

2023年淘宝网店铺营销方案 淘宝店营销策划方案(优质5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

淘宝网店铺营销方案篇一

- 1、把握520的促销策划商机，并给予客户新鲜感，刺激其在店铺消费
- 2、提高网店的浏览量，吸纳新客户
- 3、提升店铺美誉度，提升客户的忠诚度

20xx年5月10日--20xx年5月20日

因为是你，所以爱你

- 1、“因为是你，所以爱你”商品特惠活动
- 2、上传买家秀，分享美丽赢大礼
 - (1)分享即奖：上传试穿宝贝真人图，写下内心感受，即可获奖
 - (2)幸运降临奖(520当天随机一名顾客免单)

- 1、宣传重点时间：活动前两天

2、通过旺旺消息、店铺公告、微博、微信、论坛等手段宣传

2、售后服务要做好，随着订单量的增多，带来的就是客户的各种提问，要做好与客户沟通，力保让每一个客户都满意。

淘宝网店铺营销方案篇二

，价格折扣方案1超值一元——舍小取大的`促销策略例：选几款价值10元以上的货品以超值一元的活动参加促销，虽然看起来是亏本的，但吸引来的顾客可以以连带销售的方式来营销，利润反增不减。

方案2一刻千金——让顾客蜂拥而至例：“10分钟内所有货品1折”，可以给客户抢购的商品是有限的，但客流却可以带来无限商机。

方案3降价加打折——给顾客双重实惠例：“所有光顾本店购买商品的顾客满100元减10元，并且还可以享受八折优惠”，先降价再打折。100元若打6折，损失利润40元，但满100减10元再打8折，损失28元，力度上的双重实惠会诱使更多的顾客销售。

方案4临界价格——顾客的视觉错误例：10元改成9.9元，这是普遍的促销方案。

方案5错觉折价——给顾客不一样的感觉例：“花100元买130元商品”。折价等同打七折，但却告诉顾客我的是优惠不是折扣货品。方案6阶梯价格——让顾客自动着急例：“销售初期1-5天全价销售，5-10天降价25%，10-15天降价50%，15-20天降价75%”这个自动降价促销方案是由美国爱德华法宁的商人发明。表面上看似“冒险”的方案，但因为抓住了顾客的心里，对于店铺来说，顾客是无限的，选择性也是很大的，这个顾客不来，那个顾客就会来。但对于顾客来说，选择性是唯一的，竞争是无限的。自己不去，别人还会去，因此，

最后投降的肯定就是顾客。

，变相折扣方案1组合销售——一次性的优惠例：将同等属性的货品进行组合销售，提高利润。

方案2账款规整——让顾客看到实在的实惠例：55.60元只收55元。虽然看起来“大方”了些，但比打折还是有利润的。

方案3加量不加价——给顾客更多一点例：加量不加价，一定要让顾客看到实惠。

方案4多买多送——变相折扣例：注意送的东西，比如“参茸产品”可以是“参茸”，也可以是“参茸酒”，也可以是“参茸胶囊”。赠送的商品是很灵活的。

，奖品促销方案1箱箱有礼——喝酒也能赢得礼物例：此方案涉及的顾客多，且没有门槛要求，所以是最为广泛应用的。

方案2百分百中奖——把折扣换成奖品例：将折扣换成奖品，且百分之百中奖。新瓶装老酒，却可以迎合老百姓的心理。而且，实实在在的实惠可以让老百姓得到物质上的满足，双管齐攻，收销匪浅。

方案3“摇钱树”——摇出来的实惠例：圣诞节购物满38元即可享受“摇树”的机会，每次摇下一个号码牌，每个号码牌都有相应的礼物，让客户感到快乐，顾客才会愿意光顾此店，给店铺带来创收机会。

，会员促销方案1退款促销——用时间积累出来的实惠例：“购物50元基础上，顾客只要将前6年之内的购物小票送到店铺收银台，就可以按照促销比例兑换现金。6年一退的，退款比例100%；5年一退的，退款比例是75%；4年一退的，退款比例是50%……”。此方案赚的人气、时间、落差。

方案2超市购物卡——累计出来的优惠例：购物卡的优点是稳定客源，双赢，广告效应。

方案3自主定价——强化推销的经营策略例：5-10元间的货品让顾客定价，双方觉得合适就成交。此方案要注意，一定先考虑好商品的价格浮动范围。给顾客自主价的权利仅仅是一种吸引顾客的方式，这种权利也是相对的。顾客只能在店铺提供的价格范围内自由定价，这一点是保证店铺不至于亏本的重要保障。

淘宝网店铺营销方案篇三

俗话说好题一半文，一个好的主题能够给迅速吸引消费者眼球，起到很好的宣传效果。它犹如一个人的灵魂，贯穿活动的始末。

活动主题一般要求简洁、扼要，最好控制在5个字以内，突出新颖与特色，避免冗杂与单调。比如“天猫新风尚”、“遇见深秋”等主题。

确定参加活动的产品、价格、库存等信息；为活动产品进行分类，包括引流款、基础款、形象款等，给消费者呈现不同形式的产品与服务。

高端营销推广平台

确定活动的促销方式，比如满减、满送、包邮、抽奖等；促销方式要结合当期季节与产品特色进行，促销形式不求多、只求精，否则会让消费者感觉眼花缭乱，找不到方向。

促销形式在结合店铺特色的基础上，还要学会换位思考，从消费者的角度出发，制定切实可行的促销方案，让买家能够积极参与进来。

确定活动期间所需要的推广资源支持，比如直通车、钻展、短信、淘客等营销媒介，这样可以让推广部门有更多的时间为活动的开展做相应的准备与推广工作。

根据活动方案制定广告投放形式、位置、数量、预算、时间等，进行有计划、针对性投放。对于需要淘宝小二审核的广告位如钻展，需要提前3-5个工作日提交审核。

对本次活动的uv转化率、销量、销售高低峰、物流等进行预估，制定活动目标。

确定好活动主题后，对店铺页面进行设计、调整，以符合活动风格和相关要求，提升客户的体验，提高转化率；做好宝贝描述工作，提高顾客的对店铺和产品的信任度，吸引顾客购买；对活动海报进行设计和悬挂，营造活动氛围。

活动开始前，对参加活动的商品价格进行统一调整；同时有专人检查商品首页图片上价格标签、包邮信息与宝贝详情页、活动方案的价格是否一致；避免因页面前后信息不统一导致顾客的投诉。

调整商品库存，避免买家拍下后仓库无货，引起客户投诉。

活动页面做好后，需要对活动页面的商品链接进行测试，点击商品图片，看是否有相对应的宝贝页面或活动页面的跳出；同时，对商品的价格、包邮、规格、数量等信息进行仔细检查，确保无差错信息；对活动页面的整体视觉进行二次检查，如有不协调之处，需及时更换。

运营部门需指定详细可行的活动规划，指定负责人和任务完成时间节点；活动负责人随时待命，发现问题时，及时解决。

根据活动前流量预估，适当增加客服人员，合理安排排班时间，确保活动期间客服在线人数充足；对客服人员进行活动

规则培训，熟知活动细则与要求，以便及时有效解决客户的疑问。

设计人员根据活动主题，指定符合活动要求的相关页面，做好视觉设计与维护工作。

根据活动前的预估，提前准备好活动商品，进行“预打包”，或者将活动商品统一放置在容易打包的区域，节约拣货时间，提升发货速度。

（潮水般涌来的订单将让你面临爆仓的压力）

活动总结是营销活动中非常重要的一环，它可以帮助我们总结活动中的经验与不足，找出团队自身的优势与劣势，后期根据活动中所出现的问题可以有针对性的进行改进。

活动总结需在整个活动结束后的一周内完成，这样可以避免因时间过长，导致部门细节问题遗忘或总结不深刻。活动总结主要包括以下几个方面：

流量指标□uv□pv□首页访问数据、分类页访问数据等销售指标：销售额、客单价、销售top20宝贝数据转化指标：转化率、访问深度、停留时间、收藏量、静默转化率、询单转化率、全店转化率等服务指标□dsr变动、客服响应速度、投诉量需要对以上数据进行汇总、分析，根据数据反映出的一些问题进行调整相应的工作。

根据活动前预备的广告资源，跟踪广告效果，找出在广告投放上的技巧与不足指出，为下次的广告投放做相应的准备。

根据活动方案，查看每个环节的执行情况以及所带来的的实际效果，进行综合评估，给团队人员进行一个简要考核。对活动前、活动中、活动后遇到的问题需进行记录、分析、总结，吸取经验和教训。

将活动后的效果与活动前的预估效果进行对比，找出差异的原因所在，这样可以为下次的活动预估提供更加准确的思路和方法。

（大数据时代每次活动所得的数据都是可挖掘的财富）

以上就是鹿豹座总结的淘宝店铺活动策划的基本流程，希望能为卖家梳理思路，做出一个切实可行的活动方案策划。

淘宝网店铺营销方案篇四

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。即将到来的购物节，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。

淘宝网店铺营销方案篇五

给买家打心理战，让他们产生急促感去购买商品，方法很多：

方式1：榜单销售业绩促销，例如已热卖____件；

方式3：小缺陷也能卖，比如标榜说宝贝盒子在拿货运输过程小受损，因此便宜卖；

方式4：保障质量赢取买家信赖，不怕货比三家；

方式5：某单品强调少量好货优先留给老客户，巧妙迎合新客户好奇心；

方式6：反促销形式，只卖好的贵的。，走品质陆续，拒绝廉价次品。