# 2024年双十一促销活动推广文案(五篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-07-23

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。双十一促销活动推广文案篇一  可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**双十一促销活动推广文案篇一**

  可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的！认知度不够的产品不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力！

  2、折扣。

  正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上！提高销售利润！

  3、买有送。

  消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费就送湿纸巾！

  4、增购产品。

  加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品300元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

  5、末抢购。

  抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

  6、抵现。

  季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

  要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

  促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以有买有送、加钱增购为主要活动项目，而抢购、空瓶抵现可作为附助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

**双十一促销活动推广文案篇二**

  1)11月1日至10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30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10张。

  3)双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20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应商和商场按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

  2、\_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!

  11月7日至11日，每天11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!

  单品建议：0.11元\_\_\_)，

  1.1元(超市环保餐具盒、手帕纸/条、薯片套装，售价5元左右)

  11元(舒适浴巾、韩后面膜2件装、布艺家具可爱兔，售价30元左右)

  110元(舒适被，对枕、售价250元左右)

  备注：预计费用1300元。(餐饮券为商家赞助)

  品类营销：双11作为商场的11月的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议男装、女装、鞋类、化妆品、精品、床品、童装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)服装的冬款(厚款、大衣)

  2)秋冬配饰(围巾、帽子)

  3)床品冬被

  4)超市冬季火锅节单品

  vip营销

  vip浓情招募：商场单日消费满500元即可免费办理vip卡一张，单日消费满5000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。(开业赞助，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。

  文化营销：

  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：一楼广播台

  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!

  报名地点：二楼小舞台区

  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(4f\_光棍节专场活动)

  单身男女可以至前台购买单身贵族专属票，女生可享6折购票。男生购票可获玫瑰花一支(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：11月11日

  活动地点：电影1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准

  氛围布置：

  1、大门口主展区/各楼层品类展区：

  时尚冬装综合展区，沿用秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

  例如：光棍节来\_\_商场=\_丝逆袭白富美等鲜明标识。

  备注：百货女装、男装部负责，陈列组统筹。

  2、柜台与各楼层扶手梯、电梯口：双十一灯箱片、立式pop架。

  费用预算(略)

  备注：活动详情请以商场内标识为准。

**双十一促销活动推广文案篇三**

  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：

  (1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双十一大促的期待心理，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：店面要体现出在尽最大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。而在各大电商平台中的店家更要注意平台自身规则，按照要求进行打折产品选择。独立商城则可以自行安排热销款、滞留款打折销售。

  (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。消费者会有赚到了的感觉，因而很乐意参与这类活动。

  (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：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高价带低价，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。

  以上这些活动对于商城系统的支持性要求也是比较高的，因而如果是自营独立商城的店家，必须提前做好测试，了解自身系统的架构能否承受巨量的流量。

  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，在自动回复中、接待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。

  客服必须善用自动回复，才能应对源源不绝的各种消费者。

  4.售后：

  当顾客出现了问题要退货时，全店都要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下不快的印象，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，千万不能让客户找到平台方去维权，这样店铺必输无疑。

##结束

**双十一促销活动推广文案篇四**

  1、活动时间：20\_\_年6月\_\_日，\_\_点

  2、活动地点：等领导通知

  3、策划准备：

  (1)\_\_点集合全体人员，有公司安排车辆载人到指

  定的地点就餐。

  (2)\_\_点聚餐正时开始，领导致词。

  (3)\_\_点聚餐结束，转至娱乐目的地。

  (4)\_\_点k歌开始。

  (5)\_\_点活动结束，然后公司安排车辆送每个人回家。

**双十一促销活动推广文案篇五**

  1、户外促销活动。

  户外促销活动通常以促销台促销为主，场地足够，同时户外促销给消费者的视觉冲击力大，可以吸引更多的消费者；大型的促销活动会配以节目表演，走秀，大型现场抽奖活动。

  冬季户外气温低，风大，消费者的停留关注率不高，促销人员与顾客的沟通度不够，户外促销活动以销售为主的话较难以达到预期目的，因而化妆品专营店在冬季节假日的＂三节＂期间要慎重做场外大型促销，可用户外促销台配合店内促销活动。

  2、促销活动。

  化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块可以灵活组合，促销氛围易于营造，可以给店面带来直接的人气；消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、服务，停留关注率高，可以用专营店品牌及产品品牌深入刺激消费者的意识；专营店通常是非开放式状态，消费者入店后目的消费性强，店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通，从而成交率与客单量都可以大提升，销量自然可以有大的提升。

  店内促销活动易受店内面积限制，而专营店的化妆品消费会有时间段性，在入店消费者人多时如果接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。因而做店内促销时，要想方法将消费者按时间段分流，不要流失消费者。

  3、议促销活动。

  在节假日期间，有些专营店会举办消费者答谢会或是会员联谊会、培训讲座，通过会议组织消费者在固定的场所进行促销。这种模式可以快速地将促销信息传递给来参会的目标消费群体，实现一对多的销售。同时通过会议的有效组织增进专营店与消费者之间的客情关系。

  会议促销活动针对的消费群体数量有限，必须要提升客单量才能增加销量，而会议举办时间有限，要加强会场的宣扬工作，最终将消费者导流至店面消费才会更有效。

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