

# 双十二促销策划方案(汇总8篇)

婚礼策划是为了让新人的婚礼成为一段美好回忆，留下深刻印象。整改措施是为了解决问题和提升工作效率而采取的措施，面对问题，我们需要有明确的整改措施来进行针对性的解决。如何制定合理的整改措施是关键问题。以下是一些成功组织在整改方面的经验总结，供参考。

## 双十二促销策划方案篇一

### 一、策划书名称：

xx店双十二营销策划书

### 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。即将到来的双十二，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：

在双十二电商大促之时，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十二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，时刻都要充满双十二大促销的气氛，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“双十二过去，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，还能享受到双十二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：

双十二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十二大促的欢快信息，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。

## 双十二促销策划方案篇二

如何做好一个尽善尽美的促销活动策划方案我大致归纳了如下的十二个部分，下面简单的说一下，促销活动方案□

二、确定促销活动对象：此次促销活动的目标客户群体，我们针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在什么范围内或者什么地域内？哪些人是促销得主要客户？哪些人是促销得次要客户？这些选择都会与我们最后活动的效果有直接关系，影响到我们最后销量是怎么样的。

三、促销活动的方法：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动方法

2、包装活动

降价?打折?礼券?赠品?抽奖?演示促销?服务促销?消费信用?还是其它的某种促销工具?选择什么样的促销方法，要考虑到促销活动的目的、行业内竞争的形势和行业内环境以及促销的预算费用并如何去分配各种资源。

在确定了方法之后要尽可能做的生活化艺术化，淡化促销的商业性，使活动更贴近消费者，更能去打动消费者。比如一些商业汇演，借一些慈善行动来实现我们的促销目的。

个人认为这一部分是整个促销活动策划方案的核心部分，应该要新要准要狠，使活动具有感染力与震撼力。

四、确定活动的方式：这一部分主要是研究确定活动开展的具体方式。这时我们要考虑上各种社会关系以及方方面面。

1、确定伙伴：拉上政府做力量后盾，还是携手一些知名媒体造势，是厂家独自进行，还是和下面的代理商经销商联手?或是与业内其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，这样有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可以更多的整合资源，降低成本以及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激消费者的购买欲望。刺激程度越大，促进销售的反应也越大。因此必须要根据促销实践进行汇总分析和总结，并结合当前的客观市场环境确定适当的刺激程度和相应得费用投入。

五、活动时间和地点：促销活动的时间和地点选择的好会增

大效果，如果选择的不好就会费力不讨好。在时间的选择上尽量能让更多的消费者有空闲来参与，在地点上也要让消费者方便到达或者更加显眼，而且要事前与政府的某些相关部门沟通好，比如说安保、城管、工商等部门。不仅发动促销的时间和地点重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间太短会导致在这一时间内很多消费者无法实现购买或者重复购买，很多应获得得利益不能实现，促销效果还没有完全热起来。持续时间过长，又会引起费用过高，并降低顾客心目中的身价，降低了品牌度，规划方案《促销活动方案》(//)。

六、广告配合方式：想做一个成功的促销活动，就需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样得媒介炒作与那家媒介组织合作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、促销活动的前期准备：前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验促销活动策划方案

在人员安排方面要尽量做到“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无浪费人力资源的情况。具体谁来负责与政府、媒体得沟通?谁来负责文案策划及写作?谁来负责现场管理协调各方面关系?谁负责相关礼品发放?谁负责顾客满意度调查以及问题投诉?要各个环节都考虑清楚，不要临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细没有遗漏，大到车辆场地布置，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后一一清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要得是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要得试验来判断促销工具得选择是否正确，刺激程度是否合适，现有得途径是否理想。可以在促销活动中询问消费者，填调查表等方法。

## 双十二促销策划方案篇三

### 一、促销活动的目的：

现在市场情况如何?开展这次活动得目得是什么?我们是是处理积压库存?是提高销售数量?是打击竞争对手或者降低竞争对手对我们的压力?是因为公司又有某种新品上市?还是为了进一步提升品牌认知度?只有目的明确，才能使活动进行的紧凑更有预期效果。

### 二、确定促销活动对象：

此次促销活动的目标客户群体，我们针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在什么范围内或者什么地域内?哪些人是促销得主要客户?哪些人是促销得次要客户?这些选择都会与我们最后活动的效果有直接关系，影响到我们最后销量是怎么样的。

### 三、促销活动的办法：

在这一部分，主要是解决两个问题：

#### 1、确定活动办法

#### 2、包装活动

降价?打折?礼券?赠品?抽奖?演示促销?服务促销?消费信用?还是其它的某种促销工具?选择什么样的促销办法，要考虑到

促销活动的目的、行业内竞争的形势和行业内环境以及促销的预算费用并如何去分配各种资源。

在确定了方法之后要尽可能做的生活化艺术化，淡化促销的商业性，使活动更贴近消费者，更能去打动消费者。比如借一些慈善行动来实现我们的促销目的。

个人认为这一部分是整个促销活动策划方案的核心部分，应该要新要准要狠，使活动具有感染力与震撼力。

#### 四、确定活动的方式：

这一部分主要是研究确定活动开展的具体方式。这时我们要考虑上各种社会关系以及方方面面。

1、确定伙伴：拉上政府做力量后盾，还是携手一些知名媒体造势，是厂家独自进行，还是和下面的代理商经销商联手？或是与业内其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，这样有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可以更多的整合资源，降低成本以及风险。

## 双十二促销策划方案篇四

比双十一还要优惠，还要给力，还等什么，赶快来吧！

更多热门文章推荐：

1. 2016双十二活动促销广告语
2. 2016淘宝双十二促销活动广告语
3. 2016年双十二促销活动广告词大全

4. 2016双十二促销活动广告语
5. 2016双十二精彩促销广告语
6. 2016双十二促销创意广告语
7. 2016双十二宣传广告语
8. 2016最新双十一促销广告语
9. 2016双十一广告促销广告词
10. 2016双十一店铺广告语

## 双十二促销策划方案篇五

- 1、**装修：**活动开始之前要做好店铺的装修工作，突出活动的主题，将主促商品美化好。
- 2、**营销：**做好店铺商品的关联营销，搭配好推荐套餐，例如：外套+打底衫+裤子 等，平时的促销手法也不能停，如：收藏有礼，满就送，好评送金，关注送卷等。
- 3、**选品：**活动商品要挑选具有优势的产品，比如，价格优势，款式新颖，质量过硬等。当然，所有所售商品一定要有自信，不要以次充好，好的产品才会带来更多的回头客，更多的好评，更高的dsr评分，更低的退换货率，减少客服和库房的工作量，降低运费成本。总之，产品一定要物有所值。
- 4、**备货：**活动中销量大的商品以及赠品，备足货源；包装耗材准备充分，比如纸箱，塑料袋，快递面单，胶带，不干胶，美工刀，打印耗材等。
- 5、**库存：**在活动开始前，进行一次库房盘点工作，做到账务



相符，即系统库存和实际库存相符，避免出现超卖少卖现象。注意：超卖的后果很严重，将严重影响顾客对本店的影响，严重影响dsr的评分以及动态评分。

6、整理：这里主要说，库房货物整理，货位货物摆放整齐，备货存放位置明确，这样出货效率，准确率才会提高。

7、场地：活动期间，包裹会比平时多很多倍，所以场地方面一定要提前规划好，做到人员位置合理，包裹整齐摆放，有利于提高整体工作效率。

8、人员：合理分配各部门的工作人员，以及各部门之间的相互配合。告诉大家：活动期间，大家要调动自己的积极性，在完成自己工作的同时，去配合相关部门一起完成工作，大家要拧成一股绳，才能高效率的完成任务。管理人员要发挥好协调的工作。

9、培训：特别是客服的培训，活动量的巨大，需要客服做好和客户之间的faq(疑难解答)。活动过程中，每个客服的旺旺需要面对几百、甚至上千顾客的问答，做好顾客分流工作，尽量让老客服多分担一些顾客，提高工作效率，这需要技术支持。

10、交接：部门与部门之间的交接，部门内部之间的交接，库房和快递之间的交接，都要做好。特别是库房和快递之间的交接一定要清清楚楚，避免丢单落单现象，这个很重要。

11、安全：做好安全检查工作，不需在关键时刻，物业停电、停水，灭火器是否可正常使用，网络瘫痪，系统崩溃等硬件设施的检查维修工作要做好。

12、饮食：提前为大家定制好饭菜，饭菜一定要比平时好，犒劳辛苦劳作的兄弟姐妹们。这样大家工作起来更给力。

活动进行中，最忙最亲苦的要数客服和库房的兄弟姐妹们了，各部门负责人这个时候要配合、协调好他们的工作，加上之前的准备工作已经做得很到位，售中的时候鼓舞大家的士气是最重要的。最好在配备一个勤务员，专门为客服和库房的员工服务，比如：端茶倒水、分配饮食等细微工作，好让他们专心做事。

货物发出后，接踵来而的就是客户反馈，这个时候客服人员要做好心理准备，耐心细心的解答客户所遇到的任何问题，神经不能有半点松弛，不要以为接了单就没事了，处理好客户的问题会减少不必要的退换货。将客户退换货的问题标示清晰，方便库房分拣。

库房统计退换货的商品，将残次品上报给采购部门及时进行处理。

既淘宝商城双十一疯抢后，淘宝后开始了双十二抢购活动，相信许多消费者对于双十一的活动还意犹未尽，双十二的活动据淘宝相关人士透露将是淘宝在2011年的最后一次大型的全网疯抢活动，如果需要购物的消费者，可要抓住机会，屯一些冬季必需品与年货哦。

## 一、2011淘宝全民疯抢 终极狂欢

### 三、活动卖点

1. 2011年最后一次大型促销活动，促销力度不低于双十一！
2. 房产5折(多个城市多套)：全款5折、首付5折、几十万购房现金券免费送等!(史上第一次。。。)
3. 全场5折封顶、包邮。
4. 江浙沪24小时到货：与多家物流合作，江浙沪24小时能到。

7天无理由退换货!(注重服务!!!!)

5. 支付宝充一百送一百：12月8日-12日

6. 欧洲、北非旅游ip4s等一元拍卖活动ip4s史上最低价3999。

7. 聚划算0点开团，千团之战!

8. 2000万现金免单、各种秒杀、抽奖、抢拍!

9. 奢侈品促销：到时会有奢侈品专场!

心动了吧，您也不妨进入淘宝商城先看一下预热的活动哦。

## 双十二促销策划方案篇六

双十一又到了，又有很多的商店或者超市网店打折，也有很多人又喊着要剁手了。本站小编为大家推荐了“双十一促销方案策划”，喜欢我们的文章可以关注我们。

### 双十一促销方案策划

双十一大促在即，商家们除了紧锣密鼓地开始筹划整体活动外，还需要注意前后端部门任务的衔接，活动前、中、后期运营活动的整体配合等环节，更好地做好活动先期预热，取得更好地效果。

### 双十一项目进程表

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为

整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo、logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等；

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等；

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等；

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等；

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等；

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等；

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成,组成几个执行部门,各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的.江湖文化进行取名,比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然,每个部门还会设立多个执行小组,比如像物流部,除了与发货相关的小组之外,还会增设一个网络信息安全小组,负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

## 双十一各部门职责

### 运营部

1. 双十一活动报名及活动商品申报
2. 制定双十一活动方案
3. 完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。
4. 双十一专题页制定日收藏数据指标
5. 跟进双十一专题的访客量及收藏量,根据需求做出适时流量或页面调整(持续)
6. 双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。
7. 优惠券派发入口、文案说明

8. 要求商品选主推款;对推广提出数据指标
9. 跟进爆款销售情况, 每天确定流量指标
10. 通过cim区分出会员情况, 针对每一个会员区域作出相对应的动作方案
11. 催付、发货短信、签收短信预热前优化方案
12. 制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案
13. 活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)
14. 商品标题优化, 增加实时热索关键词, 如: 商品词及双十一关键词
15. 制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案
16. 类目小二现场考察, 双十一相关了解
17. 双11当天类目对接相关(会场位置更替, 临时素材对接, 营销时时反馈)
18. 倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知
19. 11月12日短信播报销售战况, 感谢活动支持

## 商品部

3. 活动款文案撰写和优化, 以及产品定价
4. 确定双十一主推商品及价格, 拟定商品申报表
5. 规划和淘宝后台设置活动安全库存

6. 主推款及常规款关联销售方案

7. 新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8. 双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9. 跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1. 产品详情页设计、制作、分批次优化

2. 主推款的详情页制作、制作、优化上线

3. 预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4. 活动报名素材制作与优化

5. 首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6. 双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7. 预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8. 钻展，直通车素材制作

9. 店铺自定义页面及商品列表页优化

10. 制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11. 双十一自主购物攻略页面制作

12. 无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2. 根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

4. 启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5. 主推款关键字推广、定向推广

6. 重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7. 制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8. 制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9. 直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10. 双11钻展素材测试

11. 站外sns推广测试及推广计划制定

12. 无线端推广测试及推广计划制定

客服部

2. 组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等



6. 成立活动内容咨询、售后处理小组

8. 双11当天催付方案以及催款话术制定：

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时

间(0:00~9:00, 11:30~14:00, 21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例： 客服：你好，我是xxx旗舰店的客服，我的名字是xxx□你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9. 制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10. 制定维权投诉处理预案

物流部

1. 货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2. 双十一仓库预打包数量及明细

3. 事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4. 规划小组流水线作业方案，提高效率

5. 临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8. 根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分

组管理，提前制订排班表

10. 后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

12. 提前做好赠品物料的包装工作

13. 由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14. 制定物流应急预案

15. 制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16. 每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

## 双十二促销策划方案篇七

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信

用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题,要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能从消费者角度出发,艺术化去处理,淡化促销的商业目的,使活动更接近于消费者,更能打动消费者。

这一部分是促销活动方案的核心部分,应该力求创新,使活动具有震撼力和排他性。

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑:

#### 1、确定伙伴:

拉上一个强大的组织做后盾,还是挂上和媒体联合,以获得更大的资源?是厂家单独行动,还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作,有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源,降低费用及风险。

#### 2、确定刺激程度:

要使促销取得成功,必须要使活动具有刺激力,能刺激目标对象参与。刺激程度越高,促销的反应越大。但这种刺激也存在边际效应,因此必须根据促销实践进行分析和总结,并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍,选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与,在地点上也要让消费者方便,而且要事前与工商等有关部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要,持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买,很多应获得的利益不能实现;持续时间过长,

又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒体投放？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与机构、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的小区域试行方案等。

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有

条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。要杜绝直到活动开展后，才发现促销计划公司根本没有财力支撑诸如此类的状况发生。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、供应链和物流的配合，甚至天气突变导致的意外原因等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司高层支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，从而最大化促销的效果。

## 双十二促销策划方案篇八

活动主题：这次活动主要以满就减、满就送、满就抽奖等形式，主要突出双12同学节活动的主题。

活动促销目标□10w□500单

活动提纲：

2、营销：做好店铺商品的关联营销，搭配好推荐套餐，例如：外套+打底衫+裤子等，平时的促销手法也不能停，如：收藏有礼，满就送，好评送金，关注送卷等。

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。

3、装修：活动开始之前要做好店铺的装修工作，突出活动的主题，将主促商品美化好。

4、推广：店铺装修之后马上进行双12的预热推广及制定双12的详细推广方案。

5、备货：活动中销量大的商品以及赠品，备足货源；包装耗材准备充分，比如纸箱，塑料袋，快递面单，胶带，不干胶，美工刀，打印耗材等。

6、库存：在活动开始前，进行一次库房盘点工作，做到账务相符，即系统库存和实际库存相符，避免出现超卖少卖现象。注意：超卖的后果很严重，将严重影响顾客对本店的影响，严重影响dsr的评分以及动态评分。

7、整理：这里主要说，库房货物整理，货位货物摆放整齐，备货存放位置明确，这样出货效率，准确率才会提高。

8、场地：活动期间，包裹会比平时多很多倍，所以场地方面一定要提前规划好，做到人员位置合理，包裹整齐摆放，有利于提高整体工作效率。

9、人员：合理分配各部门的工作人员，以及各部门之间的相互配合。告诉大家：活动期间，大家要调动自己的积极性，在完成自己工作的同时，去配合相关部门一起完成工作，大家要拧成一股绳，才能高效率的完成任务。管理人员要发挥好协调的工作。

9、培训：特别是客服的培训，活动量的巨大，需要客服做好和客户之间的faq(疑难解答)。活动过程中，每个客服的旺旺需要面对几百、甚至上千顾客的问答，做好顾客分流工作，尽量让老客服多分担一些顾客，提高工作效率，这需要技术支持。

10、交接：部门与部门之间的交接，部门内部之间的交接，库房和快递之间的交接，都要做好。特别是库房和快递之间的交接一定要清清楚楚，避免丢单落单现象，这个很重要。

11、安全：做好安全检查工作，不需在关键时刻，物业停电、停水，灭火器是否可正常使用，网络瘫痪，系统崩溃等硬件设施的检查维修工作要做好。

12、饮食：提前为大家定制好饭菜，饭菜一定要比平时好，犒劳辛苦劳作的兄弟姐妹们。这样大家工作起来更给力。

更多热门文章推荐：

1. 双12活动方案
2. 2016年双十二淘宝活动方案
4. 2016年双十二淘宝促销活动方案
5. 2016年双十二促销活动方案
6. 2016年双十二促销策划方案