

最新光棍节创意活动 双十一营销活动策划方案(实用5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

光棍节创意活动篇一

(一)双十一拼的不是当天，而是预热。

双十一打的从来不是当天，整个期间60%-70%的销量是在11月1日到11月10日这10天内完成，而双十一当天能完成的销量仅占30%-40%。

(二)提高店铺日销水平是双十一过后最重要的目标。

店铺最重要的是日销能力而不是活动能力，因此双十一当天最重要的目的不是为了卖货和清仓，而是为了提高双十一后的日销水平。双十一后，店铺的日销水平应该是双十一之前的2倍甚至以上。

(三)不贪，认清自己的能力。

去年双十一有不少大卖家积压大量库存是为什么？原因很简单，就是一个「贪」字。淘宝小二为了冲击业绩，为了达成kpi拼命怂恿卖家备货。「贪念」一动，也许本该xxw的目标，因为小二怂恿就备货5000w最直接的结果就是导致双十一当天卖不出去，整个12月都在清库存，来年节奏被打乱。

本站推荐区域：

作为卖家我们应该清楚意识到自己所在的位置，一定要量力而行，不要贪图双十一做多大规模。而是应该考虑双十一之后我店铺日常动销能提高到一个什么样的水平。

光棍节创意活动篇二

一. 活动时间□20xx年11月11日18:30—21:00。

二. 活动地点□x学院综教1012教室。

三. 活动目的：让单身成为过去式

四. 活动背景：“光棍节”是一种流传于年轻人的娱乐性节日，以庆祝自己仍是单身一族为（“光棍”的意思便是“单身”）。光棍节产生于校园，并通过网络等媒介传播，逐渐形成了一种光棍节的文化。1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。

五. 活动准备：

- (1) 教室申请及布置
- (2) 嘉宾邀请
- (3) 活动主持
- (4) 活动现场气氛调动
- (5) 活动中节目表演
- (6) 活动前、中、后期宣传
- (7) 总策划，细节商议

(8)活动整体把握

(9)现场纪律和卫生

六. 活动参加人员：艺术学院全体学生和……(待定)。

七. 活动过程1主持人开场，对所到嘉宾至欢迎词。同时点明此次活动的目的，讲解“光棍节”的由来。

2. 所有人合唱《单身情歌》开场

3. 集体观看电子版爱情故事，烘托气氛。

4. 踩气球。一组出2-3个人，每只脚上都绑有气球，让他们一起出来互相踩，看到一定时间后哪个组的队员脚上剩的气球多。

5. 连续完成吃蛋糕+喝啤酒+吹爆气球，最后还要闭眼旋转15圈

速度最快者有奖

6. 让同学用家乡话说一段对白，越经典的越好哦

比如：大话西游里的那个曾经有一段。。。。。

7. 可以选两排人, 3个一组, 其中两个蒙上眼睛, 然后喂对方食物(以柑橘为主), 剩下能看的那人指挥.

8. (1)十个男生与十个女生速配：准备写有小龙女，黄蓉等十个女侠的签，让男生来抽，男生分别为杨过，郭靖等。从而小龙女和杨过，郭靖和黄蓉等十对分别配成对。

(2)十对配好的分别演绎一段剧中有的故事情节，看彼此之间的默契。

(3)十对之间进行悲伤情歌对唱大pk□把心中的不快释放于悲伤情歌之中。让台下的观众也参与其中并赠送小礼品。

(4)评出大侠和女侠以及最收欢迎的一对，并颁发奖品。

9.写纸条送祝福(各自以匿名方式写在纸条上交主持人，然后叫大家轮流抽取，并大声地念出祝福内容。)

10.同学们和老师一起开始各抒己见，谈谈自己对大学生谈恋爱的一些看法，以及自己一些亲身体会等。

11.指导老师为大家讲述自己的一些独特见解。

12.总结，晚会圆满结束。

八.备注:

1.当晚一切活动以组织人员安排为准。

2.禁止一切粗俗、下流的言行与动作出现，违犯者当场清理出局。

3.请男士们保持绅士风度。

九.活动负责人：青年志愿者艺术分会部

光棍节创意活动篇三

首先要考虑的是目标营业额，这个怎么去衡量和判断，需要根据往年的营业额和淘宝流量成交上升的占比，结合店铺的基础，老顾客，推广渠道去判断。

本文会以一家女装店铺为例，带着大家来模拟一次双十一预热到当天的全过程。店铺当前月营业额是200万左右，日

均6w-7w的营业额。按照这个基数和自身回头客的基数客单价，判断出我们双十一的目标营业额要到达680万。

那我们要如何实现这680万的业绩呢?针对这点需要做出一个业绩分解的计划

第一：导入阶段

日期：10月1日-10月6日

目的：推广唤醒客户对双十一的记忆

推广工具：数云，短信，邮件，微博，微淘，微信工具和平台进行老顾客的推广营销，利用国庆节前后的情感关怀植入双十一的宣传内容。

第二：预热阶段

日期：10月10日-10月30日

目的：引导客户逗留店铺，收藏店铺，双十一款宝贝收藏，发送优惠券

工作内容：店铺首页装修，专题页装修，双十一活动策划

第三：升温阶段

日期：11月1日-11月10日

目的：以收藏，曝光率，再次提醒老顾客为目标，并利用各种推广方式，宣导提醒新老顾客店铺双十一的促销信息，利用好短信，邮件□sns□电话，等工具通知。

第四：高潮阶段

日期：11月11日

目标：加大当天的曝光率，强化当天销售量，为求达到预期的营业额

整体来说，双十一需要配合多方面的流量，老顾客维护，收费推广，店铺装修，营销活动□sns推广各个维度进行策划工作。

光棍节创意活动篇四

(1)今年双十一和去年相比整体规模肯定会超去年，但是超多少是未知数，个人预计在20%左右。为什么增量幅度不大，因为天猫获取新用户的能力已经大大减弱。

(2)今年各大电商平台都在拼命搞类聚划算模式，价格战打的热火朝天，消费者的购买力有点涸泽而渔了，双十一虽然旺季，还有多少疯狂的购买力是个未知数啊！

(3)传统企业被彻底唤醒，纷纷涌入电商领域，僧多而粥不见涨，这也会使得今年的双十一商家业绩充满很多变数。

淘宝为什么要做双十一？淘宝双十一的初衷并不仅仅是为了做业绩，而是零售地产惯常的玩法，整个规模宏大的购物节，来吸引人流刺激消费，塑造一个品牌效应：它要让人知道电商的厉害，让消费者知道淘宝可以有很便宜很好的货品，让这一天的消费集中爆发；通过不断提升的业绩让传统品牌知道电商的威力。前几年每次双十一过后，淘宝的流量会比双十一之前提高很多，入住的传统企业也会大大增加。

但是，从xx年开始网购用户的增长已经基本上达到极致，而且线上和线下的用户达成了一个新的平衡。从个人情况

和身边的例子可以看出，网购的产品质量担忧和服务不完善以及线上线下价格趋于接近，让不少网购用户回归线下消费。天猫在没有更多新用户的进入下，整个双十一增长幅度也会变得比较小，老顾客挖掘，成了新用户获取成本变高提升销售的极其重要的一块。

(二) 移动端将成今年双十一新看点

越来越卖家开始注重移动端的运营，但是在移动端坦白说还没有什么好的办法。如果双十一本身有会场，要关注你移动端会场的位置，会场坑位的数量。这里提供一个新思路：移动端要从站外考虑，而不是简单的考虑站内流量。

光棍节创意活动篇五

首先，双十一从运营角度来说，不应该作为一个整天规划，而是要分成四个时间段：a 00:00-3:00; b 8:00-16:00; c 16:00-20:00; d 20:00-24:00 每个时间段，商家之间的pk重点是不一样的，可能玩了多次双十一的卖家都没想明白。

a 00:00-3:00 这个时间段拼的是预热。

这之前讲过预热决定整个店铺60%-70%的销量。预热的核心目标是收藏量，具体包括：你发了多少优惠券，有多少人收藏了你的店铺，收藏了你宝贝，关注了你店铺，以及把宝贝添加了购物车。这样，消费者才有可能来你店铺购物。

预热阶段，添加到购物车是一个非常重要的环节，商家应该让消费者尽可能从收藏添加到购物车，这样才能更好的达成转化。

这段时间的消费者心理是什么？什么样的消费者会熬到晚上0:00等着双十一开闸来购买你的东西？「贪便宜」，是这

个时间段内消费者最主要的心理，他们不愿放弃已领的优惠券或者特殊便宜机会，他要在这个时间段内变现。

举个例子，针对老用户可以通过发送短信，告知在2:00之前下单付款能获得什么样的折扣、奖励等等。

如何才能实现这20个豆腐块出现在这个首页呢？大家记住这句话「把别人的预热期变成自己热卖期」。11月1日到10日这个时间段，当别人都在预热的时候，我们就开始卖，因为双十一之前的销量都会计入权重，销量和权重上来了，排名也会跟着提高，当天带来的自然流量是非常可观的。

双十一当天销量不计权重，淘宝搜索规则不会为了那一天而做更改，如果有小二告诉你双十一当天销量计权重，在淘宝官方没有正式出台新规之前，都是忽悠人的话！漫长的预热期，如果你放弃卖货，一味押双十一当天，那你的自然搜索入口也会变得很少。如果双十一当天你有那么多坑位，那双十一之后，依然会带来大量的搜索流量，这会让大促后的日常动销能力提高一个台阶。

这个时间段，从消费者日常场景来看：开始收拾东西准备下班，在路上，在家吃晚餐、陪小孩写作业等等。他们的时间严重碎片化。

这个时间段内一般是做两件事情：

第一件事：拼资源。如果店铺业绩做的不错，可以找小二要资源位，以标杆业绩打动他。

第二个事情：拼活动。把当天店铺活动，商品活动，老顾客活动在这个时间段内形成小高潮，用大奖刺激(iphone6)消费者把碎片时间转化为购物时间。

最后这个时间段，双十一马上结束，这个时间段消费者

会抓住最后时间段购买双十一便宜和心仪的产品，担心错失最佳优惠期。

所以整个店铺应该营造出紧迫的氛围：双十一倒计时，抽奖活动结束通知，热卖宝贝即将售罄标签……让顾客进入店铺来感觉错了这个村就没这个店的紧张感，加快促使下单。

以上四个点，就是如何做好双十一把握的大节奏。