

# 最新电商平台策划方案(实用5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 电商平台策划方案篇一

光棍节如今越来越受到年轻人的欢迎，这是一个单身贵族们的节日，也是单身展现自己的舞台。希望通过举办这次活动，能释放一下光棍们久违的激情给自己一个机会好好放松一下，寂寞的心需要安慰，平淡的生活需要一点刺激和浪漫，给原本枯燥的生活添上绚烂的一笔。

交友万岁，单身无罪

活动时间：11.11晚自习结束

活动地点：大学生活动中心

活动内容：八号楼都是来自人文学院的姑娘们，我们可以找到同是人文学院的21号楼，来一次联谊。在联谊期间，我们可以玩一些小游戏来让大家快速熟悉起来，融洽一下气氛。

游戏内容：

1. 我爱你不要脸：听上去有点暧昧，其实是个练反应的好游戏。众人围坐一圈，规定只能对自己左边的人说“我爱你”，对右边的人说“不要脸”。两人之间只能对话三次，一旦有人说错，就要受到惩罚。当游戏达到一定速度时，反应跟不上的人，往往会出现“我...不要脸”或“不...我爱你”之类的经典自白。

2. 找零钱：男生代表一元钱，女生代表五毛钱。由主持人说出具体价格数目，由男女生自由组合，最快组合完毕的即为获胜者，罗丹或组合失误的即为失败。这个游戏让大家都了解每个人都有其存在的价值，要懂得相互尊重和珍惜。

3. 信任之旅：需要两个人任意组合，分多个小组，其中一名同学需要遮住他的眼睛，然后开始上楼，转弯或者下楼，在相同路段，看谁先到达目的地，谁就是胜者。这可以考察双方的交流沟通能力，让大家懂得随机应变。

希望通过这次活动，大家都可以成为朋友，并且可以增进人文学院男女生间的'感情。

## 电商平台策划方案篇二

我与你，携手共迎圣诞

我与你，携手共迎圣诞-圣诞节晚会

a.携手联通俱乐部, 共同培养团队精神

b.面向全校, 加强学校校内凝聚力

c.提供相互交流与认识的平台

d.提供自我展示的舞台

共青团广东海洋大学委员会

联通新势力俱乐部，广东海洋大学疯狂英语联盟

赞助单位:安居论坛

地点:广东海洋大学主校区3号篮球场

时间:xx年12月24日晚上19:30分至22:00分(将做具体延长)

广东海洋大学全体师生

文娱表演

### 1)活动前期准备

1、前期宣传(12月19日至12月24日,联通俱乐部负责,cea协助)

a.一饭门口悬挂横幅

b.以短信方式报名

c.在海浪bbs发贴宣传

d.在一三饭堂张贴海报

2、场地准备(12月20日至12月24日,联俱负责,cea协助)场地等相关申请(cea)

晚会舞台背景布置(联俱负责,cea协助)

音响、灯光设备等晚会设备的准备与调试(联俱负责,cea协助)晚会入口布置.在晚会场地入口摆设圣诞树(橙黄色),即许愿树.(联俱负责)到场人员的位置安排.内部提供好易贴,即便条贴,晚会参与者经过晚会入口取得好易贴,进入晚会现场后根据取得的好易贴的颜色找到同色标志牌,进行自觉分组.

3、主持人(cea负责)

4、节目排练与跟进(cea负责、联俱协助)

5、工作人员的相关工作安排(大型晚会,偶尔会有突发的小插曲,为了维护现场秩序,负责成立一个4人机动小组,应付突发状况.)

## 2) 活动流程

1、19:40—19:45:舞蹈《成人礼》(03:30分).由劲舞拉开舞蹈帷幕,劲舞最易带动全场气氛,掀起观众欣赏热潮.(节目必须提前做好准备,所需资料(音乐等)必须提前收集.)(cea教学部负责)

2、19:47—19:55主持人开场白.(cea文娱部、联俱负责)

4、20:07—20:15《帝女花》话剧.(cea教学部)

5、20:17—20:27街舞表演.街舞对观众有广泛性与普遍性的吸引力,最能带动全场气氛,把全场气氛提到顶端.(联俱)

6、20:28—20:35生存大挑战颁奖仪式.(联俱)

7□20:37—20:50cea选美(cea负责)

9、21:10—21:20抽奖环节

10、挪圣诞树.将晚会入口摆设的圣诞树挪到晚会现场中央,该环节由圣诞老人、优帕饰演者(主要)、以及四名机动小组成员(协助)负责.注意:如果现场混乱,应由机动小组组织观众自觉为圣诞树挪出摆放位置,圣诞树应小心挪动,如不慎倒落,机动小组立即协助)(联俱□cea共同负责)

11、21:20—21:30交谊舞表演,同时作为带动观众互动的压轴节目.(注意互动细节:可以在观众席上邀请观众与舞者一起跳舞,台下也可以共舞,以交谊舞为基础,可以适当调节音乐,例如:先放一些流水式音乐,由国标舞者带动全场一起跳舞,可以

一对一对互邀互跳.)主持人可以在现场走动,观看舞蹈,带动观众共舞,同时注意跳得好的若干组,可以颁发礼物.(cea外联部)

12、21:30—21:40全体唱圣诞歌曲

□wewishyouachristmas□.(形式:将圣诞树置于场地中间,所有人围成若干个圆圈,圣诞老人和优帕共舞,围绕圣诞树.带动全部观众一起狂欢.所有人为晚会歌唱,也为自己歌唱,晚会拉下帷幕.)

13、21:40主持人宣布晚会结束.(cea文娱部、联俱负责)

3)后期工作

a.志愿者留下来清理晚会场地.内部工作人员必须预先定下场地清理人员.

b.将此次活动成果汇总交到海大青年、校报记者站、校广播站报道.

c.在海浪上发帖总结活动成果、对协会内部博客进行更新宣传.

d.协会对内部成员进行活动总结.

e.把活动成果汇报到校团委相关机构并备案.

## 电商平台策划方案篇三

三、商品报名:

1.双11报名要求指标90%是怎么回事?

答:是指标数值高于10%不低于商家整体排名的90%,后台售

后指标高于10%即可!

答: dsr评分为营销活动的基准准则, 如不满足则不可以。

答: 同行业商家对比排名, 没有具体数值, 比如按照一个数值取排名等, 只要达到名次即可。至于名次的排列要看类目商家的竞争了。

答: 只要通过双11的海选报名, 就可以进行商品打标, 海选资格通过后, 才能进行会场的报名。

5. 天猫店铺如果想报名参加2016年的双十一, 售后综合指标 < 10%能报名参加吗?

答: 营销基准规则严格执行的, 所以是不可以的!

6. 运费险是必须签的吗?什么时候签, 在哪里签?

答: “天猫双十一”运费险是为了降低双十一当天出售商品后期的纠纷, 天猫建议合作方商家签署该协议、并作为商家与天猫开展本次双十一合作的前提条件。

但是针对部分类目(虚拟类目、机票、酒店、医药、生鲜、酒水、大家电、厨房电器、家装新车/二手车、轮胎、轮毂、住宅家具、商业/办公家具、家装主材、基础建材、电子/电工(指蓄电池/变压器/电线)、装修设计/施工/监理、天猫国际商家、珠宝/钻石/翡翠/黄金), 目前的保险产品并不适用, 因此该部分类目的商家将不会产生运费险费用, 相应的运费险协议天猫与商家一致同意并不生效。

7. 后期退出运费险, 普通运费险是否也会退出?

答: 请小二告知商家: 待活动结束后之后再退出运费险, 普通运费险也会失效。请您了解。

8. 未能成功入选的商家，是否还有机会再次报名参与海选？

答：不能，海选机会只有一次。

9. 双11购物狂欢节，基准营销规则的售后服务综合指标是什么意思？

答：包括退款纠纷率、退款自主完结率、退款完结时长三项指标的一个综合评估数据，取值范围为近28天，综合指标以排名占比的形式展现与同行的对比；所有商家必须满足在同行业下的售后服务综合指标排名小于等于90%表示您必需打败超过10%以上的同行营业商家，才能报名参与天猫营销活动。

10. 预售商品与正常商品有什么区别？

答：双11预售商品和日常预售是一样的，是定金+尾款的形式，正式商品就是双11当天以双11活动价格进行购买的商品。

11. 参加双十一活动的商品还可以同时报名聚划算吗？

答：参加2016年“1111购物狂欢节”的商品可同时参加同期的聚划算，但正式活动的商品售价和聚划算价必须一致；二者不一致时价格将会被同时强制修改为报名的最低价格；同时参加聚划算的商品，请商家同时遵循聚划算规则。

参加聚划算秒杀活动的商品(如主题团/品牌团1元特价等)，无法同时报名参加2016年“1111购物狂欢节”活动。即使同时报名2016年“1111购物狂欢节”，也将会被系统从天猫招商报名中清退出“1111购物狂欢节”活动。

## 电商平台策划方案篇四

一、活动宗旨：

坚持公平、公开、公正的组织原则，通过自由和浪漫的活动形式，为青年男女择偶和选择爱情搭建平台。

二、活动主题：双十一寻梦缘，爱在

三、活动时间：

四、活动地点□xx公园内

五、参与对象：

在xx市内工作和生活，年满20周岁，热爱生活、品行端正、遵纪守法、具有正确的婚恋观、职业相对稳定的青年男女均可报名。

六、报名要求：

(1)每个参加相亲大会的人需提供2张2寸免冠彩照，并填写报名表。

(2)报名者需提供本人身份证、毕业证原件及复印件各2张。

(3)采取近到各社区居委会办公室报名，再汇总到居管办的报名方式。

七、相亲大会活动日程：

1、主持人介绍活动形式、内容及参加人员活动区域划分。

2□xx街道致辞。

3、文艺演出。

4、猜谜者到谜语区参与有奖竞猜、交友、设兑奖区。



- 5、公园西侧设相亲长廊。参与者可通过逛长廊方式，查阅信息，寻找意中人。
- 6、请相亲成功者上台发表爱情感言。
- 7、相亲成功者共同放飞爱心气球。

## 电商平台策划方案篇五

市场营销活动归纳起来是解决两个基本方面的问题：其一，让最终消费者(客户)能够方便接触到公司的产品；其二，促使最终消费者(客户)的产生购买行为。

第一个基本功能，我们可以理解为，解决产品的渠道覆盖问题。即采用什么样的渠道模式，实现产品的覆盖，方便消费者(客户)购买我们的产品。

第二个基本功能，我们可以理解为，解决产品的消费拉动问题。即通过品牌宣传与推广组合，达到激发消费需求、建立产品品牌偏好、刺激购买行为的目的。

因此，在进行产品市场营销策划时，就必须主要考虑解决渠道覆盖和消费者拉动两个方面的问题。当然，任何产品市场营销的起点都是产品定位，所有营销策略都是围绕着产品的定位、目标市场来展开的，渠道覆盖和消费者拉动也不例外。

我们知道，不同的产品有着不同的营销模式，其销售渠道也大相径庭。例如：快速消费品通常采用的是传统的分销模式：厂家——经销商——批发商——终端——消费者，或厂家——大卖场——消费者；大型工业品销售一般采用直销模式，自建营销队伍：厂家——行业客户等。对于快速消费品来说，由于受众分散，所以必须通过渠道分销来实现消费者的覆盖。而大型工业用品，由于针对的是特定的行业客户，涉及的产品技术复杂，需要厂家业务人员深入了解客户需求，

提供个性化解决方案。虽然采用销售渠道不同，但都是为了有效地覆盖目标市场。因此，无论是采用经销渠道、中介代理、人员直销、电视购物、网络销售、电话营销等中任何一种或几种渠道的形式，都必须与公司的产品特点、定位、目标市场结合起来。

选对了销售渠道，是不是就解决了渠道覆盖的问题了呢？当然不是，这只是第一步。接下来我们要考虑的是，我们的重点区域市场在哪里，我们的渠道布局核心应放在哪里？为了实现我们的销售目标，我们需要建立什么样的销售网络？例如：某地市啤酒年销售目标为\_万吨，约\_\_万箱，按平均每个终端网点年销售额\_\_箱计算，那么就必需覆盖\_\_\_\_个终端网点，而各类餐饮、士多、商超、夜场又分别需要多少？相应的二级批发商、一级经销商的又应该如何规划？而针对大型工业用品，我们要考虑客户的分布情况、单个销售人员的销售幅度、订单额的大小等因素，来考虑直销网点的布局。

渠道覆盖的问题解决了，表明我们已经建立了产品与客户见面的平台了。而客户会不会买我们的产品，还要看我们的消费者拉动工作了。

在做品牌宣传与推广时，同样还是首先要考虑目标客户的特征、市场分布、日常行为习惯等因素。然后，再选择合适的宣传媒介与推广方式，与目标客户建立良好的沟通。例如，针对大众化的消费品，我们更多地采用网络、电视等大众化媒体，再辅以路演、社区推广等终端促销推广活动。而针对行业客户，我们可以针对性的采用行业内的期刊、网络等平台进行宣传，同时辅以行业展会、会议、技术交流会、产品验收会等形式进行推广。

在确定品牌宣传与推广策略组合后，我们还要考虑其实施的时间、频率等细节。品牌宣传与推广的策划，并不是孤立的，必须与销售推进的进度结合起来。例如，在我们的产品还没有实现相应的渠道覆盖，终端还见不到我们的产品，如果这

时过多的投入广告宣传，就会造成大量广告资源投入的浪费。在新产品上市的前期，应加大品牌宣传与推广的力度，以迅速建立起产品品牌形象。在产品有一定的品牌知名度后，可以减少投放频率，以品牌提醒为主。

对于一些自身实力薄弱的中小企业，寻找与一些有丰富网络资源的企业进行合作宣传推广，是一个值得探索的模式。这样可以利用合作方的资源，在花费较小的情况，覆盖更广阔的市场。同时，更多地考虑利用事件营销、网络营销等形式，起到“四两拔千斤”的效果。

解决了渠道覆盖与消费者拉动的方案设计后，还要考虑如何保证营销方案的实施。

## 1、资源投入的设计

任何营销方案的执行都必须配备相应的资源，包括：费用投入、人力资源、适宜的组织架构等。在费用投入方面，包括销售费用与市场费用，可以根据按照销售目标的一定比例进行提取。费用投入有一定提前性，特别是市场费用的投入，一般存在着前期销售额较小，而市场投入较大的特点。在方案的实施过程中，再根据市场实际表现，对费用投入预算进行动态的调整，以满足市场运作与费用控制需求。

除了应具有销售与市场费用投入预算外，还必须设计营销方案实施所需的组织架构、人力资源配置等。

## 2、管理体系的设计

制定了详细的方案后，还需要设计相应的管理体系来保证其实施，如：对营销方案执行情况进行定期的跟踪、反馈，营销方案实施过程的督导，相应的激励考核制度等。