# 2024年圣诞活动方案目的 圣诞活动方案策划书(七篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-09-05

*确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇一距离圣诞...*

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇一**

距离圣诞节越来越近，今年的圣诞节是史上流量最大、宣传最广的一次。那么多的流量，店铺要怎么去优化，才能在圣诞节活动当天抢到更多的流量，让店铺销量在圣诞节当天暴增。下文就来说说卖家如何优化圣诞节商品流量。

首先，报名成功圣诞节商品。圣诞节商品流量优化的第一步就是要成功报告圣诞节活动，报名成功圣诞节活动的商品将会在圣诞节主会场、分会场及主搜等7个地方展示，让店铺商品有更多的展示机会，就能给店铺商品带来更多的流量。

其次，圣诞节商品搜索排名优化提高流量。有经验的卖家都知道店铺大部分的流量都是来自于搜索入口，因此要优化圣诞节商品流量就可以从搜索入口开始，提升搜索排名是优化商品流量的重要途径。因为时间紧迫，想要快速的提高店铺搜索排名，最有效的方法是进行搜索试用，在店铺试用推广的基础上增加搜索的功效，让大量买家进行搜索下单，提高店铺商品搜索点击率、人气、销量等，进而快速提高店铺搜索排名。店铺商品通过搜索试用提高了搜索排名，排名提高了，流量自然就会增加，就达到了优化店铺圣诞节商品流量的目的。

再次，利用红包来优化商品流量。红包是今年圣诞节的一个重点的玩法，是卖家的一个重要的营销手段，也是买家最感兴趣的东西。因此我们卖家要懂得善加利用红包来优化店铺商品流量，用红包吸引买家进入店铺查看商品。店铺圣诞节的商品本身就有一定的折扣力度，如果再配合红包优惠，给予买家真正的实惠，让买家看到这些实惠后心动，心动之后进入店铺收藏商品或者把商品加入购物车，优化了店铺商品的流量。

最后，通过试用来优化店铺商品流量。因为网络上过多的打折、优惠券等活动，很多买家都已经对此种店铺促销手段麻木，而随着买家需求的不断提升，试用成为了当前买家关注人气偏高的活动。因此店铺圣诞节商品可以通过试用来优化其流量，通过发布试用活动来赚取人气。店铺拿少量的圣诞节商品用来发布免费试用活动，牺牲少量的商品成为来给店铺引流，把对店铺感兴趣的买家进入到店铺中，主动查看店铺商品详情，优化店铺商品流量。

优化圣诞节商品流量要从多个方面去努力，从报名到引流，再到推广，最好没一个步骤，就能提高店铺商品流量。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇二**

这段时间京东基本还没什么大动作，但是关于双十一的细节部署已经要制定好并开始实施。

1，提前和小二沟通，表达你们的双十一计划目标（备货、投放广告、销售额、订单量）。并向小二提出你的需求（资源）。

2，条件允许的话，适当准备一些新品，在双十一当天上线。。

3，准备好双十一要用的素材，10月31日前全部完成。

4，有策略性的投放一些广告，特别是之前没有投放过的位置。

5，和老顾客进行一些互动，页面开始营造一些双十一的气氛。

这个时候京东一般已经开始双十一的节奏了，部分产品已经是提前降价。原因很简单，双十一当天肯定是天猫的主场，只有通过延长活动的方法，才能多吃一点市场份额。

1，签到功能（签到送的东券，可以叠加使用的.，因此金额不要太大，小心亏本）。

2，老顾客全面激活，京东后台crm系统派发优惠券，第三方短信软件发送短信提醒顾客参与狂欢。

3，利用微信公众号，做起粉丝营销活动，如转发有奖之类的，进一步营造活动气氛。

4，选择部分sku降价，以“提前抢”作为主题，提前吃掉一部分市场份额。

5，在蓄水期测试好的广告，清楚适合自己投放的位置和定向人群后，进一步加大投放广告。

按照京东ppt的规划，今年京东的双十一高潮期有2天，销量最高一般是双11当天。这两天的活动力度是最大的。这两天就不要做什么准备工作了，临时抱佛脚是没用的了（没错，就像读书时候的期末考一样）。全身心的迎战吧！

细分时间段要做的事情：

1、做好客服、运营、美工、仓库48小时轮岗。预防有什么突发情况也能迅速作出反应。

2、检查页面活动有没有问题，确保活动能顺利进行。

3、观察其他商家的活动情况（页面，活动力度，促销玩法等），特别是自己的竞品。

4、及时观察数据，看哪里有出问题，及时作出运营方案。

1、一定不要忽视无线端，现在京东的无线成交占比已经超过一般，如果你还是只玩pc端，那你在起跑线就已经输了。

2、不要刷单，现在京东抓刷单越来越严，不要在双十一来临的时候才被降权，很不值得的。

3、尽量开通货到付款，这是京东的核心竞争力，在作图的时候，也可以适当把这个利益点写上去。

4、服务这块一定要抓好，尤其是售后和发货这两个环节。建议安排好打包人员，提前打包。不然按照平时的人员配置，很可能打半个月都打不完当天的包，导致dsr拉低。

1，在大卖家的蓄水期，小卖家做好销售，挖掘用户的营销痛点

（1）不要等快递爆仓了，提前购买！

（2）这里已经最便宜了，提前购！

2，只要记住1个原则即可

一定要用极度诱惑，让顾客当天成交。

3，这样在双十一前抢一部分流量和销量，在双十一之后可以稳稳的一直卖到过年不成问题。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇三**

活动目的：双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11·购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

活动时间：11月7日至11日

活动内容：

折扣促销

1、双11大牌美衣穿着走：秋冬百货满500元减200元。

2、双11大牌美妆任你挑：大牌化妆品(玉兰油、欧莱雅、欧莱雅、dhc)满400元立减80元。双11超级护肤套盒低至7折!

o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢!

1、十万抵用券免费疯抢!大牌百货折后满额立减，低至折上7折!

活动细则

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、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!

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!

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影院光棍节专场活动)

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=屌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。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇四**

包邮作为最为常见的优惠活动方式，为消费者省去邮费的烦恼，在双十一活动期间，满多少的消费者，x年内送包邮卡。

双十一活动促销方案2：打折

限时或者限量打折，主要是增加买家的紧迫感和购买乐趣，双十一活动当天，拿出一部分商品来做限时限量打折抢购的活动，当然也可以做一些折上折的活动。可以配合赛马时间节点来做。

双十一活动促销方案3：送礼

预热期间可以使用收藏有礼，提升商品权重。双十一活动当天可以购买金额最高的用户活动一份大礼，如送一部土豪金。

双十一活动促销方案4：满减

双十一活动促销方案5：

满送满就送在双十一活动当天，设定几个满就送的活动。

双十一活动促销方案6：试用

试用一般适用于新品上市，维护商品口碑。双十一商品重点新款上线后，为了维护商品的评价和评分，除了参加官方试用平台活动之外，自己在店铺里面针对老用户也可以发起试用活动。这个活动在十月份可以持续进行。

双十一活动促销方案7：优惠券

在消费者购买时，每消费一定数额或次数，给用户给优惠券，会促使用户下一次来你这里消费，当然也达到了促销的目的。从十月份到双十一预热阶段需要发放双十一当天使用的优惠，可以设置成三个等级，20元不限额丶50元丶100元限额使用。不同的时间节点，使用的活动方式也是有一定的区别，比如，10月份和预热期间，除了满减，打折之外，优惠券和试用比较符合这个阶段。

双十一活动促销方案8：vip活动

vip活动有两大目的，一是新会员招募，二是老会员回馈，其实这两种方式的最终目的是带来新会员，激活老会员，沉淀忠实会员。在十月份和双十一预热期间，vip活动要不断是进行，如果会员基数比较大的店铺，除了新会员招募之外，重点应该放在老会员激活方面。

双十一活动促销方案9：抽奖

抽奖促销也是淘宝卖家常用的方法，抽奖时要注意公开公正公平，奖品要对大家有吸引力，这样才会有更多的用户对促销活动感兴趣。

双十一活动促销方案10：竞猜

竞猜活动也是淘宝卖家常用的方法，如新品上新后，可以发起销售价格竞猜，设置一个上下值，只要用户所猜价格在这个值范围内，即可享受5折的价格进行购买。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇五**

第一部分是打基础、增销售的部分，时间节点是在10月10日至10月31日，这部分主要活动是xx活动和店铺优惠劵发送活动，当然这段时间也不局限于只是商品团和品牌团，如果开通淘金币权限的，xx活动同样是可以参加的，另外像品牌特卖也是可以的，只要是一切能上的店铺活动，都可以申请参加。

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劵推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动、crm维护和营销、sns推广。

双十一关键指标

会场位置：我们要根据双十一审核结果，明确自己所在的会场，双十一有主会场，分会场之分，当然，我们如果在分会场，也要通过赛买规则争取主会场。20xx年的时候还有一淘会场，另外就是双十一当天是否有品牌团或者商品团支持。根据当天会场资源进行接下来的各项指标预估和制定。

业绩指标：这里的业绩指标有两部分组成：第一部分是通过自然流量带来的业绩指标，第二部分是根据会场预估所能实现的双十一业绩指标。业绩指标是可以根据上一年度相关数据，或者竞争品牌相关数据作为参考来预估和制定。

客单价指标：这里的客单价指标是指的双十一当天预估的客单价，同样也是根据不同会场的折扣要求和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的客单价。可以参考上一年度双十一的客单价数据，或者竞争品牌的相关数据。

转化率指标：这里的转化率指标是指的双十一当天预估的转化率指标，同样也是根据不同会场的流量情况和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的转化率。可以参考上一年度双十一的转化率数据，或者竞争品牌转化相关的数据。

双十一货品准备是根据业绩指标，再结合商品品类架构、商品单价、售馨率等指标来进行核算和准备的。

在双十一货品规划的时候，要从两部分来考虑，一是在售商品的数量和品类，二是上新商品的数量和品类。不管是在售和即将上新的商品，总数有多少，哪些是重点品类商品，都要有具体的规划。

货品准备的关键指标：售罄率、件单价、销售指标

一般按照女装的售罄率约40%核算，最低销售额800万，那么需要备货20xx万。如果件单价100元，那么需要备货20万件。

1)好评率较高的产品 ;

2)销量持续增长的产品;

3)有利润空间打得起价格战的产品;

4)能否带来大流量的产品;

5)适合与多个套餐组合的产品;

6)相对竞争对手具有差异化或者具有明显优势的产品 ;

7)有强大库存供应支持的产品;

8)具有价格吸引力的产品。

1)货品大类占比(大类的库存深度区间、价格区间);

2)货品主推大类的挑选;

a，明确各类别的主推价格带、占比、款数、数量;

b，主推款的提前赛马;

c，畅销、滞销的货品占比分析;

3)进行详细的库存盘点，根据不同类别产品的动销率来制定相应的安全库存。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇六**

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20xx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

(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。

**圣诞活动方案电商圣诞活动方案幼儿园篇七**

店家促销手段圣诞节是12月25日，受到好多店家推崇，在消费者中也形成了一定的影响力。根据以往的促销手段，发现总有一些商家能别出心裁，想出非常好的方法。现在总结如下，见下方：

1、中奖手段，层出不穷。各种各样的打折手段：如：满300元摸奖一次。奖品有：电动车，洗衣机，袜子，当然多数是摸到袜子，最好是100%中奖，因为最低的奖品也就是一双袜子。网店的话吗，可以采用优惠券，直接减价，用户直接点击领取。在买东西的时候自动减去。

2、打折促销，实实在在。打折的对象，可以是会员打折，可以是直接对所有的人打折，打折的商品，可以分出类别，按区域打折，1区打折3折(老旧的陈货),2区8折(精品货，要让顾客一看就喜欢)网店的话，直接使用折扣，最好是5折下一点，在4.3折左右，有力度。

3、事先通知潜在顾客。你家虽然打折了，可是顾客不知道，那就糟了!!比如你是淘宝店卖包的，好多顾客应该到换包包的时间了，可是不知道你家有打折，你可以在电脑上给顾客发短信，但是你千万别使用手机发，那样的话非累死你不可，去网上下一个【快准牌电脑发软件】安装到电脑上，就可以导入顾客的手机号码，给顾客发短信了。，当顾客收到短信之后，立刻就知道是你在促销，来你的店里消费了。不管怎么样，一般都能带来20%的回头率，这是不得了的营销。这个软件是淘宝网的信息签名通道。平时没事的时候，经常发一些关心顾客天气变化的短信给顾客，也可以拉近和顾客的关系。在顾客的手机上显示的信息是106xxxxxxx。

4、圣诞节是个很好的销售机会，当然折扣的力度不要大过双11，要本着赚钱为主。

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