

最新双十一客服预案 超市双十一促销活动方案(汇总5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。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。

双十一客服预案 超市双十一促销活动方案篇一

借助光棍假日消费，且光棍又正赶春节前销售旺季，推出一系列活动，让消费者有购买越多，实惠越多，只要购物就有惊喜的感觉，从而实现旺季提升销售业绩的目的。

xx光棍惊喜多，恭贺新年送大礼

双十一当天

惊喜一、1+1购物，实惠加实惠

活动期间，如顾客与其亲友（至少两人，最多限三人）在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受“满100xxxx即送10xxxx现金”的特大优惠（可两人的购物小票加起来享受团购待遇）。可促使顾客拉亲友来商城购物。

惊喜二、庆祝各位单身人士精彩过好这一天，特此祝福

惊喜三、购物喜上喜，香港七日游

1、在活动期间，顾客在一次性消费xxxx以上，可以在收银台

免费领取抽奖券参加抽奖。

2、领取奖券时，每满xxxx领取一张，超过xxx部分金额以xxxx的倍数计算（不足倍数部分不予计算，例如□xxxx-xxx可领取两张），以此类推，最多限领5张。

3、抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游（只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负）。

4、此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排。

5、最终产生幸运顾客xxx

以上三个活动消费者可同时参与。

惊喜四、好东西，便宜卖，天天特价送给您！

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显光棍与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字“恭贺新年”，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型“福”字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的“恭贺新年”字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，

做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

双十一客服预案 超市双十一促销活动方案篇二

有一句话说得很好“没有计划就是，计划着失败。”我们不管做什么事情，都应该事先做好计划，再按照计划来执行，这样执行的目标会更明确，效率也会更高。明确了推广的目的之后，就要针对推广目的制定一份详细的推广计划。在此期间可以选择哪些推广方式进行推广、这些推广方式要在什么时候开始进行、推广时间多久等。制定出详细的推广计划，再按照计划一步步执行推广。

一、制定活动方案

预热方案：营造大促氛围提前优化转化积累收藏/购物车/优惠券推广节奏安排。

大促方案：营造抢购气氛刺激购买转化提升客单价为后续持续销售铺垫。

产品规划：主副推款选择上新节奏安排价格体系拟定产品存货盘点。

二、具体步骤

1. 当前客单价为基准。

11月11日淘宝嘉年华来了，它最考验卖家的是什么？这是个综合的整体，从小方面说有客服、后勤、店铺优化、关键词设置、产品推广、店铺推广、定价、促销等，往大里说，有品牌定位、市场定位、推广策略、店铺风格定位、价格定位等。

2. 衡量大促的打折力度。

挑选爆款宝贝，定位目标人群可以拿出一部分的资金，做一次以“提升销量”为主的促销活动，促销价格尽量低于行业价格，以“低价”诱惑用户购买和传播。同时，对用户的选择也很重要，大促期间购买能力比较强，大多是20-35之间的成年女性，通过一定的方式，分析店铺用户的分层，精准区分人群，进行个性化营销，是比较合适的选择。

3. 衡量大促的满就送力度。

巧设优惠门槛，实现更高转化。

设置店铺满减门槛及优惠券生效的门槛的时候，我们需要结合大促期间整体的促销力度相对店铺日常的促销力度升降幅度、日常客单价均值、大促期间主打产品的货单价等多维度，衡量大促期间客单价的升降幅度进行设计优惠的门槛。

4. 参考打款大促当天售价。

临近大促，网店的促销气氛是最让人产生购买冲动的。特别是女性消费者，若卖家们能抓住她们的心理特点及需要，那么，想在大促当天取得好的战绩绝非难事，在装修布局上就得把网店营造出大促的气氛，在用色上可以使用大红的色调，大促的素材。

双十一的历史确实不是所有卖家们都能承受得起的。如何能在此大促当天，低价的同时也能获取丰厚的利润？首先，我们可以择取几款极低折扣的商品做双十一的主推品，然后再以7折或者8折之类的优惠价去推其他商品。若吸引力不够，还可以进行满减、满赠等优惠。

双__大促前，卖家们肯定是要备好充足货物的，特别是一些热卖主推款，以随时应对供不应求的情况出现。

三、总结

一件商品如何被卖出，主要是看消费者的购买欲有多强。而双十一期间，如何做一份成功的活动策划，成为各商家的要事，如何能够吸引更多的顾客，来进店消费，便成了重中之重的事了。“双11、五折、抽奖、送礼、红包、优惠券、限量、品牌团、秒杀、抢购”等等，这些卖点词语成了吸引顾客的关键词。

主要是优化品牌，提高品牌知名度、认知度、好感度，推广自己店铺内的产品，增加店铺会员人数，把店铺发展成为消费者必逛的店铺。11月1日到11月10日，主要是为了双十一当天的预热，主要是营造大促的一个氛围，提高进店收藏加购的数量，把店铺发展成为买家最期待的店铺。活动当天分为疯抢期，理性期，扫尾期。疯抢期的时候，买家的目的是明确的，就是为了抢到商品。作为卖家，我们需要实时公布数字，激化疯抢的气氛，刺激买家尽快下单。理性期的时候，买家都会进行一个货比三家，享有找到更具有性价比的产品。

作为卖家，我们需要设置多重的优惠，组合优惠，购物抽奖，以额外的优惠刺激买家下单。除此之外，主动去对比自己的产品，根据之前卖家的反馈，证明自己的产品，确实比别人的要好，从而打消一部分人的疑虑。扫尾期的时候，买家都是怕错过这个好产品，疯狂购买的。作为卖家，我们需要给买家展示一个热卖宝贝人气销量展示，激发买家的一个从众的心理，促进下单。

双十一客服预案 超市双十一促销活动方案篇三

一年一度的“双十一”即将来临了，这也意味着购物热潮即将来临，而对于双十一掀起的促销波澜，各大行业都要准备活动方案策划，所以小编特意准备了以下优秀的双十一活动方案策划，希望你有所帮助。

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。

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。

总之，如果是策划案，必须注意一点，流程要完整，还必须将该策划案落实到执行层。你要进入到情境中，因为是你策划的，你需要什么样的资源来配合你，在活动中会有什么样的情况发生，你如何解决和避免等等都要说清楚，至少要有所防范，如此，便是一个简单的策划案了。

一、活动主题

狂欢夜

二、活动背景

在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的学习与生活你是否糟糕透了？你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往！然而你却无能为力。那么现在有一个好的机会，那就是来到“光棍狂欢之夜”释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好！不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给每一个人。

三、主办单位

四、活动目的

为了促进协会成员之间的互相交流，和增强凝聚力与团结合作的默契。以及让大家相互认识，释放自己，发挥自己的优势，增大信心。我们定于11月11日光棍节(所有单身年轻人的节日)开联欢晚会，为单身的朋友么创造一个展示自己的舞台。光棍节据说起源于800多年前，也就是x年11月11日，那天光棍总数达到创纪录的8条。如今光棍节不仅是校园趣味文化的代表产品之一，更成为弥散于社会的一种文化形态。在这里，希望单身的学子们能在我们的组织下挥洒青春热情，展示自己青春洋溢，活力四射的一面。

那天我们将一起欢乐地度过，让我们的笑容洋溢在这“狂欢之夜”，成为我们青春历程上的一段美好记忆。

五、活动开展

(一)活动时间□20xx年11月11日晚上6：30-9：00；

(二)活动地点：生活区c4楼前草坪；

(三)活动对象：全体会员、邀请的嘉宾以及有兴趣的路人；

(四)活动内容。

(1)全体会员合唱(单身情歌)开场；

(2)由外联部朗读光棍节宣言；

(3)玩游戏；

(4)由实践部表演一个节目；

(5)抽奖环节；

(6)玩游戏；

(7)由办公室、策划部、宣传部表演一个节目；

(8)在联欢会的最后大家齐唱《阳光总在风雨后》。

游戏

1□自我介绍

姓名，最喜欢的一种水果，动物，植物等等，可增加难度，如不得重复之前说过的，要阐述喜欢的理由等.可帮助大家互相记住名字和特征。

2、纸杯传水。

每个组出5个人站成一列，每人嘴上叼一只纸杯，然后从前往后传水，不能用手，全凭嘴和头的动作，在规定时间内按传到最后的水的多少算胜负。

3、五毛和一块

道具：不需要；

场地：稍微宽敞一点就可以，没有特别要求；

人数：10几个人就可以，人多些更好玩的；

人员：一定要有男有女，比例不限；

裁判：一名，负责发号司令。

规则

在游戏中，男生就是一块钱，女生则是五毛钱。

游戏开始前，大家全站在一起，裁判站边上。裁判宣布游戏开始，并喊出一个钱数(比如3块5、6块或8快5这样的)，裁判一旦喊出钱数，游戏中的人就要在最短的时间内组成那个数的小团队，打比方说喊出的是3块5，那就需要三男一女或七女或一男五女之类的小团队。请记住动作要快，因为资源是有限的，人员也很少有机会能平均分配，所以动作慢的同志可能会因为少几块或几毛钱而惨败，所以该出手时就出手，看见五毛(mm)先下手为强；当然动作快的人员不要一味的拉人，有可能裁判叫的是3块5，但你们团队里已经变成5块了，这时候你就需要踢人了，该狠心时就狠心，一般被无情踹出去的都是可怜的一块。

游戏要领：反应要快，裁判一说出来钱数，就要立刻知道分别由几男几女的团队可以达到要求；动作也要快，抢五毛和踢一块都要又快又狠。

六、活动预算

(1) 麦克风、音响、电等的租借：200元；

- (2) 小礼品：（具体看拉的赞助）；
- (3) 小零食的费用：200元；
- (4) 制作邀请函的费用：50元；
- (5) 海报，横幅等的制作费用：150元。

七、活动流程

- 1、全体会员合唱(单身情歌)开场；
- 2、由外联部朗读光棍节宣言；
- 3、玩游戏；
- 4、由实践部表演一个节目；
- 5、抽奖环节；
- 6、玩游戏；
- 7、由办公室、策划部、宣传部表演一个节目；
- 8、最后大家齐唱《阳光总在风雨后》互勉。

八、商家宣传

前期宣传：

一方面利用横幅、海报等方式对本次活动进?宣传，令一方面对贵公司的品牌、产品进行大力宣传。

利用邀请函宣传商家

现场宣传：

在联欢会中，进行商家与本次到会人员的互动环节，派送由商家提供的小礼品以提高产品在学生心中的知名度，具体可由双方商议确定。

整个双十一营销计划表中我们可以把活动分成三个部分：

第一部分是打基础、增销售的部分，时间节点是在10月10日至10月31日，这部分主要活动是xx活动和店铺优惠券发送活动，当然这段时间也不局限于只是商品团和品牌团，如果开通淘金币权限的xx活动同样是可以参加的，另外像品牌特卖也是可以的，只要是一切能上的店铺活动，都可以申请参加。

第二部分是预热。预热活动也是直接影响到双十一当天业绩的关键部分，预热是双十一的前奏，预热的时间节点是11月1日至11月10日，活动内容主要包括双十一当天使用的店铺优惠券推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动、crm维护和营销、sns推广。

双十一关键指标

会场位置：我们要根据双十一审核结果，明确自己所在的会场，双十一有主会场，分会场之分，当然，我们如果在分会场，也要通过赛买规则争取主会场。20xx年的时候还有一淘会场，另外就是双十一当天是否有品牌团或者商品团支持。根据当天会场资源进行接下来的各项指标预估和制定。

业绩指标：这里的业绩指标有两部分组成：第一部分是通过对自然流量带来的业绩指标，第二部分是根据会场预估所能实现的双十一业绩指标。业绩指标是可以根据上一年度相关数据，或者竞争品牌相关数据作为参考来预估和制定。

客单价指标：这里的客单价指标是指的双十一当天预估的客

单价，同样也是根据不同会场的折扣要求和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的客单价。可以参考上一年度双十一的客单价数据，或者竞争品牌的相关数据。

转化率指标：这里的转化率指标是指的双十一当天预估的转化率指标，同样也是根据不同会场的流量情况和消费群的区分，以及商品价格的不同来制定相对应的转化率。可以参考上一年度双十一的转化率数据，或者竞争品牌转化相关的数据。

双十一货品准备是根据业绩指标，再结合商品品类架构、商品单价、售罄率等指标来进行核算和准备的。

在双十一货品规划的时候，要从两部分来考虑，一是在售商品的数量和品类，二是上新商品的数量和品类。不管是在售和即将上新的商品，总数有多少，哪些是重点品类商品，都要有具体的规划。

货品准备的关键指标：售罄率、件单价、销售指标

一般按照女装的售罄率约40%核算，最低销售额800万，那么需要备货20xx万。如果件单价100元，那么需要备货20万件。

- 1) 好评率较高的产品；
- 2) 销量持续增长的产品；
- 3) 有利润空间打得起价格战的产品；
- 4) 能否带来大流量的产品；
- 5) 适合与多个套餐组合的产品；
- 6) 相对竞争对手具有差异化或者具有明显优势的产品；

7) 有强大库存供应支持的产品；

8) 具有价格吸引力的产品。

1) 货品大类占比(大类的库存深度区间、价格区间)；

2) 货品主推大类的挑选；

a□明确各类别的主推价格带、占比、款数、数量；

b□主推款的提前赛马；

c□畅销、滞销的货品占比分析；

3) 进行详细的库存盘点，根据不同类别产品的动销率来制定相应的安全库存。

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深光棍节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3. 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的

直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。
2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。
3. 光棍节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。
2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

一、活动主题：

低价风暴全民疯抢(亲，你买了没?)

二、活动时间：

11月9日-11月11日

三、活动内容：

活动一全场5折终极狂欢(11月11日)

11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城！

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

活动二购物有礼幸运随行(11月9日-11月11日)

凡活动期间在购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元

二等奖2名超市购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

活动三一个人的节日双倍的甜蜜(11月11日)

购物满11元+1元赠2个棒棒糖(2元/个，200份)

购物满111元+11元赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

四、活动费用预计：

1、抽奖刮刮卡预计成本xx元，奖品成本xx元，总计xx元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本x元。

3、海报及广告宣传费用x元。

此次活动预计总体费用x元。

(注：活动xx元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)

五、活动宣传：

1、广告投放，采用报纸提前3-5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

双十一客服预案 超市双十一促销活动方案篇四

走入班级，对曾今帮助过你的老师、小朋友表达谢意

让孩子们了解父母养育孩子的艰辛，了解父母之爱的无私

比赛游戏：搓玉米

11月25日幼儿园感恩节亲子活动方案

以下需要家长配合：

- 1、 11月24日请家长早晨送孩子来幼儿园前带一个煮熟的鸡蛋，在鸡蛋上面写好宝宝的名字。
- 2、 11月25日聚餐时请为宝宝准备两种以上水果(苹果、香蕉、桔子、葡萄)，我们将制作《水果沙拉》以及感恩节食品富有传统特色如：葡萄干、栗子、玉米饼、南瓜饼(熟的)切片面包、火腿、花生、等以及家长制作的“拿手菜”带到幼儿园与小朋友一起分享。

注意事项：

- 1、为了宝宝身体健康，请家长为幼儿准备的食品是正规的厂家食品

感恩诗歌：妈妈

有一个词语最亲切，

有一声呼唤最动听

有一个人最要感谢

有一个人最应感恩

它就是——“妈妈”

妈妈的皱纹深了，她把美丽的青春给了我

妈妈的手粗了，她把温暖的阳光给了我

妈妈的腰弯了，她把挺直的脊梁给了我

妈妈的眼花了，她把明亮的双眸给了我

面对妈妈深沉的感情

聆听妈妈殷切的心愿

我们应该学会感恩，应该学会感激

但很多时候，

我们习惯接受这种关爱，

并且认为是理所当然。

渐渐忘记了感动，

忘了说声谢谢。

妈妈的爱像一杯浓茶，需要我们细细品味。

因为大地给了小草生命，

所以小草应该感恩大地。

因为蓝天给了小鸟空间，

所以小鸟应该感恩蓝天。

因为水源给了鱼儿生活，

双十一客服预案 超市双十一促销活动方案篇五

表达少年儿童发明理想未来的天夏美好的愿望。

5~6周： 培养二声部《牧童》的合唱能力，感受快乐的情绪

并表示出来。

7~8周：能用悠长的气息，深情舒展的表达歌曲《我爱我的家乡》。

9~10周：感受扬州民歌《杨柳青》的风格，并通过歌声表示出来。

15~16周：指导同学用不同的力度和演唱方法演唱歌曲《踏雪寻梅》

17 周：正确有感情的表示歌曲，复习歌曲

18 周：正确有感情的表达乐曲，复习竖笛

19~20周：考查