# 双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做(十七篇)

来源：网络 作者：清风徐来 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。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。双十一活动策划方...*

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。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇一**

“低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)”

二、活动时间

20\_\_年11月11日。

三、活动内容

活动一全场5折终极狂欢(11月11日)。

11日11日起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

活动二购物有礼幸运随行(11月11日)。

凡活动期间在--购物的顾客，单张水单金额满--元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台

二等奖2名--超市购物卡一张

三等奖6名真空保温杯一个

四等奖20名心相印卷纸一提

参与奖20--名精美礼品一份

活动三一个人的节日双倍的甜蜜(11月11日)

购物满--元+1元赠2个棒棒糖(-元/个，--份)

购物满--元+11元赠2盒巧克力(-元/盒，--份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

四、活动费用预计

1、抽奖刮刮卡预计成本--元，奖品成本--元，总计--元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本---元。

3、海报及广告宣传费用---元。

此次活动预计总体费用---元。

五、活动宣传

1、广告投放，采用报纸提前-天投放-期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇二**

一、活动主题

“--”。

二、活动背景

在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的学习与生活你是否糟糕透了?你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往!然而你却无能为力。

那么现在有一个好的机会，那就是来到“--”释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。

我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好!不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给美一个人。

三、活动口号

--。

四、活动的意义和目标

11月11日光棍节是所有单身年轻人的节日，也是所有单身朋友展示自己的舞台。据说这个节起源于800多年前，也就是20--年-月-日，那天光棍总数达到创纪录的8条。如今光棍节不仅是校园趣味文化的代表产品之一，更成为弥散于社会的一种文化形态。在这里，希望单身的学子们能在我们的组织下挥洒青春热情，翻开人生新的一页。

那一天让我们一起度过，让我们的笑容洋溢在“--”，成为我们刻苦铭心的记忆。

五、活动开展

(一)活动时间：11月11日晚上。

(二)活动地点：--。

(三)活动对象：男女单身。

(四)活动内容：

(1)所有工作人员合唱《单身情歌》开场。

(2)十个男生与十个女生速配：准备写有小龙女，黄容等十个女侠的签，让男生来抽，男生分别为杨过，郭靖等。从而小龙女和杨过，郭靖和黄蓉等十对分别配成对。

(3)十对配好的分别演绎一段剧中有的故事情节，看彼此之间的默契。

(4)十对之间进行悲伤情歌对唱大pk。把心中的不快释放于悲伤情歌之中。让台下的观众也参与其中并赠送小礼品。

(5)评出大侠和女侠以及最收欢迎的一对，并颁发奖品。

六、资源需要

(一)已有资源：人力资源，场地。

(二)需要资源：物力资源，赞助商。

七、广告宣传

海报，互联网等。内容如下：你累了吗?你寂寞了吗?曾经让你引以为豪的自由，在光棍节到来的这一天让你陡感凄凉了吗?你曾在某个夜晚强烈地思念某个人吗?你做过多次努力也忘不了她的笑脸吗?在这个特殊的夜晚请来我们的“--”吧!这里小龙女，杨过与您有约。这里有着你想不到的惊喜与激情!我们热烈欢迎您的参与!

八、活动中应注意的问题

(一)工作人员领掌的，制造气氛的要积极主动。

(二)指挥中心负责及时调度，活动进行中用手势沟通所有工作人员。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇三**

一、促前

(一)店铺实力分析与排布

1、畅销商品率：全店畅销商品率及破冰率、类目畅销商品率

(1)30天无销量、少访客、少收藏的商品可做降价处理或者删除;

(2)造新品：换主图-换货号-换详情;

(3)新品破0以及新品期的资源尽用。

2、上下架时间自检与调整

(1)优化策略：门当户对—强强联合、弱弱相惜;

(2)三个关键点：宝贝实力分层、流量时间段实力分层、匹配方法分层。

3、标题自检与调整

(1)找词渠道的广泛性;

(2)数据武装：搜索指数、成交指数、预测转化率来实现排序参考数据项的筛选;

(3)分享两种做标题的方法：

a、常规款标题法

组建构成：产品词1+属性词1+(性别属性词)+属性词2+属性词3+产品词2+属性词4+属性词5+产品3

标题中必须要有1个以上的空格;注意违规词(如功能性词：减肥茶，强肾;夸大词：全网最低，全网最好等);注意隐性词的选用;注意促销类词的选择：如包邮、特价、促销;主打关键词的摆位问题。

b、销量标题法

拓展词：用核心词(产品词)拓展相关词

筛词：违规词，属性不符词

数据武装：查询关键词下前3页的页末销量与指数计算(1,0.9,0.8)，标色

按销量筛选出可用关键词，再按搜索指数从高到低使用，组建标题，模式可参考常规款的组建模式

(二)宝贝实力分层与规划

1、宝贝主属性分层：全店宝贝分层参考因素：年龄、价格、材质、风格、人群、规格、用途、季节

2、宝贝实力分层

(1)引流款：搭配性强、成本低、需求大众化、库存足、sku丰富

(2)利润款：需求小众、sku不全、成本不可控

(3)替补款：搭配性强、成本低、需求大众化、生产周期短、控制sku

(三)流量入口分层与匹配

1、主属性代表关键词

2、目标关键词匹配

(四)流量闭环建立

1、旺旺自动回复

(1)爆款期：以主推爆款的主卖点以及利益勾引为开始，以主推爆款链接为结尾;

(2)常卖期：引流款或者会员制度或者利益勾引为主要推送信息;

(3)清仓期：以全店利益勾引或者分类页利益勾引为主要推送信息。

2、首页、专题页

(1)三张不轮播大图：

a、双11促销信息：全店折扣，库存有限

b、收藏+关注有礼：优惠券(一键收藏多款)

c、晒图好评返现/活动售后说明

(2)每一个专题不断重复三幅图

3、详情页与左侧栏

(1)三张不轮播大图放至每一款宝贝详情页置顶

(2)左侧工作区下方放置三张不轮播大图，并结合sns做气氛

二、促中

(一)重要指标跟进

1、收藏转化率

在活动之前我们讲的是收藏率，在活动中我们讲的是收藏转化率。

2、销量跟进

(1)单品销售额丶全店销售额丶全店销售额增数

(2)收藏率和收藏转化率

(3)收藏转化率、销量、营业总额

3、营业总额

(二)营销方案策划与实施

1、sns渠道开通(主战场——手机)： 微博、微信、来往、微淘、qq空间、人人(app);

2、吸引收藏和关注，并定期直播销售实况。营造短时间销售盛况：突出时间段与销售额/销量，以及库存紧张等信息;

3、穿插抽奖与互动。实力保证：库存情况、货品质量、快递情况。

三、促后

(一)产品问题检测与调整

1、问题产品(评分较低)做删除处理：因质量问题、因发货问题、因库存问题、恶意评价，删除宝贝，维护dsr。

2、热卖商品，评价可以、货品生产周期比较长的商品，可以将上下架时间调至冷门时间或者做预售，保证dsr的稳定。

(二)重要指标跟进与维护

1、dsr：描述降低，将下降的产品做删除处理;服务降低，增加售后及电话处理;发货降低，依据成本和城市做快递选择。

2、销量与收藏转化的跟进，sns定时直播，抽奖互动，晒图与涨粉、仓库与产品补充、后期优惠情况。

(三)流量入口跟踪与进阶

1、补充精准词库，挑选热门上升词，做主属性替换

2、整店销量标题与入口的重新调整与抢占

3、黑马宝贝挑选与优化，sns同步推送优惠信息!!!!

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇四**

一、策划书名称：空调双十一活动策划书

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：

(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。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。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇五**

11月11日久是光棍节了，常常看到购物网站推出的是各种各样的促销活动，比如\_\_推出的“光棍节珠宝饰品折后79折”活动，然而知名京东商城在光棍节也推出了活动：“光棍节活动策划”。

京东商城光棍节活动策划之一：快闪

我们是光棍，鄙视平庸的光棍;我们是光棍，热爱生活的光棍。如果给我一个机会在这个城市留下印记，我们选择快闪。11月11日，一群光棍集体乘坐11路公交车，路上的风景真好，我们也是别人眼中的风景。

要点：

1、道具要统一，集体置办。

2、表情必须专注，行动必须一致，以遵循\"快闪\"活动的精神实质。

3、上班族务必办好请假手续，免得在这一天成为一个失业的光棍。

京东商城光棍节活动策划之二：决斗

前提是你是一个郁闷的光棍，因为种.种情非得已的原因误入光棍之途，曾经有一份真诚的爱摆在你的面前，你没有珍惜，等到你恍然大悟时，她已经成了别人的女朋友。如今你想对她说\"我爱你\"已经没有机会，怎么办，忍气吞声不是男儿本色，暗地使坏不够光明磊落，那就像英国电影中的绅士一样，去找那个夺走你心头之爱的人决斗吧。

要点：

1、就像电影中一样，决斗之时要让那个女主角现场观摩，否则白白流血。

2、准备好跌打损伤药，做好伤后护理工作。

3、准备好检讨书，等办主任找上门来。

京东商城光棍节活动策划之三：裸奔

要点：

1、实施之前考察一下你的体型指数，如果赘肉太多不够健美，还是放弃这项惊世骇俗的运动。

2、做好防寒保暖工作，板蓝根、小柴胡备用。

京东商城光棍节活动策划之四：加班

还在为自己是光棍而沮丧?还是一想到光棍节就悲哀吗?怎么才能忘记这个该死的光棍节礼物，怎么才能忘记自己还是个光棍?加班吧，有句名言：\"工作能洗刷掉一切的耻辱。\"

要点：

1、建议想在光棍节加班的朋友提早几天进入加班状态，这样到了光棍节就彻底适应了这样的工作节奏，不会有任何感觉不爽的地方。

2、多储备些好吃好喝的在办公室里，只有吃好喝好才有利于心情好。

3、来点悠扬轻松的音乐，调剂一下光棍节枯燥的加班时光。

4、切莫多想有关光棍的事。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇六**

手表双十一活动策划

活动主题：低价风暴 全民疯抢(亲，你买了吗?)

活动时间：20xx年11月9日—20xx年11月11日

活动内容：

●活动一 全场5折 终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

●活动二 购物有礼 幸运随行(20xx年11月9日-11月11日)

凡活动期间在购物的顾客，单张订单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖 1名 品牌智能手机一台 价值1111元

二等奖2名 超市购物卡一张 价值111元

三等奖6名 真空保温杯一个 价值60元

四等奖20名 心相印卷纸一提 价值 30 元

参与奖20\_\_名 精美礼品一份 价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

●活动三 一个人的节日 双倍的甜蜜(20\_\_年11月11日)

购物满11元+1元 赠2个棒棒糖(2元/ 个 ，200份)

购物满111元+11元 赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

活动费用预计：

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元。

3、海报及广告宣传费用5000元。

此次活动预计总体费用15500元。

(注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)

活动宣传：

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇七**

美容院

活动主题：大声告诉你心仪ta

活动时间：20\_\_年11月11日

活动对象：年龄在18—40岁左右的单身男女

活动目的：

既然光棍节，在美容院内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。

而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完美的一面，不妨让美容院来全副武装自己一番。

美容院团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为美容院提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

活动内容：

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得美容院“成双成对”、“一生一世”美容套餐，这些爱的套餐都是美容院免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的美容院产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取美容院的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在20\_\_年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。

奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

在这里提醒一下各位商家，奖品设置要通过核算成本。可以将一、二等奖设计得更多一些，以奖券的形式发送给顾客。特别是新用户，也要让他们感受到美容院的优惠和实在。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇八**

活动目的

此次活动目的在于促进大家购物，让更过多的人购物不光是在实体店，在虚拟的网络世界，通过电子平台进行消费可以很便宜，很便利。可以省去好多繁琐的事，比如去逛街比较劳累，逛街还得看天气呀…..让更多的人了解电子商务，认识网购。

活动时间和地址

201x年11月11日00：00~~24：00

地址 ：淘宝店所在的网上店铺。

活动的准备

车辆：准备要求

1、 根据出货量来计算下不停的来回周转，需要多少车辆，多大的车?

2、 去车辆部门提前告知，要求准备车辆;

3、 运作时间：早上 8 点开始提货，到晚上 10 点;

4、 可以临时全部算加班，特别事件特别对待;

操作

1、 根据上述的数据，要更改流程了，请马上做出一个提货方案来; 2、 简化操作流程：a、提前印制 5 个城市的图章，避免写大字， b、不分拣，拿回分拨中心，由整个公司的人员白天就开始分拣;晚上 直接进流水线; c、操作部提前沟通，陈向阳会安排落实，操作部员工提前上班，上流 水线操作; 具体请作出方案来;

人员安排

活动是临时的，所以在双十一期间，全部门的员工全体加班，上午8 点到晚上10 点，大家辛苦下，全部算加班; 操作人员提前分配好，要求所有人员加班; 客服人员尽量充实到一线去;

不过即使做了提前做了充分准备，但他们依然担心在某些环节会有所不足。“去年我们的erp系统出现问题，导致一些单品出现了超卖的情况，这也影响了用户体验。今年我们虽然我们已经更新了自己的it系统，但依然对这种情况所担心。”

据了解，为了更好的解决客服和售后问题，今年淘宝店还专门为11.11开通了可24小时拔打的400免费电话。在双十一期间，将有150人通过400电话帮助用户确认、审核订单，并负责购物后的客户服务，帮助用户办理退款、退件及查件跟踪等服务。同时，今年淘宝店还专门开通了微信、旺信等新媒体售后服务渠道。

“今年双十一我们推出了200多款11.11专供商品，以深秋和冬季新品为主，还包含部分201x(10%)年春装新款。”淘宝店品牌公关总监表示，今年11.11全部商品都是最受消费者喜欢的热款或新款商品，同时除了用好的产品回馈消费者以外，淘宝店还将推出各种满就减、满就赠、一些专项大奖活动让消费者在11.11期间玩得更high。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇九**

一、活动背景

在双十一网上购物节活动前夕，商家可以参加淘金币、聚划算等活动以增加其品牌曝光率，提高品牌知名度，从而为双十一活动中的销售做铺垫。

二、活动时间与活动方式

活动时间：11月5日到11月11日

活动方式

1.淘金币：挑选10款产品(顾家支持)上淘金币活动

2.聚划算：挑选3款产品(顾家支持)上聚划算活动

顾家商品a，原价，淘金币价格+100淘金币，数量500份，折扣5-7折，附送一些小礼物等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫.....

三、店铺活动

1. 好评送消费券

2. 收藏可获得双十一红包

3. 关注有好礼

活动规则:

(1)使用消费券只能购买原价商品;

(2)聚划算商品不参加本双十一活动。

四、活动推广

1. 直通车引流

2. 店铺活动通告

3. 宝贝描述通告

4. 帮派社区宣传

5. 旺旺签名活动预告

6. 淘客联盟

五、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印) 确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动 回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。 准备好打印机及相关材料和打包用的材料。 准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

六、库存准备

(1)确定双十一活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%-60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货。

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于 活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

七、人员准备

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算

八、物料准备

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货;

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十**

好吧，双十一终于还是来了。

半年前就开始吹牛，说双十一给一次大的优惠，该偿还了。

本次双十一主要卖场选在微店系统，从11月1日开始至11月11日开始，每日特价的方式进行。

一、每日特价

每天拿出6款壶进行特价销售，特价原则上是日常销售价格的八折左右。vip客户可以在此价格基础上享受折上折。比如vip1会员是九折权限，那么，实际成交价就是特价后的9折。vip2会员是8.5折权限，那么最终成交价就是特价后的8.5折。

选款照顾各个层级，以基础款为主，也会有高端壶，每天放出部分。

海外客户在微店系统没有会员的，可以联系我本人，适当给与优惠价格。(主要参照邮费成本)

二、赠品

最终成交满500元，即赠送茶叶一饼。

最终成交满1000元，赠茶叶两饼，另加送一片菩提树叶茶虑或陶瓷杯。(不喜欢可以不要)

最终成交满20\_\_元，送茶针一枚。另赠送国画一幅，带题赠名字。

最终成交满3000元，赠送茶叶罐一个。另赠送国画一幅，带题赠名字。

最终成交满5000元，送茶针一枚，加送茶叶罐一个，国画一幅，带题名名字。

最终成交满一万元，送一提茶叶、两个茶叶罐、一枚茶针、国画一幅。

最终成交是指在11月1日至11月11日活动期间，消费总额。

三、奖品

活动期间消费总额第一名，赠送价值一万五千元的葡萄提梁壶一把。

活动期间消费总额第二名至第五名，赠送龙泉宝剑一把。

四、特殊赠品

最终成交满一万元，赠送一套紫砂壶主题的邮票。此邮票目前市场已绝迹，极具收藏价值。

五、所有赠品和奖品于11月12日起陆续发放。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十一**

一、双十一电商活动策划

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。

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：

(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。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来维权。

二、双十一电商活动策划

一、 天猫装修

1. 店招(清晰，醒目)

2. 页头大图广告

①主题\"双十一\"

②文案\"老板不在家，我们偷着卖\"

③场景选择\"春运背景或者兔斯基排队的背景，以烘托出疯

狂抢购的效果\"

④产品\"徜徉花韵\"

3小图广告引流

枕头套餐系列——多关联sku

高弹力抗压枕 原价79 成本14 特价9.9

全棉舒适枕头 原价208 成本19.5 特价29.9

羽丝绒(防雨布) 原价276 成本23 特价39.9 薰衣草枕头 原价162 成本27 特价59.9

羽丝绒小缎格 原价338 成本29 特价69.9

加任意花型涂料印花四件套=228

4.设置满减送活动

单笔订单满300立减20

单笔订单满500立减50

单笔订单满1000立减100再送

单笔订单满20\_\_立减100再送水洗靠垫被一个

5设置收藏、分享、关注有礼

在店内消费任意价格产品后收藏本店，并截图给我们，立返5元

在店内消费任意价格产品后并通过新浪，腾讯，人人等分享后截图，立返5元在店内消费任意价格产品后，登陆新浪，腾讯，人人等加我们好有，关注之后截图，立返5元

(5元现金待客服确认之后7天内打入您支付宝账户)

二、 天猫活动

1. 全场价格2~4折起

2. 部分商品限时限量抢购(秒杀)

3. 新款预定(前200名预定的返定金)

三.天猫推广

好友 将店铺链接，活动信息逐一发给他们

2.微博关注：加官方微博，转发活动信息

三、双十一电商活动策划

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，\_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。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十二**

一、活动目的

此次活动目的在于促进大家购物，让更过多的人购物不光是在实体店，在虚拟的网络世界，通过电子平台进行消费可以很便宜，很便利。可以省去好多繁琐的事，比如去逛街比较劳累，逛街还得看天气呀。让更多的人了解电子商务，认识网购。

二、活动时间和地址

时间：\_\_年11月11日00：00~~24：00

地址：\_\_淘宝店所在的网上店铺。

三、活动的准备

(一)车辆： 准备要求

1、 根据出货量来计算下不停的来回周转，需要多少车辆，多大的车?

2、 去车辆部门提前告知，要求准备车辆;

3、 运作时间：早上 8 点开始提货，到晚上10点;

4、 可以临时全部算加班，特别事件特别对待;

(二)操作

1、 根据上述的数据，要更改流程了，请马上做出一个提货方案来;

2、 简化操作流程：

a、提前印制5个城市的图章，避免写大字。

b、不分拣，拿回分拨中心，由整个公司的人员白天就开始分拣;晚上直接进流水线;

c、操作部提前沟通，陈向阳会安排落实，操作部员工提前上班，上流 水线操作; 具体请作出方案来。

(三)人员安排

活动是临时的，所以在双十一期间，全部门的员工全体加班，上午8点到晚上10点，大家辛苦下，全部算加班; 操作人员提前分配好，要求所有人员加班;客服人员尽量充实到一线去;

不过即使做了提前做了充分准备，但他们依然担心在某些环节会有所不足。“去年我们的erp系统出现问题，导致一些单品出现了超卖的情况，这也影响了用户体验。今年我们虽然我们已经更新了自己的it系统，但依然对这种情况所担心。”

据了解，为了更好的解决客服和售后问题，今年\_\_淘宝店还专门为11.11开通了可24小时拔打的400免费电话。在双十一期间，将有150人通过400电话帮助用户确认、审核订单，并负责购物后的客户服务，帮助用户办理退款、退件及查件跟踪等服务。同时，今年\_\_淘宝店还专门开通了微信、旺信等新媒体售后服务渠道。

“今年双十一我们推出了200多款11.11专供商品，以深秋和冬季新品为主，还包含部分20\_\_(10%)年春装新款。”\_\_淘宝店品牌公关总监\_\_表示，今年11.11全部商品都是最受消费者喜欢的热款或新款商品，同时除了用好的产品回馈消费者以外，\_\_淘宝店还将推出各种满就减、满就赠、一些专项大奖活动让消费者在11.11期间玩得更high。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十三**

1.序言

之所以策划本次活动，是为了在天猫商城 双十一 活动中分一杯羹的同时，宣传我们的品牌，挖掘潜在的客户。

2. 双十一 营销俯瞰

2.1.光棍节的由来

光棍节是一种流行于单身青年的娱乐性节日。光棍节发源于校园，通过互联网网民传播开来，逐渐发展出一种叫光棍节的文化。1月1日是小光棍节，中光棍节是1月11日和11月1日，因为11月11日有4个1，所以叫做大光棍节。而11月11日是大光棍节。国家统计局调查显示为，目前男女出生人口比例将近120:100，全世界最高。据推算，到20\_\_年，中国处于婚龄的男性将比女性多出3000万到4000万。

光棍节的起源有多种说法，广为认可的一种是说它起源于1990年代南京高校的校园趣味文化。

11月11日，光棍节，源于这一天日期里有四个阿拉伯数字 1形似四根光滑的棍子，而光棍在中文有单身的意思，所以光棍节是单身一族的一个另类节日，这个日子便被定为 光棍节 (one\'sday)。于上世纪九十年代初诞生于南京高校，是校园趣味文化的代表产品之一。

大光棍节是：11月11日，小光棍节是：1月1日，中光棍节是1月11日和11月1日。

2.2 双十一 所面对的主要人群

a.与日剧增的庞大网民群体

b.乐于接受新兴购物方式的年轻群体

c.追求更多实惠的居家群体

2.3 双十一 购物节促销实际成果

20\_\_ 年11月11日零点，人们开始疯狂了。刚开始一小时，淘宝商城交易额已达4.39亿元，截至12日零点结束，淘宝商城支付宝交易额突破33.6亿元，为20\_\_年同日交易额的近4倍，淘宝和淘宝商城总支付宝交易额则突破52亿元。这一天是网民的购物狂欢日，据统计，g\_g、博洋家纺、骆驼服饰3家品牌店销售额破4000万元，杰克琼斯超3000万元，b2c网站名鞋库、富安娜、真维斯、水星家纺4家超过20\_\_万元，另有38家过1000万元、75家过500万元。

同样创造奇迹的还有支付宝(微博)。魄天列举了三个数据：3000万笔一天，1分钟5.5万笔支付成功。无线支付超过171万笔。淘宝商城的手机版当天突破1亿。双十一 当天不单单是淘宝平台，还有是商家、卖家，支付宝体系也经受住了考验，这是第三个创新高的。

2.4 双十一 宣传传播途径

双十一不仅在线上，更在线下做了大量推广。有电视媒体、户外媒体，从整体上营造了一个绚烂节日气氛。淘宝商城将一个促销活动打造成为一个新闻事件，使信息落地，引发媒体的主动报道，使双十一 成为了一个真正的节日。

3.产品市场定位分析

3.1选择11月进行淘宝商城促销的实际因素

a.大多公司企业都是选择在每月10日进行工资的结算，在11日进行促销活动，买家手中拥有更多可支配资金，提高买家的购买积极性和购买量。

b.每年11、12月为大多数卖家进行尾货处理，回笼资金，进行会计核算以及整合规划第二年公司企业销售运作，因此对于达到或增加整体本年营业额以及利益的实现，11月的销售是一个较为重要的销售时段。

c.随着电商这一行业的不断壮大扩展，作为一直一家独大的淘宝也渐渐感受到来自诸如京东、腾讯等各个逐步发展起来的电商平台，因此淘宝需要通过塑造相对固定并能与其品牌相适应的促销活动，而通过近几年对于光棍节购物促销节的运作，让淘宝也加大了对淘宝商城双十一 购物节的重视。d.电商与线下实体商户之间与日俱增的竞争，致使电商企业需要通过各种更为直接的降价或给与顾客实际利益的促销活动及营销方案，获取更多的客户群体以及更为庞大的营业额。因此对于20\_\_年进行史上最为疯狂的双十一 5折购物是稳定淘宝商城客户源以及增加品牌效应的不二选择。

3.2产品在市场上的优劣势

随着天气的转冷，消费者对家纺产品大量的需求，家纺市场开始进入旺季，此时正适逢 双十一 、 双十二圣诞、元旦等一系列节，正是做促销活动的大好时机，提高这段时间的销售额。\_\_\_家纺是加拿大的一个品牌，进入中国市场有一段时间了，得到了中国消费者的一定认可，\_\_\_家纺天猫商城做到现在刚好有一年的时间，但是和同行业的水晶、博洋、罗莱等知名品牌相比还是有一定的差距。\_\_\_在中国纺织之乡南通设有工厂，依靠工厂设在纺织之乡的优势，其在做品牌宣传时还是相对较容易，能够较快得到消费者的认同。因为直接向生产厂商进货，所以在价格上有了一定的优势，产品样式及品种也可以得到及时的更新及补足。有正规的代理权，是\_\_\_家纺在天猫商城指定的唯一代理商。但是其做工和质量相较于国内的博洋、罗莱等还是有一定的差距。本次活动目的就是产品薄利多销，赚足人气，赢得消费者好的评价，谋求在电子商务这个新市场的更长远发展。

4.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。要从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，6万至10万，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6万来计算，商品规划、物流配货发货能力、客服人员配备按10万来准备。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。

5.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。我们将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(200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，最大化的拉动销量。

6.系统准备

6.1物流

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1000单，500平米的仓库面积，7天发完。今年根据5万的发货要求，预计将产生1200-1500单，我们在500平米的仓库里安排了10条流水线，按每天可发500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。

6.2客服

我们现有客服12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10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。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十四**

一、促销的目的

促销的最终目的是将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。双十一活动是近几年来最受欢迎的购物促销活动。

二、促销的过程

确定促销的商品，并准备好充足的货

不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。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，也会影响买主对店铺的感官与好评，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。

确定消费人群

确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，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。

三、制定促销方案

1. 会员、积分促销

2. 折扣促销

3. 赠送样品促销

4. 抽奖促销

5. 红包促销

6. 和淘宝主办的各种促销活动联动

四、总结

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十五**

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。\_\_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：\_告诉您:全场五折还包邮!

活动时间：\_\_.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。所以预计五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计当天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。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十六**

家具

一、活动背景

在双十一活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在双十一活动中的销售做铺垫。

二、活动方案

1.活动形式：

预热：时间：10月20日至11月10日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以双十一为主题元素，旨在营造双十一购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量， 钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动：11月11日00：00~11月11日23:59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

2.活动力度：

①收藏领卷

②关注有好礼

③抽奖赢免单，每次购买满100元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

④邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值1111元神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会获得价值111元神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

3.活动推广：

①直通车引流 ②店铺活动通告 ③宝贝描述通告 ④帮派社区宣传 ⑤旺旺签名活动预告 ⑥淘客联盟 ⑦钻展

三、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名 售后x名 客审x名(负责订单审核和打印) 确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动 回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。 准备好打印机及相关材料和打包用的材料。 准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

四、库存准备

(1)确定双十一活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%- 60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备 货。务必于 活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

五、人员准备

(1)对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作

(2)对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训

(3)制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算

六、物料准备

(1)包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货;

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是 发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**双十一活动策划方案 双十一活动策划方案怎么做篇十七**

双十一大促在即，商家们除了紧锣密鼓地开始筹划整体活动外，还需要注意前后端部门任务的衔接，活动前、中、后期运营活动的整体配合等环节，更好地做好活动先期预热，取得更好地效果。

双十一项目进程表

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo：logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo。

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等;

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等 ;

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等;

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等 ;

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等;

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等;

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

双十一各部门职责

运营部

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

1.包括梳理商品结构，制作商品结构总表。确定预爆款，主推、常规款;按功能性区分，包含定价、库存量

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲)例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦~^\_^

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的\_\_，您在本店铺购买的\_\_\_\_\_\_等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。【\_\_\_旗舰店】

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例：客服：你好，我是\_\_\_旗舰店的客服，我的名字是\_\_\_，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲)例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦~^\_^

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的\_\_，您在本店铺购买的\_\_\_\_\_\_等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。【\_\_\_旗舰店】

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例：客服：你好，我是\_\_\_旗舰店的客服，我的名字是\_\_\_，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

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