

最新双十一购物策划案 双十一购物狂欢节邀请函(汇总5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

双十一购物策划案篇一

双十一网购狂欢节是指每年11月11日(光棍节)的网络促销日。同时也是女生国务最疯狂的一天，在这一天，许多网络商家会进行大规模促销活动。下面小编整理了关于双十一购物狂欢节邀请函范文。欢迎参考！

奉天承运，天猫诏曰：一年一度的双十一盛会即将来到，本店奉旨举行回报大会：全场5折!满1000包邮!!话费抽奖!!!苹果5抽奖!!!!特此给我们的贵宾发送邀请函。欢迎届时光临。

xxx公司

亲!很幸运您收到了我们的邀请!

我们即将在双十一重大节日里开启降价狂欢!特邀请您参观我们的店铺!

我们涉及淘宝网女装商城,电器购物商城,家具商城等淘宝金皇冠店铺,快乐淘宝,敬请收藏。

淘宝网商城100%正品行货,比如品牌有诺基亚、联想等知名品牌,供货全面。我们淘宝网商城所有淘宝店已经加入消保计划,让您网上购物更放心。

同时我们淘宝网商城全面支持全国货到付款，让您收到我们的商品之后才付款，做到零风险网上购物。如果喜欢您也可以推荐您的朋友一起来哦！

地址：###，欢迎收藏！

双十一巨献，错过再等一年！！

签单即赠50寸液晶电视，

更有整点抽奖，

订单抽奖12重惊喜！

介绍朋友成功签单，

更有ipad□苹果7赠送！

请将图片保存到手机作为免费入场券！

到场即赠进口红酒一瓶。

实创整体家装，

诚邀您参加首届天猫家装博览会！活动现场汇聚国内外一线家装品牌，近百位知名设计师一对一贴心讲解！现场特别推出12项升级、12项不限优惠大礼，更有12重家装好礼等您领取！

活动时间：2019年11月11日

双十一购物策划案篇二

这个主要是针对，直通车，钻展，淘客，聚划算，进行

策划细分。

直通车、钻展、淘客，这段3个阶段进行推广策划

(1) 预热阶段(10月1日-10月31日)

这个阶段主要是测试双十一的推广图，10月20日前测试和调整出来各主推款的各图片的点击率，为制作双十一钻展投放图片提供素材，20日前的文案和素材是日常的，只是为了找到更好感觉和效果的图片，结果出来后文案改成双十一的文案，并利用聚划算得回来的新顾客进行双十一的二次营销。

(2) 升温阶段(11月1日-11月5日)

这个阶段主要利用测试出来的推广图，进行推广力度的调整，目的是为了引入更多的流量，收藏能在11月11日当天爆发，这段都不能看投产比，因为大部分顾客都会在双十一才购买，这段时间我们主要看的是收藏。

(3) 高温阶段(11月5日-11月11日)

这个阶段，直通车关键词必须卡位，找出100个左右精准词，核心词，中心词，进行卡位。

双十一购物策划案篇三

双十一就要到来了，下面小编整理了天猫双十一购物狂欢节活动方案，欢迎阅读！

一个新的商业神话在推出的双十一促销中诞生：单日交易额达到9.36亿元，超过购物天堂香港一天的零售总额，更是中国百货店单店日最高销量的2.6倍。在这样一场商业盛宴中，

淘宝网实实在在展现了电子商务的人气。双十一主要源于光棍节，是一种流传于年轻人的娱乐性节日，以庆祝自己仍是单身一族为傲（“光棍”的意思便是“单身”）。光棍节产生于校园，并通过网络等媒介传播，逐渐形成了一种双十一的文化。1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。而一般光棍节则指11月11日。国家统计局抽样调查显示，目前出生人口男女比例近120:100，全世界最高。据推算，到2020年，中国处于婚龄的男性将比女性多出3000万到4000万。

1、双十一客户群细分：

大学生，办公室一族，多集中18岁~30岁之间。

双十一客户群特点：

单身，时尚，娱乐

双十一客户需求：

心理自嘲，娱乐，爱情

策划双十一公司资源现状

活动目的：

多店资源整合，借助双十一为托管店铺引进流量

2、双十一资源支持

多店资源，产品线较丰富，具备主流渠道传播的推广执行团队

双十一活动的整体构思和部署

活动的卖点：

以店内折扣优惠为核心卖点

活动页面秒杀送礼为辅助

活动的整体引流构思

推广流量以直接引流到活动页面和官方微博

(关于淘宝店铺流量跳转到微博的解释：由于淘宝网无法挂外网连接，所以利用关注进行跳转为活动页面引流。

引流方法：店铺通过悬挂双11活动预告的广告图，以给予优惠的形式吸引顾客关注微博)

为什么运用微博进行流量跳转

根据目前对双十一所掌握的资料和可以利用的推广资源提出方案

活动主题及其概念

光棍啦，时尚购物 全场无理由3折。

传播概念，以时尚光棍(推广所用文案，图片，包括页面制作都围绕这个概念)为传播切入点，利用各渠道对活动页面进行传播。

1， 10月11号-16号

进行推广所需的资料收集准备(包括微博帐号，旺旺号，推广所需的文案及图片素材等)

活动期间店铺客服推荐活动的话术

2, 10月17号-31号

所有推广渠道开始推广微博，并且微博同步开始运营。

3, 11月1号-5号

微博开始新的有奖转发，参加活动的店铺开始上活动预告图，将流量跳转到微博。

上预告页面，进行分享有礼活动，分享本页面可获5元优惠券

4, 11月6号-11号

经过17天的论坛推广反馈数据，挑选出优质论坛进行软文直接推广页面。

各渠道推广宣传首页

双十一活动产品规则

产品3折

11.1号开始悬挂活动banner

同意活动宝贝页关联其他店铺产品

针对天猫的双十一网购狂潮，如果说要出一个策划方案，那么很简单，立刻就可以搞定，比如说活动策划方案，针对产品本身的爆款打造方案等等，都可以作为一个策划案。

比如说，我们现在要做一份活动策划方案，在接下来的双十一投入几个专展，或者上一个聚划算。那么目标明确了，接下来该怎么办?说白了，就是一整套流程走下来，那么什么算是活动策划的一整套流程，下面，我就在这里大致的介绍下：

第一，选款。也就是说，用哪个商品去上活动?在选款的时候，要充分考虑到如果活动上去了，它的销量会怎样，这一步算是活动评估，因为你总不能拿店里面一个销量都没有的产品去上活动吧，即便你想上，淘宝也不答应。所以，一般情况下，上活动的产品，都是本店销售最火爆的产品，毕竟，销售最好的，说明用户接受度高，从本质上来讲，是在说明市场的反应情况。

第二，活动价格计算。淘宝上活动，人家总是要求打折的，你大致算下，如果淘宝小二答应了，你可以上活动，但前提是打5折，那你那时候就要计算了，如果打5折再包邮，会不会亏本，亏多少，如果不亏，我可以赚多少?大部分情况下，你家的商品要上活动，在价格方面，被淘小二挤出来的水分是非常多的，也就是说，人家见多识广，看着图片就差不多能估摸出你产品的成本价，所以小二同志会死命的压价。正是因为小二同志有此嗜好，所以，活动商品的最初定价还是相当重要的。你对活动产品的价格安排也就显得非常重要。

第三，店内营销策划。好歹上一次活动，总不能浪费了这个流量，那么是不是还要在店里面做一系列的营销策划，诸如满就送、搭配套餐等等，这一点的目的是为了提升客单价。虽然这一点对客户来讲，有点不大情愿，为什么，因为凡是参与活动来购买的，基本上都是奔着活动产品来的。但是，这里有一个问题，顾客不买，不代表不能没有。

第四，调货。既然要上活动了，总要备货备在这，总不能说完卖了再去进，那会就已经晚了。

第五，活动上线后的客服管理。搞过活动的同学应该清楚，比较好的活动上线了，那会你的客服工作就非常重要，你总不能一直跟客户神聊吧，你这么一神聊，要么让其他客户走人，要么客户收到货后在评价中说你几句，你要知道，他说的话可是展示出来的，这总不大好。而且，即便你想神聊，也没这个机会，你那电脑一直弹对话，你自己也扛不住吧。

从我搞活动的情况来看，好活动开始，电脑基本上就卡死了，所以，提前写好自动回复很重要。在这个自动回复里面，你要把能想到的都写上去，不要怕文字长。关键是，尽可能的回复客户的疑问。

第六，发货。根据活动大小，提前准备一些货总要先打好包，这个很重要，不然，如果客户一多，你发货速度慢，就会影响到店铺的评分，所以，这一点务必清楚。

第七，售后处理。发货之后，客户陆续就收到货了，这时候，麻烦也就来了，各种各样的评论都有，比如遭遇差评怎么办？该如何解决，这些都是要考虑到的问题。

以上是一个活动策划最简单也是必须要考虑到的内容，而且，这个只是流程，作为活动策划者还必须给这些环节，每个环节里面安排一个人员来负责，在何时何地做什么样的工作，出现问题之后的内部协商机制是什么等等。

双十一购物策划案篇四

双十一立马到来，大家准备好了吗？下面小编整理了淘宝双十一购物狂欢节活动方案，欢迎阅读！

一、策划书名称：

淘宝网店双十一营销策划书

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：

(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。

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。

- 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；

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小时拨打的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□

以上内容由本站提供，如果您觉得本站的信息还不能完美解决您的问题，可以联系我们，我们将在第一时间内为您解答。

双十一购物策划案篇五

1、双十一客户群细分：

大学生，办公室一族，多集中18岁~30岁之间。

双十一客户群特点：

单身，时尚，娱乐

双十一客户需求：

心理自嘲，娱乐，爱情

策划双十一公司资源现状

活动目的：

多店资源整合，借助双十一为托管店铺引进流量

2、双十一资源支持

多店资源，产品线较丰富，具备主流渠道传播的推广执行团队

双十一活动的整体构思和部署

活动的卖点：

以店内折扣优惠为核心卖点

活动页面秒杀送礼为辅助

活动的整体引流构思

流量入口分析

引流示意图

推广流量以直接引流到活动页面和

(关于淘宝店铺流量跳转到微博的解释：由于淘宝网无法挂外网连接，所以利用关注进行跳转为活动页面引流。

引流方法：店铺通过悬挂双11活动预告的广告图，以给予优惠的形式吸引顾客关注微博)

为什么运用微博进行流量跳转

3、双十一活动策划方案

根据目前对双十一所掌握的资料和可以利用的推广资源提出方案

活动主题及其概念

光棍啦，时尚购物全场无理由3折。

传播概念，以时尚光棍(推广所用文案，图片，包括页面制作都围绕这个概念)为传播切入点，利用各渠道对活动页面

进行传播。