# 淘宝活动策划方案(汇总8篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2025-02-15

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。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。淘宝活动策划方案篇一...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。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。

**淘宝活动策划方案篇一**

店内推广是关键。主要包括关键词优化，产品上下架时间结合橱窗推荐、整店及部分产品的促销优惠活动。其促销工具有：满就送，限时打折，搭配套餐，收藏有礼(付费)，评价有礼(新功能)。

2.产品上下架时间

100个产品，分7天发布，星期一至星期五，每天上传产品数量15个。星期六至星期日10:00-12:00，19:00-23:00，总上传个产品 每天上架时间段10:00-12:00，14:00-17:00，19:00-24:00，每隔一小时左右发布一个新品。

3.针对整店优惠活动

(1)满就送。满xxx元送xx元。淘宝活动策划方案(2)收藏店铺(减x元现金)

(3)买满xx元，送优惠券。

(4)限量限时8折低价抢购

(5)包邮一个月，快递首发xx，不到区域发ems。

(6)新店特惠价，开店一周全场8.8折。

(7)购买产品后评价并分享个人心情和买家秀返运费。

(注：优惠活动如有重叠，均不进行折上折，默认以客户重复折扣中的最低折扣进行优惠。)

(1) 直通车推广

推广目的：增加商城活动流量、销量、浏览量，增加淘宝站内展现的次数。

推广流程：a、利用“数据魔方标准版”挑选合适的关键词。

b、制作淘宝直通车推广计划。

c、调整登录页页面内容。

d、淘宝直通车数据收集、统计。

e、分析直通车推广效果。

f、调整推广计划，调整登录页页面内容。

(2)淘宝客推广

淘宝皇冠网址站，返利站等等。

a、做广告素材。放到淘宝客社区。

b、收集几篇好的宣传文章。到阿里巴巴淘宝客板块发帖。

(1)实施手段

淘宝社区推广 (论坛，尽量发精华帖热帖)

a.当日热帖，或者必火贴插楼回复。

b.当日热门板块发帖顶贴。

c.女装相关板块发帖顶贴。

美丽说、爱团、蘑菇街社区(分享服装流行因素，店铺最新款式话题)。 a.当日热分享，或者必火话题回复或转发。

b.增加社区人气。

各大主流微博网站开博(养微博)

b.当日服饰热分享，或者必火话题转发。

c.增加微博互粉数量。

**淘宝活动策划方案篇二**

二、活动背景：

目前，全球共有6.5亿残疾人，约占世界总人口的10%，其中80%分布在发展中国家。多年来，在国际社会的努力下，世界各地在保障残疾人权利和建立无障碍社会方面取得了一定进展。但由于造成残疾人边缘化的环境、社会和法律障碍依然存在，残疾人在就业、教育和医疗等方面的权利依然受到不同程度的限制。上天赋予了我们生命的意义，那么在实现梦想的道路上无论有多艰辛，我们都应该持之以恒的走下去。或许你没有健康的身体，但是你有梦想的权利，xx年12月3日是第21届世界残疾人日，让我们一起走进他们的世界，拥抱生命，让爱飞翔!

三、活动目的：

当代大学生是时代的领跑者，始终站在时代的前沿，为了提高当代大学生的社会实践能力，践行青年学生的时代使命，引领社会风尚，充分彰显青春的色彩，释放青春的激情。为了贯彻党的执政能力，稳定社会发展的重要趋势，平衡群体差异，此次活动，我们走残疾人集体，让我院学生真正了解基层社会、深入关心当合国家对残疾人的照顾和重视，鼓励更多青年人跻身于中国青年志愿者服务的队伍中去，推广社会主义文化建设，建设社会主义文明，向更大范围、更高层次地推广青年的时代使命，因此我们第一以及第二学生党支部首当其冲，适时发挥党员先进性!

四、活动时间及地点：

活动时间：xx年12月28日。

活动地点：湖州市月河小区阳光之家医疗中心。

3、确定党员人数，安排好参与党员名单，并协调分组;。

六、活动内容及实施步骤：

1、材料准备：

联系花卉协会，购买制作丝网花所需的材料;。

2、募捐筹款：

3、活动内容：

3.1在校内做好确定数目的丝网花，务必保证活动中心每人一支;。

3.4自由行动，和残疾人聊天，游戏，教他们做丝网花;。

3.5帮助管理员打扫卫生，活动接近尾声;。

3.6活动结束：各组组长点清人数，有秩序的回校。

七、活动后期准备：

1、活动完成后，各干事清理现场;。

2、安排各组组长在活动完成后写一份报道和活动感想;。

3、和湖州市月河小区阳光之家医疗中心联系，做好活动的后续报道;。

4、总结活动过程中出现的问题，避免下次活动的再次出现。

八、活动意义：

通过此次活动让同学们更加关心残疾人的生活，用实际行动表达大家对残疾人的关爱，有利于正确树立人生观价值观，知道人与人之间要相互理解，明白党和国家对残疾人的重视和关照。同时也激发了同学们对残疾人的关爱，在生活中碰到残疾人需要帮助时，可以从设身处地的为他人考虑。

九、活动具体注意事项：

1、参与者必须以积极热情的态度参与活动，不走形式主义;。

2、注意言行举止，不得带有任何歧视冷漠态度，用真诚和他们交朋友;。

3、由于这些弱势群体长期不与外界过多接触，如果不能再来看他们，不能随便许诺;。

4、活动过程中遇到突发事件时要保持沉着冷静，联系带队老师;。

5、注意安全，文明礼貌。

**淘宝活动策划方案篇三**

由于\"淘淘一家\"的用户主要来自年轻一族，普遍具有追星的心理。\"淘you，淘的就是你\"活动就是为了满足这些用户的需要，为他们创造和明星接触的机会。借明星吸引更多的年轻一族关注3d网淘，加入3d网购，从而达到助势产品推广的目的。

20xx年2月14日到28日

\"淘淘一家\"用户在情人节、春节期间参加3d网购超过150元，即有机会参加\"淘you，淘的就是你\"活动抽奖。活动将会有60%的`机会能获奖，其中有50%符合条件的用户将获得国内娱乐明星亲笔签名的新年纪念礼物(初定为日历记事本)，10%的用户更能获得20xx年娱乐明星见面会门票。

(1)\"淘淘一家\"在参加3d网购时登记\"我最想见到的国内明星\"，并写出前三志愿。

(2)根据用户的对明星喜好的基本调查，确定5个基本明星，联系确定其意向。

(3)进行用户抽奖并送出新年纪念礼品，后续跟进明星见面会门票事宜。

(一). 活动能够体现系统性、规模性

\"淘you\"系列网络活动从\"淘友\"\"淘优\"\"淘游\"三阶段展开，各个阶段彼此相连，彼此贯穿，历时较长，共同形成大型的系列\"淘you\"活动事件，使活动具有系统性和规模性。通过长时间的大规模运作，将会对淘淘一家淘宝娱乐城进行较为广度的推广。

同时，由于活动通过现时广为流行的qq、社区等媒介进行网络炒作、明星助势、diy等活动的推广，保证了整个\"淘you\"系列网络活动的规模。

(二). 活动具备有用户群体的针对性

\"淘you\"系列网络活动从淘宝用户、社区论坛用户、游戏用户三种类型的用户着手，为他们创造亮点和吸引点。由于淘宝网用户本身对淘宝业务比较熟悉，从该用户推广开来可以带动其他非淘宝用户认识淘宝，加入淘淘一家，同时活动也兼顾到社区论坛用户和游戏用户，由于这些用户都常常关注论坛，因此活动通过论坛展开能把这两种类型的用户吸引进来，促进用户的大量参与和活动的广泛传播。

(三). 活动具有较大吸引力和趣味性

由于\"淘淘一家\"用户主要是年轻一族，根据他们喜欢追星、喜欢网游、喜欢论坛的心理策划\"淘you\"系列活动，结合有奖竞猜、免费出游、明星接触等多种富有吸引力和趣味性的形式，能够有效吸引追求时尚、追求创新、追求娱乐的用户加入\"淘淘一家\"。

**淘宝活动策划方案篇四**

1、店铺首页导航处加入留言板，且改变其颜色，让其彰显突出。

2、准备一定数量小礼品，情侣钥匙扣、钥匙扣、毛绒挂饰等均可，根据店主实际情况选购。

3、个别商品实行特价促销，提升店铺首页的浏览率。活动时间。

活动预热期（制造悬念，引领持续关注）。

时间：9.20-9.30。

内容：

店招位置插入国庆活动预告图片。

图片分一总标题三栏小标题，用来介绍3个不同活动。

总标题为：“2025前的最后一个国庆”

第一栏附上标题为“活动一：够实惠”，内容为活动一（如下）。

第二栏附上标题为“活动二：够给力”，内容为“更给力的国庆，9.25揭晓”第三栏附上标题为“活动三：够创意”，内容为“最创意的国庆，9.30揭晓”

活动进行时。

活动一：

超链接内容：招呼简单打。vip会员卡，凭此卡全场商品（包含特价）均可享受9.5者优惠。

注意事项：

1、客服对顾客的回答要及时，太忙话，可以告知其现在很忙，取得顾客谅解。

消费者购买的不只是商品本身，还包含服务等。

活动优势：vip卡折扣不多，但消费者会因为所持有的vip卡，而关注本店，同时通过。

vip卡链接，可以直接进入本店首页，防止其因为没有收藏而忘记了本店地址。

活动二：

10.1-10.7期间，满150以上，包邮+礼品免费赠。查看详情（超链接）。

超链接内容：商品任意购。凡在活动期间内，满101以上，在店面首页留言板上留言，即刻享受包邮及免费获赠\*\*\*一个。

注意事项：

1、给予顾客提醒，留言关于店铺建议内容，可以参与抽奖，详情见店面首页。

2、满x元，可根据店铺规模及利润空间的具体情况确定。

活动优势：促销才是硬道理，没有让消费者感受到优惠，很难促成其购买行动。吸引人的促销活动加上优质的客服服务，可以让消费者潜意识里记忆住本店。活动三：

10.7-10.8最佳建议留言大奖评选。查看详情（超链接）。

超链接内容：大奖落谁家。凡在活动期间内，任何顾客均可在店面首页留言板上写下店。

铺建议，截止10月七号10：00，评选出最佳建议留言3名。奖品分别为500300200。获奖情况与10.8在首页公布。

注意事项：

1、奖项可设置亦为店铺专用现金抵制券，具体金额等，根据参与人数及活动。

期间促销效果，还有店主实际情况确定。

2、活动只是一种形式，参与度太低的话，奖品就内定吧。

活动优势：创意活动，可以让店铺给消费者留下特别印象，同时可以根据消费者所提的建议，恰到好处的不断完善自己。

**淘宝活动策划方案篇五**

随着时间的推移，高年级学长学姐们将相继离校，留下许多物品，丢了可惜，带走又不方便；以及同学们平时有许多不用却又不舍得扔掉的物品。现在大家就可以通过这个安全规范的平台来交换这些物品，这样同学们不仅可以得到物美价廉的物品，还能降低同学们上当受骗的机率，更能提高物品使用率，提升资源循环利用的思想道德素质。

（二）活动目的

在创建节约型校园，弘扬低碳环保之风的同时，为挖掘同学们的创业意识，培养市场观念，实现同学们在实践中增长能力的目标。

（三）活动主题

开心淘淘乐

（四）活动口号

1、抢的太快，请系好安全带。

2、我和“小淘”有约“惠”。

（五）活动形式

1、前期宣传：由各个学院负责设计特色海报，进行宣传，并收集统计物资宝贝。

2、游戏环节：参与游戏“弹珠大逃亡”，获胜者领取购物抵用券。

3、表演环节：晚上7点开始由轮滑协会或街舞协会或双截棍协会表演，吸引观众。

4、促销奖励：前三名最佳销售学院获得证书。

（六）活动对象

全校师生

（七）活动地点

1、新空间摆点宣传报名处

2、五食堂一楼宣传报名处

3、林荫小道摆摊。

（八）活动时间

5月13―14日

（一）前期

1、上传下达：生活部部长会议――各学院生活部――各班生活委员处

3、微信：利用校园微信平台进行宣传

4、贴吧：将今年的情况进行公布

群：生活委员利用qq平台进行宣传

6、摆点：进行为期两天的摆点宣传

7、发传单：摆点时发传单，并进行说明

8、海报：将准备好的海报贴于学院展板处和寝室楼

9、展板：在展板处放置展板，把往年的`图片进行展示

（二）中期

1、各学院在自己学院的寝室进行物品收集，并清点、记录好

2、各个学院划分好地方，每个学院自己准备好帐篷（如有学院无法借到帐篷那么由学院安排就近进行合用）

3、各个学院在划分好的地方进行销售

4、最后各学院进行销售额的评比最佳销售队。

5、每天摆点时间为早上7：30至晚上21：30

（三）后期

1、活动结束后对资料及时进行归档并对活动进行总结

2、开生活部长会议并进行总结

3、没卖出去的及时与卖主联系并归还

时间：5月11日之前

1、学院班级宣传，收集物资。

2、各学院派人到到寝室收集物资，并做好登记。

时间：5月10日―11日

1、早上7：40，在新空间摆点准备，进行宣传，登记物资信息。

2、中午12：20和下午5：40，在摆点处进行小游戏，领取奖品以及协会表演（12：20―13：30）。

游戏一：弹珠大逃亡――选手用筷子把弹珠从盆中夹起，运输到5米远的终点线后投入2米远的纸箱，限时30秒。）

时间：5月11日―5月12日

物品收集，记录并做好表格，然后上交。

时间：5月13日

16：00各学院进行摊位的摆放。

18：00准备夜晚的照明准备（每两顶帐篷中间悬挂一盏节能灯，电线由师生活动中心拉出。

19：30―20：30由轮滑协会和街舞协会表演

21：30各学院收拾摊位与物资，明天再次进行交易

时间：5月14日

14：30各学院进行摊位的摆放。

15：00：―17：30进行关注微博送礼活动。（各为同学可以关注我们微博后领取小礼品一份）

20：00对销售获利情况进行统计并且抽出前三名颁奖。

（一）目的

1、确保本次活动期间现场不发生影响此次活动有序进行的事端。

2、确保本次活动期间现场不发生意外事故。

3、确保本次活动人员安全。

（二）组织体系及职责

大赛期间，成立比赛突发事件应急指挥部，由生活服务中心（副）主任任总指挥，成员生活服务中心三名干事及每学院两名干事组成。指挥部负责统一领导、预防、指挥、协调本次大赛突发事件的应急处理工作。

1、中控组：负责现场全局的掌控，人员的调动，安排应急指挥具体工作。（xx）

2、安全组：负责维持现场及周边秩序，做好交通疏导，预防和制止现场冲突和混乱。（xx）

3、后勤组：负责现场物资的管理，做好相关物资借出入的登记，防止物品丢失。（xx）

4、保障组：负责现场硬件的正常使用（xx）

（三）突发状况

1、天气不好，下雨

2、天气太热，工作人员中暑

3、部分同学因价格而引起争执

（四）事故处理

1、下暴雨就延后时间

2、准备预防和治疗中暑的药物，保证工作人员安全

3、及时解决因经济而产生的矛盾，并作出合理解释。

（五）后期

1、对活动的各类资料进行归档总结

2、把未卖出的物品也进行归档并在成大贴吧上进行进一步的买卖

3、对此次活动进行总结

淘宝集会宣传流程

五月十日早晨7：10全体集合

7：10―7：40把帐篷、桌子、凳子、展板等摆到xx并贴上海报等。

7：40―8：10守点人员到位，开始发放传单，摆点处记录托学院卖物品的人员名单和个人自己卖物品的人员名单。

8：20―12：00各学院摆点处留至少一人守点，同时守点人员可以自行发放传单或者拉同学来报名。

12：00―1：10各学院派至少两人到摆点处发放传单宣传淘宝集会相关事宜，同时开展一个游戏或表演活动。

1：30―5：30各学院摆点处留至少一人，同时守点人员可以自行发放传单或者拉同学来报名。

5：30―6：20各学院派至少两人到摆点处发放传单宣传淘宝集会相关事宜，同时开展一个游戏或表演活动。

6：30―7：00学院和中心内部收拾宣传物资，并准备第二天的相关宣传事项。

（注：微博和qq群跟进宣传，适时更新。）

卖主们：1、5月10―11日新空间现场报名

2、各班级生活委员处报名

3、5月中旬，各学院组织人员到寝室收集

**淘宝活动策划方案篇六**

主题：团聚购划算。

活动时间：9月8日--9月11日。

活动文案：中秋节这一天人们都要吃月饼以示“团圆”。团聚是这一天中华民族共同的心愿。

活动安排：中秋8重好礼。

参考页面风格和素材。

第一重一元秒杀。

1款商品每天上午8点晚上20点进行1元秒杀。

第二重全场包邮。

购物满200元，即送20元优惠券。

购物满300元，即送40元优惠券购物满500元，即送80元优惠券。

下次即可使用。

第五重新店特惠。

清仓产品买一送二(送的产品，可以由指定产品区中任意挑选)第六重中秋免单。

特定产品第一件原价第二件5折第三瓶免单!第七重好评返现。

只要给予好评，并留言30字以上好评，进行“跟随购”的顾客，切图给客服确认后，可以获得支付宝现金支付5元的返现。

第八重团圆照评选。

活动(一)主题：情系中秋，礼表爱意。

三、

活动时间。

xx年8月14日-8月16日(中秋节)四、活动对象。

五、活动内容。

“情系中秋，礼表爱意”特惠活动。

1、满100送10元钱的优惠券，可以用这10元券在小店进行消费。

2、一次购物满100加2元送项链，购物满200加5元送丝巾。3、购物满150元钱送货，赠送的精美礼品盒。

4、只要是本店会员，都可以通过在本店购物积分，然后找积分换为我所卖的产品。

5、购满300元可以赠送假日购物券，节假日购物积分双倍。6、活动期间，凡是情侣顾客，获赠爱情誓言卡一张，参加“最佳情话评选活动，有机会获得精美奖品。

六、活动宣传：

1、宣传重点时间：活动前2天;中秋后1天;2、宣传手段：

3、积分换购或积分抵现金4、加价购5、满就减6、买就赠。

这些促销活动都有自身的优势，也有自身的缺点。

二、促销的目的：

节双利用中秋节、国庆节客户流量大的优势进行促销。目的就是留住大客户量。从而赚更多的信用、钱。

三.促销前工作：

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。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，也会影响买主对咱们的好评，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。那可就不值得啦。2、顾客人群的确定：要促销，当然要把促销的对象搞清楚，促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的财富，而不是你自己，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，你的目标消费群知道了，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。

目标对象确定了，再选择合适的传播方法，比如网上的旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告，qq,博客，微博，贴吧，帮派，论坛发帖等等。都可以起到传播信息的作用。

顾客确定了，才能选择合适的促销方法。

四、活动促销方案介绍1、礼物满就送。

购物订单到一定金额(10)即送礼物一个(国徽一枚)。2、积分换购或积分抵现金。

凡是在中秋节和十月一当天到我店铺买东西的都可以“您只要花2元就可以买到我们店里价值5元的商品”或者“您只要花1元，就可以在我们店里挑选任何一件原价的商品”。这有这样买家才能更被我们的宝贝所吸引。人们总是普遍认为打折的东西质量总是会差一点，这是心理暗示，要打消这种心理暗示就要让买家觉得我买的这个商品其实是原价的，但是我花了更少的钱买到他了，我赚到了。

2块钱就得到了，他的质量品质还是5元的。4、加价购。

中秋节和十月一凡在我店铺购买指定商品即赠超值物品;案例如买上衣服装备就送精美头饰等。7、抽奖抽奖是一个非常有着诱惑力的促销方案。在中秋节十月一期间凡是在我店铺购买过的东西买家都可以参加抽奖一次哟。机会不容错过。百元大奖等着你哟！!再者就是一发表精华帖子，软文也可，只要包含了促销信息或者产品信息;二是多建友情链接，特别是那些浏览量特别大的店铺，很多人在进行浏览的时候，一不小心就看到了你的店铺;三是巧用搜索，建议店铺和宝贝的名字要加多一些买家常用的搜索关键字，可以增加网店的曝光率，例如国庆促销，国庆特价。

内容仅供参考。

**淘宝活动策划方案篇七**

七夕节即将来临，以下是由本站pq小编为大家收集整理出来的淘宝七夕活动。

希望能够帮到大家。

迎七夕，只赚信誉不赚钱。

1.店面装修：整体要突出节日的气氛，促销区、店招等可以适当的加入节日元素，这里不追求太大的改动，只要整体风格的协调，不然会给人杂乱无章的感觉。

2.宝贝描述：这一点很重要。好不容易把客户带进店里，就应该让客户知道我们还有哪些促销活动，让客户感到实惠。而且不是客户一进来发现不合心意就关掉页面。可以在宝贝描述的最上面、中间、下方。选取2处，来强调我们的优惠性。内容可以一样，但表达方式最好可以不同。

3.单纯的特价，全场包邮，这样会显得毫无特色，因为这些很多店铺平常都在做。这里可以来个2环促销：第一步：客户一进店，我们就提供2-3样产品，客户10元以下就可以购买。用这步先锁住客户的脚步，让他多逗留，他自然会看看店里还有没有其他的一起买了。第二部：满xx元包邮。上面10元以下超值优惠是不包邮的，再来这一步，就加强了第一步对客户的诱惑。这时我们设置的包邮条件最好在买少量就可以达到的价格。

4.搭配套餐：将首页的几种商品组合在一起，设置成套餐销售。提升店铺销售业绩，提高店铺购买转化率，提升店铺曝光率。需要了解产品的合理搭配，设置优惠套餐店铺购买转化率。给特色的地方加上描述，如，衣服最特色的是什么，穿上去给人什么感觉，衣服适用什么场所，衣服的意义等。

5.淘金币，可以分为2种:第一种，比如本来是100元，我们可以设置98元+200积分购买。第二种，买家买了东西我们送积分，超过100元送100积分。

1.对我们以前的老客户进行维护，对活动的时间，产品，用旺旺进行通知。通知的时候，尽量不要写得太广告，可以写，“亲，上次你买的那款衣服感觉怎么样呢?现在有另外一款风格类似的在做促销。”带上链接。

2.淘宝社区发帖宣传，带上我们的连接，帖子可以以软文形式，也可以以当下比较热门的话题，或者用以产品的属性为话题都可以。通过发贴id引流到店铺，报名参加社区促销活动，争取社区首页免费广告位。加入促销帮派，争取免费帮派推广资源。淘宝促销帮，促销频道(官方)等帮派，关注帮派最新活动，提交报名方案，并参与报名。

3.站外引流，直通车，淘宝客，淘宝网站活动。据情况修改宝贝，增加活动选中机率。现在我们很多活动已经不来及参加了，宝贝销售记录都是需要10件，30件以上的。

4.设置vip会员，购买产品即可加入会员。会员在以后购买可以享受9.5折优惠。

5.买就送，不要全场包邮，设置一定量就包邮，可以设置低点，让买家在基本购买上再加上其他产品。

6.让已经购买产品的买家穿着宝贝拍照加上描述投到邮箱，如，照片和描述做得很好的可以有奖励，奖励根据店家做决定。一来，到时候，图片可以加在淘宝描述里，二来，鼓励了顾客的积极性。

降价。这是最实用，也最能吸引买家眼球的一种促销方案，当然降价也是有技巧的。首先，我们在自己的热卖产品中找出一款人气极高的产品，当然如果适合情侣用，那更好不过。定价技巧我们可以这样来展开。

2、如果你的单品价格在30元左右，可以按照情侣装来促销，也就是52.0元或者53.0元情侣装1份，代表我爱你，我想你的意思(注：1份情侣装包含2份单品哦)，如果你的情侣装套餐在包装的时候能买一些彩带回来好好包装的话，我相信那就很完美了。

4、100元以上可选择131.4元的方案。

搭配减价。也是目前很火的一种促销方案。

比如，买满60元统一减价至52.0元或者53.0元。

买满150元，统一减价至131.4元。

神秘礼物。礼物一定要新颖，代表情人之间的感情的意思，礼物最好是2份，男女各一份。至于神秘礼物的话，还得各位卖家都小商品批发市场去淘情侣的小礼物。

情人节礼物。

**淘宝活动策划方案篇八**

一、一定要理性去看待新起的商业模式。电商不是洪水猛兽，线下应顺势而为，积极转化，充分发挥线下体验优势，抱团应对是一个权宜之计，只有线上线下融合才有更好的未来。

线下零售店铺以经营产品为中心转向经营顾客为中心，重点抓好vip体系建设，如何吸引顾客进店、吸引顾客留店、吸引顾客重复狂店，如何转化这些体验客？将是未来竞争的焦点。

二、培训员工建立统一转化术。设计适合线下顾客群体的促销活动，你敢承诺线上线下同价吗？如果同款双十一更便宜，你敢承诺双倍补差价吗？如果做到价格一致，并且线下有些品类还能当场提货，对于那些“等不起”的顾客肯定很容易转化过来的。对待体验客要象对待“亲顾客”一样服务好，即便不能当场转化，至少你要留下顾客的联系方式，争取日后转化。如果你已经发现顾客在抄码或扫码时候，你不能收他们抄码费，更不要赶他们出店，你应该说“亲，这款商品我们有现货，如果你现在购买后我们可以送你张50元代金券”。你绝对不要说“网上都是假的”等这些说法。

三、建立营运规划。如果你留意会发现线上线下其实有很多商品是没办法比价的。淘品牌线下没店不能比价；有些品牌如only、欧时力线上线下同价也不能比价；有些公司做了品牌或产品区隔，线上和线下销售的商品是不一样的也不能比价。所以规划好自己的品牌策略也是一种方法。不然就线上线下就是同质化，把线上资源简单的变成一个渠道了。线上线下商品要有区隔，最好是品牌区隔、其次是单品区隔、最次也要做到时间段区隔，如线上主推中低档产品，线下主推高档产品，对于同一个品牌的同一款产品，线上线下尽量统一价格。”如线上卖尾货等。管好自己的渠道，现在有些公司乱价者不是别人，正是那些对线上喊打喊杀的经销商们，他们偷偷的将货售卖给网店。

四、建立电商战略，学习互联网思维。线下店铺哭的原因归根结底还是实体店的电商战略滞后，或者没有好的战术落地。有一个o2o还做得不错的服装品牌，可以实现顾客在实体店铺用支付宝支付（销量算线上线下各半），每个店员都配有一个pad来展示、支付商品，很好的o2o战略。但当顾客提出要用支付宝支付时，店员却告诉顾客她还不会用支付宝。她没骗顾客，她确实还不会用。

五、服务升级。实体店应对电商的一个有效方式就是服务的升级，从售前到售中到售后，提升客户的服务享受。顾客不仅仅是买到服装产品，更重要的是可以在店铺学到专业的时尚搭配信息、适用于自身的服饰穿着。未来终端竞争的焦点将是vip客户的竞争，vip客户服务体系不断升级将是竞争的核心。

六、提升促销手段。传统的促销就是拼价格战，买赠、满赠等手段都是价格战的范畴，实体店要想不被电商冲击或者很少被网络冲击，必须转变思维方式，改变卖普通产品向卖个性化产品转变，个性化就是走特色道路，努力从店员被动服务到主动个性化服务方向转型，从售前服务转变成售前售后连续服务方向转变，提升附加值。例：百货公司将大促变成派对，“广百之夜”，邀请演艺明星到场、逾百个时尚派对节目，打造party，以新鲜感的体验来吸引更多的客流。先制定一个良好的促销策略，明确清晰的促销主题后，才能跟据这个主题做出有效地促销活动。然后12月12日当天，面对网上疯狂的促销价，服装店老板切忌跟着抛价。确定到促销活动时间，知已知彼方能百战百胜，最好的先机是观察一下在“双十二”期间，周围店面的服装是否跟着搞促销活动，做促销活动时，必须要搞好促销氛围，在活动当天必须要令消费者知道你店要做促销活动。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找