# 双十一购物促销活动方案

作者：梦回江南 更新时间：2025-01-15

*双十一购物促销活动方案(6篇)时间飞逝，双11就要到了，双11也是历年商家必争的节日，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。今天小编就给大家带来了双十一购物促销活动方案，一起来学习一下吧!多多范文网小编：[标签:...*

双十一购物促销活动方案(6篇)

时间飞逝，双11就要到了，双11也是历年商家必争的节日，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。今天小编就给大家带来了双十一购物促销活动方案，一起来学习一下吧!多多范文网小编：梦回江南 每日更新工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文和个人简历范文等等…更多范文等你来发掘!

**双十一购物促销活动方案篇1**

活动背景：双11，已经悄然间进入我们的视野，被电商打造成了一个空前的盛况节日。淘宝、京东、苏宁易购等等网络电商的强势之下，线下实体店，经营变得艰难起来。而实体店的生存空间的压缩，必须紧跟电商的步伐，而且要做得更好。

活动目的：建立商家与客户之间良好的关系，在当地打响美誉度，增加电器的销售。

目标人群：本地用户

主办方：\_\_电器销售有限公司

活动具体内容：

1、将你的烦恼告诉我：

在使用小家电的过程中，有很多小问题、小故障频发，而客户却无法解决，即使联系到商家，同样不能得到妥善解决，因此，举办这样的活动，只需要客户讲心中使用的困惑，大声地将出来，而商家只需要专人记录，并配送小礼品即可。诸如指甲钳、洗衣服等等。

2、以旧换新

人都有念旧情节，要让消费者做到\"喜新厌旧\"，的做法，莫过于以旧换新，这一点上，电瓶车行业做得最到位，可以效仿一下。电器行业其实也可以，小家电、电视、冰箱等等都可以进行以旧换新。

3、颁发贵宾卡

为了增加用户的粘度，加快成交率，可以就不同品牌，颁发贵宾卡；在促销的同时，可以压缩用户选择的空间。具体操作如下：比如用户购买海尔的一件较大产品，则颁发海尔贵宾卡，如果该用户继续购买该品牌电器，则享受一定的优惠。

4、送现金券

这可以借鉴一些服装城的做法，比如购买900元衣服，送90元购物券，规定最低消费和使用时限，这样就可以捆绑消费，用户为了不浪费手中的购物券，为一次次掏钱购买。

5、评选最美主妇

在中国当下，商家促销千篇一律，毫无新意可言，而且更没有人情味。因此，来一次现场比赛，比如使用豆浆机、煎蛋等小家电，做一次早晨。相信会吸引很多人的目光。既有新意，又能够让人感到家的温馨。

6、为新婚送礼

双11已经接近岁末，很多新婚家庭选择在这个时候购买家电。这时，举办新婚送礼活动，既应时又应景。

活动总结：

双11，虽名为光棍节，但人们还是希望，家庭美满，阖家幸福。因此，以温馨的家为主题，来进行具体的促销安排，是最为合适的。

**双十一购物促销活动方案篇2**

活动主题：给单身的你找寻另一“半”的机会

活动口号：但愿人长久/光棍不再有

活动目的：稳步提升\_\_酒吧品牌

活动地点：\_\_酒吧

活动时间：20\_\_年11月11日

活动背景：因“万圣节”的刚过，且“\_\_节”在\_\_这样的中型城市发展空间不是很大，加上一年一度的“光棍节”即将到来，综合考虑，决定此节日不做大，但一定要做细，做得深入人心。

活动内容：

1、活动当晚凡20：30前到达酒吧的女士均可获赠奶茶一杯。

2、全场互动环节，如有光棍男士相中喜欢的女士可写小字条由服务生传递，体验飞鸽传书的乐趣。

3、晚十一点抽取幸运消费奖，一等奖1名：王朝干红一套；二等奖2名：啤酒4瓶；三等奖3名：啤酒2瓶。

但愿人长久，光棍不再有！

快快行动吧，在\_\_酒吧告别你的单身！

预订专线：

**双十一购物促销活动方案篇3**

一、前言

1、单身礼品

过节送礼！这样的炒作方式很符合民意，尤其在这百年一遇的神棍节呢，是不是幸运的神棍，都想送自己一样特殊的礼品来纪念或者祭奠一下这个很特别的时刻。自己送自己礼物，当然也要有好友送自己礼物的刺激喽，光棍节本来就是个寂寞的节日，好友借此机会送礼，是不是会让人感受到一点点温暖呢？

2、11元抢购

11元抢购？这可是京东商城最近正热搞的呐。是不是很有创意？当然了，想搞好棍棍促销，首先要算好成本，要做到薄利多销，还要借此良机打好名气，为以后的生意做铺垫！11元，真的不是很贵喽，每一个人都会舍得在这样的日子里话费不大的价钱，买到一件心仪已久的东东，所以你的产品还要有吸引人又实惠的优点哦！

3、降价促销

降价促销，永远都是节日促销不变的主题！降价，要巧妙地降价，要让消费者感受到真真正正的实惠，你才有销路，才能大赚一笔的哦！降价若不当的话，很容易给消费者造成负面的影响，这可是事关你以后生意能不能成功的关键呢！

4、送光棍节吉祥物，祝福光棍们早日脱光

每一个光棍都是不想就此光棍下去的吧！所以吉祥物会被奉为上品哦，当然也可以“进店有礼”，送个性的光棍节吉祥物，这样能吸引大批的消费者进店的，进得人多了，生意自然就旺旺了。当然，您也可以在消费者购物满多少元的时候送什么级别的光棍节吉祥物的。

二、活动背景

在双十一活动前夕，商家可以参加淘金币、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。“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。20\_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，许多人的集体疯抢，以及多家知名品牌参与。单日成交额达上好几亿。

三、活动时间与活动商品

活动时间：11月7日到11月13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\_\_X，淘金币价\_\_X+100淘金币，数量500份，折扣5-7折，附送一些小礼品等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫。

2、活动时间：20\_\_.11.11凌晨一点至24点。

宣传语：全场五折还包邮哦！

四、活动目的

由于“双十一”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。

五、店铺活动

1、好评送消费券

2、收藏拿双十一红包或者是淘金币

3、关注有好礼

六、活动规则

（1）消费券只限购买原价商品。

（2）聚划算商品不参加双十一活动。

七、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

八、活动跟进（团队配合）

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，设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。

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；做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格。

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：发货员备货以及快递公司提前联系准备！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。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双十一活动宣传。

九、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。

十、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、休假等相关安排按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量。

（4）物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算。

十一、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。

**双十一购物促销活动方案篇4**

促销，最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式，这种方式抓住了年轻人的思维特点，用与时俱进的方式推广了商家、和平台，是近两年来成功促销的案例之一。那么，在网络上，我们如何能够做到像淘宝商城的促销活动一样成功呢？怎么通过促销手段提升自己的成交额呢？

一、促销的过程：

1、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，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。

2、要确定顾客人群：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。

二、制定促销方案：

⑴会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度！

⑵折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

A、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢？

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

B、变相折扣：免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹！

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

C、买赠促销：其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。

优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴！

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情！

⑶赠送样品促销：

比较适合化妆品和保健食品。由于物流成本原因，目前在网上的应用不算太多，在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

⑷抽奖促销：

这是一种有\_\_性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加。

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与。

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

⑸红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度！

⑹拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入卖家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

⑺积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与！

三、营造良好的促销氛围

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”！冷冷清清，能留住客户吗？

四、总结促销的效果和经验教训

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。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。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。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

**双十一购物促销活动方案篇5**

一、光棍节促销和其他时候的促销活动大同小异，无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1.媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2.销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深光棍节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3.人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1.属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2.属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

3.光棍节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在促销活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1.一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2.重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

**双十一购物促销活动方案篇6**

一、活动主题

低价风暴全民疯抢（亲，你买了吗？）

二、活动时间

20\_\_年11月9日—20\_\_年11月11日

三、活动内容

活动一：全场5折终极狂欢（20\_\_年11月11日）

20\_\_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（20\_\_年11月9日-11月11日）

凡活动期间在\_\_\_\_购物的顾客，单张水单金额满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。）

四、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。）

五、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

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