引更多的顾客，来进店消费，便成了重中之重的要事了。“双11、五折、抽奖、送礼、红包、优惠券、限量、品牌团、秒杀、抢购”等等，这些卖点词语成了吸引顾客的关键词。

主要是优化品牌，提高品牌知名度、认知度、好感度，推广自己店铺内的产品，增加店铺会员人数，把店铺发展成为消费者必逛的店铺。11月1日到11月10日，主要是为了双十一当天的预热，主要是营造大促的一个氛围，提高进店收藏加购的数量，把店铺发展成为买家最期待的店铺。活动当天分为疯抢期，理性期，扫尾期。疯抢期的时候，买家的目的是明确的，就是为了抢到商品。作为卖家，我们需要实时公布数字，激化疯抢的气氛，刺激买家尽快下单。理性期的时候，买家都会进行一个货比三家，享有找到更具有性价比的产品。

作为卖家，我们需要设置多重的优惠，组合优惠，购物抽奖，以额外的优惠刺激买家下单。除此之外，主动去对比自己的产品，根据之前卖家的反馈，证明自己的产品，确实比别人的要好，从而打消一部分人的疑虑。扫尾期的时候，买家都是怕错过这个好产品，疯狂购买的。作为卖家，我们需要给买家展示一个热卖宝贝人气销量展示，激发买家的一个从众的心理，促进下单。

**2024年双十一正常活动策划方案范文五**

借助光棍假日消费，且光棍又正赶春节前销售旺季，推出一系列活动，让消费者有购买越多，实惠越多，只要购物就有惊喜的感觉，从而实现旺季提升销售业绩的目的。

一、活动主题

\_\_光棍惊喜多，恭贺新年送大礼。

二、活动惊喜

惊喜一、1+1购物，实惠加实惠

活动期间，如顾客与其亲友(至少两人，最多限三人)在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受“满100即送10现金”的特大优惠(可两人的购物小票加起来享受团购待遇)。可促使顾客拉亲友来商城购物。

惊喜二、购物喜上喜香港七日游

1.在活动期间，顾客在一次性消费50以上，可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖。

2.领取奖券时，每满50领取一张，超过50部分金额以50的倍数计算(不足倍数部分不予计算，例如：100—149可领取两张)，以此类推，最多限领5张。

3.抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游(只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负)。

4.此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排。

5.最终产生幸运顾客。

以上三个活动消费者可同时参与。

惊喜四、好东西，便宜卖，天天特价送给您!

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

三、场内外布置

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显光棍与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字“恭贺新年”，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型“福”字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的.“恭贺新年”字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

【2024年双十一正常活动策划方案范文】相关推荐文章:

2024年双十一活动方案范文精选

2024年双十一活动方案范文汇总

美容美发发廊十一活动策划方案

美容美发发廊十一活动策划方案

2024年双十一活动方案精选多篇

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