

最新直播活动方案策划 年货节直播活动方案(优秀5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

直播活动方案策划篇一

为进一步发挥电子商务释放消费活力、推动消费升级的重要作用，助力后疫情经济发展，现开展“年货越纷呈绍式过大年·2022绍兴网上年货节”活动，具体活动方案如下：

促进“网货下乡，农货进城”的双向流通。

2022年1月15日— 1月25日，为期十天。

主办单位：

嵊州市商务局

共青团嵊州市委

承办单位：

嵊州市电子商务公共服务中心

汇通达浙江网络有限公司

协办单位：

浙江汇享达网络科技有限公司

嵊州市吉昌荣食品有限公司

嵊州市长运集团有限公司

（一）“春节不打烊·年货线上购”

联动“嗨汇购”平台优质商户、结合嵊州优质农产品供应链，围绕年货采购、返乡送礼、团圆家宴、走亲访友为生活场景，分阶段推出“限时秒杀”“整点抢购”“年货大促”等系列活动，为消费者提供生鲜果蔬、米面粮油、坚果礼盒等质高价优的年货商品，满足消费者线上一站式购物需求。同时，通过微信推文、抖音购物车链接、自媒体推送等形式传播宣传，联动企业、平台，推广嵊州年货，营造线上年货节氛围。

（二）“助农共致富·直播迎虎年”

联合嵊州市各优质农产品属地乡镇，对接农产品协会组织，助力农村电商发展，帮助农家纾解疫情引起的囤积困境。挖掘山区特色年货，鼓励嵊州农特优产品上线平台，通过抖音直播、短视频等形式统一话题#助农共致富·直播迎虎年#，由直播平台给予一定流量倾斜，推广香榧、茶叶、小笼包等嵊州原产地产品，让更多嵊州农特优产品走出大山，走进千家万户。

直播活动方案策划篇二

为贯彻落实延安市商务局关于开展“延安市20xx全国网上年货节”通知要求，发挥电子商务在释放消费潜力、促进消费升级方面的重要作用，同时为进一步推广红都志丹农副产品，扩大志丹县特色农产品的销售和知名度，特制定“红都志丹20xx年网上年货节”直播活动方案如下：

为扩大志丹县优质农副产品对外销售，推动农产品通过新媒体方式宣传。让新的传播方式与农产品相结合，从而扩大志

丹中小型涉及农企业品牌知名度及影响力。

志丹山地苹果，杏仁，小米，陕北霞姐系列产品等。

（一）直播方式

通过直播的方式对参加20xx年线上年货节的'产品进行介绍。

（二）活动时间

20xx年1月19日—2月6号

（三）直播活动流程

直播活动前期在直播间进行，在直播间时主播对延安市志丹县的产品逐一拿到镜头前给予特写。

在活动现场，主播根据粉丝的问题或者对产品产地风貌、风土人情、产品所在地旅游宣传、产品品质等方面进行讲解及推广。在20xx年线上年货节的现场，主播对志丹县参展产品的通过亲自泡发、品尝等体验过后给粉丝们更为客观的认识。

主播：1、张瑞2、陕北慧姐3、牛鸿4、芊芊优选5、红都组合徐志宁6、黄土兄弟（更多主播招募中）

1、协助企业卖货。

2、进一步提高志丹县对外知名度。

3、进一步扩大志丹县农副产品知名度。

1、直播设备手机两部、补光灯、充电宝、自拍杆、手机支架、小电热锅等。（形象得体）

2、做好防疫措施，带好口罩。

直播活动方案策划篇三

为进一步发挥电子商务释放消费活力、推动消费升级的重要作用，助力后疫情经济发展，现开展“年货越纷呈绍式过大年□20xx绍兴网上年货节”活动，具体活动方案如下：

促进“网货下乡，农货进城”的双向流通。

20xx年1月15日— 1月25日，为期十天。

主办单位：

嵊州市商务局

共青团嵊州市委

承办单位：

嵊州市电子商务公共服务中心

汇通达浙江网络有限公司

协办单位：

浙江汇享达网络科技有限公司

嵊州市吉昌荣食品有限公司

嵊州市长运集团有限公司

（一）“春节不打烊·年货线上购”

联动“嗨汇购”平台优质商户、结合嵊州优质农产品供应链，

围绕年货采购、返乡送礼、团圆家宴、走亲访友为生活场景，分阶段推出“限时秒杀”“整点抢购”“年货大促”等系列活动，为消费者提供生鲜果蔬、米面粮油、坚果礼盒等质高价优的年货商品，满足消费者线上一站式购物需求。同时，通过微信推文、抖音购物车链接、自媒体推送等形式传播宣传，联动企业、平台，推广嵊州年货，营造线上年货节氛围。

（二）“助农共致富·直播迎虎年”

联合嵊州市各优质农产品属地乡镇，对接农产品协会组织，助力农村电商发展，帮助农家纾解疫情引起的囤积困境。挖掘山区特色年货，鼓励嵊州农特优产品上线平台，通过抖音直播、短视频等形式统一话题#助农共致富·直播迎虎年#，由直播平台给予一定流量倾斜，推广香榧、茶叶、小笼包等嵊州原产地产品，让更多嵊州农特优产品走出大山，走进千家万户。

直播活动方案策划篇四

20xx年1月25日—20xx年2月25日

新春前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动；同时豆浆机、榨汁机等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

- 1、利用“新春”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度；
- 2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望；

3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗；

4、通过促销机型，带动其他产品的销售；

5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

1、促销对象：终端消费者

2、范围：广州、深圳可控终端（是指有导购员的卖场）

促销主题□y1小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号□299□y1豆浆机抱回家□366□y1多功能炖盅提回家；

129□y1榨汁机带回家□99□y1电水壶“捡”回家

yl电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

（横幅标语为上面宣传口号或促销主题）

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、8.8折优惠和赠品

1、促销机型

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉□3018fb□促销价199元

豆浆机□20xxb□促销价299元；

炖盅：9121，促销价366元；

榨汁机□5002b□促销价129元；

其它机型8。8折优惠

2、赠品形式

所有购买yl产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本（价值25元），电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的除垢剂1包。（以上赠品特价除外）

3、现场演示

演示机型：炖盅9121，豆浆机20xxb□榨汁机5002b□5000d□□这四款为必须演示的机型，其它机型商家可根据销售情况增加）

演示地点：商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求：炖盅要求炖骨头或鸡肉（禽流感期间可用其它代替），蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾；豆浆机要求不间断打豆浆（豆浆加糖）并让所有前来演示台的顾客品尝；渣汁机要求现场演示榨汁过程并现场演示清洗过程，突出易清洗□5002b演示榨奶汁过程时，原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等，演示完演示人员先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净（不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生，以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉）。

演示人员要求：演示人员一定要声音洪亮、吐字清晰，条件允许尽可能带耳麦，动作自然，说话有亲和力而且幽默风趣，吸引顾客前来观看、咨询。同时，演示人员还要突出演

示5002b易清洗的`过程，现场准备水桶一蘸即干净的效果；演示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求：至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求：一个x展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样；通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购员自做的蝴蝶结等美化现场，哄动现场促销气氛。

1、产品

业务经理/区域经理提前督促经销商提货（特别是促销机型要备足库存）、网点提货。

2、促销物料准备

市场部在20日前发放演示台□x展架、赠品给经销商；经销商在25日前自行印刷促销信息的黑白单页和促销主题、宣传口号的横幅及小赠品等物料。

3、人员分工与责任

活动总指挥——张总

活动负责人——李部

方案的撰写、下发、检核——市场部

物料发放——客服部

4、导购培训

各经销商导购管理人员、业务经理/区域经理要对促销活动的

内容、终端演示技能等做活动前的培训。本次促销活动除了给顾客介绍我司产品的卖点外，还要从以下方面引导顾客购买本次我司主推的机型：

豆浆机：用yl全自动豆浆机只需十几分钟就可以做出新鲜浓香的熟豆浆，成本不到三毛钱；一天三毛钱，全家喝上新鲜豆浆，不算不知道，一算还真划算。更为关键的是，放心豆浆自己做，卫生新鲜自己把握；黑心豆浆喝不得，要喝上卫生新鲜的香浓豆浆，最好还是自己做，选豆和用水自己把握，卫生绝对有保障；随时做，随时喝，新鲜没得说。（可以和外面买一杯豆浆一元相比给顾客解说）

榨汁机：家里的胡萝卜、青瓜等那样放着谁想吃它，但如果把它变个做法榨成汁，那就不一样呢；特别是家里来了亲戚朋友的小孩，那感觉就更不一样。

炖盅：隔水蒸炖的最大好处是：一密封性能好，能保住炖品特别是是补品的原气不被挥发；二是热力均匀平衡，能使炖品的营养结构不被破坏；三是炖出的食品不但质地烂酥，原汁原味，而且汤色澄清、鲜味浓郁，别具美食风味。

5、活动执行人

经销商市场负责人、经销商导购管理人、业务经理/区域经理等

严格按“yl终端促销活动指引”的要求执行。

本次促销活动如有任何疑问请致电市场部联系！

1、促销时间：今年的新春离传统春节相距较近，新春前后恰是一些打工族回家的高峰期（广州、深圳外来打工人员特别多，这些人员为了躲开春运高峰，往往提前回家），打工族一年打工出头，总想带些东西回家，随着人们生活质量的提

高，小巧便于携带的榨汁机、豆浆机成了他们的首选；还有年由于煤气上涨，使得电磁炉也成为他们更青睐的首选。我们在现场促销时，发现确实不少顾客都是带回家用的，也有一些是做为礼品送给亲戚、朋友的。本次促销活动正是基于这一背景而策划的，实际效果不错，目标消费者抓的很准。

2、促销机型：考虑到这次促销主要针对要回家的打工一族，所以我们选用了体积小、功能简单的机型做为特价机出现。如129元的榨汁机只有单一的榨汁功能，而且体积也很小；199元的电磁炉体积也很小。促销机型的恰当选择对本次促销活动的销量有很大的作用。

3、宣传口号：采用“抱回家、带回家、提回家、捡回家”等富有煽情味道的宣传语，不仅让打工族有马上回家的情绪，而且还要一定带个什么回家的感觉。“抱”、“带”、“提”、“捡”等字语不仅暗含产品体积小易于携带而且暗含价格极其优惠。“过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧”更是让人产生购买的欲望，不管怎么样，这是给父母的。有意无意中，把公司的产品跟家联系起来，产生了亲切感、认同感。

4、现场演示：豆浆机、榨汁机等产品，消费者想买但又怕买回去不会操作或操作复杂而犹豫，通过终端活生生的演示，就能打消消费者的这些念头，产生立即购买的欲望。有些消费者说自己随便看看还没打算购买豆浆机，但你给她演示一遍并给她一杯香喷喷的新鲜豆浆，她就马上都开单了。因此，消费者说随便看看，肯定是有原因的，无事不登三宝殿，我们要找到化解她犹豫的原因，现场演示是最好的方式。本次促销活动的现场演示准备特别充分，就连演示物料、演示人员语言都提前写好，一边演示一边诉求豆浆自做的好处、榨汁机的好处等，这样消费者更易接受。

直播活动方案策划篇五

为深入贯彻落实省委十二届八次全会及市委五届九次、十次全会精神，塑造和做响“享大娄山美食·过健康幸福年”农特产品品牌，在春节来临之际，进一步活跃节庆消费市场，带动桐梓特色农产品销售，推进电商扶贫，助力乡村振兴。县人民政府决定举办桐梓县首届“线上年货节”活动。为确保活动有序开展，现将有关事项通知如下。

2021年1月19日—2月5日

线上展销+直播带货

享大娄山美食·过健康幸福年

主办单位：桐梓县产销对接工作领导小组

承办单位：县经济贸易局、县总工会、县农业农村局、县扶贫办、县供销社、县市场监管局、县卫生健康局、县综合行政执法局、县融媒体中心，各乡镇人民政府、街道办事处。

协办单位：贵州鑫帮农业有限公司

（一）做好宣传，促进桐梓网络经济消费。

1、在机关单位、国有企事业等主体内开展广泛宣传推广，鼓励广大干部职工在活动期间购买商城礼包或商品，促进网络经济消费升级。

2、通过省市县三级新闻媒体单位及有影响力的平台做好我县农特产品的宣传，在全省乃至全国范围内营造过年氛围，助推我县网络经济消费。

（二）专区展销，助力桐梓农特产品销售。

1、在桐梓县电商扶贫专区—京东“中国特产桐梓扶贫馆”、淘宝“鑫帮食品”、拼多多“鑫帮食品专营店”、微信小程序“贵州鑫帮”、抖音“鑫帮土特产”平台开设桐梓县首届“线上年货节”专区，结合社交电商自媒体、社交传播优势，将桐梓特色绿色产品推向全省乃至全国市场，打通桐梓特色绿色产品上行渠道，让更多人认识、了解、爱上“娄山”产品。

2、重点电商企业同步在各类电商平台同步开展“线上年货节”专区展销桐梓特色绿色食品。

（三）品牌塑造，助推桐梓特色绿色产品加工业发展。

整合、甄选多款桐梓优质农特产品，优化设计品牌文化、品牌包装，挖掘品牌故事，并注册商标，打造一批具有桐梓特色的农产品品牌，形成多个等级的组合礼包进行展销，从而助推桐梓特色绿色产品加工业的发展。

（四）直播赋能，拓宽绿色食品销售渠道。

1月19日开始，由贵州鑫帮农业有限公司开启直播，商家可根据自己意愿报名参与直播，各电商企业可自主开启直播，以达到直播互动，切实拓宽绿色食品销售渠道的目的。

（一）县经济贸易局负责统筹协调活动整体工作；按照活动成员单位工作职责督促、检查各项工作的落实情况。

（二）县总工会、县农业农村局、县供销社、县市场监管局、县扶贫办，各乡镇人民政府、街道办事处负责做好本行业系统、辖区内宣传推广。

（三）县卫生健康局负责做好本次活动疫情防控检测工作。

（四）县农业农村局、县市场监管局负责本次活动预包装食

品、初级农产品的质量安全。

（五）县综合行政执法局负责做好本次活动发货期间场地协调问题。

（六）县融媒体中心负责联系各新闻媒体单位开展宣传预热。