

2023年某商场开展双十一促销活动 双十一促销活动方案(优秀8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

某商场开展双十一促销活动篇一

“xx”□

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“xx”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美一个人。

xx□

11月11日光棍节是所有单身年轻人的节日，也是所有单身朋友展示自己的舞台。据说这个节起源于800多年前，也就是20xx年x月x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，翻开人生新的一页。

那一天让我们一起度过，让我们的笑容洋溢在“xx”成为我们刻苦铭心的记忆。

（一）活动时间：11月11日晚上。

（二）活动地点：xx

（三）活动对象：男女单身。

（四）活动内容：

（1）所有工作人员合唱《单身情歌》开场。

（2）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。

（3）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。

（4）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。

（5）评出最佳大侠和最佳女侠以及最收欢迎的一对，并颁发奖品。

（一）已有资源：人力资源，场地。

（二）需要资源：物力资源，赞助商。

海报，互联网等。内容如下：你累了吗？你寂寞了吗？曾经让你引以为豪的自由，在光棍节到来的这一天让你陡感凄凉了吗？你曾在某个夜晚强烈地思念某个人吗？你做过多次努力也忘不了她的笑脸吗？在这个特殊的夜晚请来我们的“xx”

吧！这里小龙女，杨过与您有约。这里有着你想不到的惊喜与激情！我们热烈欢迎您的参与！

（一）工作人员领掌的，制造气氛的要积极主动。

（二）指挥中心负责及时调度，活动进行中用手势沟通所有工作人员。

某商场开展双十一促销活动篇二

双十一促销活动总结(一)

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五，团队配合：

美工：设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。

文案：提炼活动广告宣传语。

推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品

价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

活动总结

活动时间：11月5—11月9号

活动地点：珠海香洲区某化妆品店

活动效果：销售数量75盒业绩7000

吸引新客源30名

成交量：70单

公司成立以来第一次参加这样的活动，总体来说效果还可以。但是有很多不足的地方，我们要不断总结经验争取做得更好。

存在问题：

1、天气因素、提前关注天气预报。

2、沟通不到位：事先没有沟通好、老板没有重视，提前制定促销政策，最好制做宣传

单张。

3、促销方案：吸引力不够。

4、厂方没有做好充分的准备。

5、我们老师第一次参加这样的活动，经验不足。

6、场地布置：氛围不够、没有气球、拱门、吊旗。

7、销售奖励政策：店老板没有制定针对本场活动的员工额外

奖励政策。

需要改进之处：

1、场地布置：

需提前沟通场地大小，如何摆放。问清所需物料具体数量。包括：拱门、气球、太阳伞、展架、拱门、帐篷、促销台、吊旗、氛围塑造，造势，吸引客源。

2、关于体验销售：

新进店客人，第一步先演示笑脸贴其蚕丝材质的优势及作用，边演示边沟通，了解其购买意向，第二步，再针对性的跟有意向的客人试用蚕丝面膜，第三步讲解产品效果，及现场活动方案。第四步，问客人选择哪个活动政策，下单，促成销售。

3、客户资料登记：每场活动都会吸引新客源到店，所以要登记客人档案，以备后期跟进。同时也是我们做活动效果的体现。

4、销售奖励政策：跟店老板沟通，制定针对本次活动员工的额外的奖励政策。

5、工作细节：全店店员打电话或者发信息邀约老顾客，到店均可免费体验蚕丝面膜。人员配合时，避免出现几个店员同时跟一个客人沟通，以免给客人产生防备心理。店门口可以派发气球吸引人气。店内客人不多的情况下，我们自己找模特在现场进行面膜体验，造势。另外安排店员在店面附近派发折页吸引客源进店。

6、活动政策：面膜较单一，建议老板拿出部分处理的产品，进行买赠，或者抽奖以带动销量。

7、关于付款：建议店家备用刷卡机，暂时没有的话，可以和邻家店铺协商使用。

8、关于喊麦：专人负责喊麦，在人少的情况下，制造声势，吸引客源。

9、总结会：每晚开总结会议，每个人制定第二天活动销售目标，并分解到具体数量。

以上是本次活动的总结，以后再接再厉，不断总结工作经验，争取更好佳绩。

双十一促销活动总结(二)

11月13日圆满完成了“XXXXXXXX”五一促销抽奖活动。活动通过公司领导的支持，以及同仁们的齐心协力。取得较好的效果。对本次促销活动作个总结，具体情况如下：

活动主题□“XXXXXXXX”

活动对象：全市市民

活动方式：降价

打折

买赠

卖场形象：卖场装饰以紫色、金色为主题，凸显九开家居的高贵。在卖场内发气球，以及商产品信息，各展位摆放赠品，装饰展位，衬托出浓烈的节日气氛。奖品提前购置摆放大厅，正面的位置摆上大大的“奖”字，给顾客进门第一印象就是“划算!有东西送!”

分析说明：

此次活动取得全公司各部门的积极配合。物管部同事负责活动现场的音箱调试、活动道具搭建及安保工作，在规定时间内完成，给抽奖活动提供了有效地硬件保障；综合办在活动期间负责将商场装饰一新，提升了商场的活动氛围，提前将奖品购置摆放到位，有效地刺激了顾客的购买欲。

总结：

a.业绩统计上看，本次促销没有达到预期效果，预计活动期间营业额100万，实际售卖63万，达成率仅63%。客流统计，较为理想的是4月29日、4月30日和5月1日劳动节放假3天，客流分别为：213人、248人、340人，活动其他期间客流较为平稳，平均120人次/天。

3. 宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；

4. 商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。虽然，在活动之前举行过统一的营业员培训的，但是效果不佳，在整个活动期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。

除了服务员自身素质不够高以外，商场的培训不到位，培训除了正式的讲课以外还可以通过日常的沟通灌输，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

b.活动期间各商户销售状况，有高有低，总销售额为654888元（其中尾款为73400元）：售卖较好的梦丽莎：128900元；瑞尔中式：146200元；南方家私：49200元；帝标：37100元；大堂红木：2500元；百强圣：17800元；另有部分展位没有销售额产生，二层家饰居多，原因在于商场标示不明，没有对顾客做好引导（正在改进中）。

c.活动成本，此次活动奖项，根据销售额设置如下：金条(5g)3个，电视2台(1599)，冰箱2台(1299)，山地车4辆(460)，自行车5辆(260)，电饭煲、电饼铛、电压力锅、挂烫机、电饭煲各5台(299)，蚕丝被10床(126)，电热水壶10个(85)，电吹风18个(56)，合计：27764元；提点：15000元。

d.此次活动的策划，开始的时候通过征求商户意见和后来公司专会研究，所有人员献策献力，使活动方案较为完整并得以实施。但是，从细节来看还是不够严谨，就活动现场的节目表演而言，没有做好时间的规划，以致抽奖时间比预计的推迟半小时，活动的时间节点没有掌握好，活动用得架子规定上午就要准备好，但是一直到两点才到位。

另，活动期间要求导购人员沟通上做到三大主动：1.主动介绍,宣传公司的促销活动情况及优惠活动;2.主动解答顾客的疑问;3.主动加强与顾客的沟通。通过顾客对商场的认知度调查来看，各种宣传的途径都带来一些顾客群，但主要有：通过报纸，小区广告及周边居民了解到的居多。被朋友介绍过来的顾客也占有一定比例，所以建立顾客档案和建立推荐机制是必须的。建立顾客档案，是想通过对老顾客的维护让其为商场带来新的顾客；建立推荐机制是为了刺激让更多的人将意向顾客带到商场，拉动销售。

从活动现场来看，今年的家具行业形势确实受到一定的影响，销售平稳，没有高潮，调查过几家较大的家居商场，情形也是如此。但是潜在的刚需顾客还是有的，就看我们怎么去发觉和如何去培养顾客。当前应提升商场商品的档次和规范提

升营业员行为和素质。根据节日时间，提前将策划方案做出。大的节日策划在提前两个月的时间完成，小的节日在提前一个月完成，预留充分的时间便于将方案更细致化。定时到其他商场了解情况，购买相应的书籍丰富自己的专业知识，通过询问征求更多的建议。

双十一促销活动总结(三)

一、准备阶段

准备阶段总的来说，有点仓促，相对其他品牌略显细致。本阶段将就(小区、装饰城、店面)--外圈、(宣传、网络)--线上、(人员、物料、价格、产品)--内圈、线下等方面来试图阐释本次促销活动成果和不足。

小区层面：

月初开始宣传月底将有一次大型活动。中间进行了不间断的跟踪，从现场来看，到底效果多大，难以界定。不过这种提前蓄客的意识要建立；(小区活动推进不是太明显，跟进的基础有待提高、网络组织要跟上，样板房的建立，设计师木工渠道维护都要提前蓄客。

装饰城层面：

装饰城层面主要针对活动的主会场，准备了两种一是耐磨的二翅豆、一是风格化仿古的白蜡木。不仅有大气铺装效果，现场的踩踏体验，而且有关这次活动的介绍(歪打正着，喷绘原本用在店面的。装饰城不让用，才放到会场，形成了一个很大气的带有活动主题“帐篷”，一方面也说明在装饰城的准备也相对欠缺，另一方面，有些东西没有提前沟通好，装饰城哪些地方可以用那些地方不可以用没有沟通好，那些物料可以借用那些物料必须自备也没有沟通好，很多椅子和桌布是可以用的，不用自己置办。)再加上，画架x展架、环保

袋、折叠桌、排列有序的木雕像、签字笔，整个现场布置得当，气氛和周边相得益彰。提前和装饰城沟通，达到的目的是，在主会场t字台旁边布置了体验区。

(不足的是：铺设过后，没有零散的样板，花色和出样没有一定的系列；特价贴、标价贴，后来补上；现场人员饮用的瓶装水后来补上；椅子没有准备充分；没有签字台，正式度显得不够；)

店面层面：

其次，对店面形象做了大幅改动(整洁条理有很大的改观)，价格标签全部统一、特价标签全部统一、展架布置到位、画架、赠品(木雕像、蚕丝被、环保袋)、店面条幅、地贴广告、小型户外喷绘、店内dm单页、吊旗、样品摆设、画册摆设等都很到位。(还可以加强布置，比如气球拱门加上条幅；迎宾临促、水果等吃的东西、进店小赠品；还有就是准备几个大空箱，在空箱上贴上大号的“礼品”或“奖品”，最好用毛笔字，如果印刷用红底黄字，字体选用正式大方的字体规格至少1m*1m)

宣传层面：

宣传层面包括报纸软文、短信平台和下面的网络平台(单独提出)。报纸软文应提前半个月发，提前仅有一个星期；短信平台应提前一个星期发，这次仅提前一天(内容：现买地板最高可省****元m²!番龙眼一等品****元…总裁签售年度极限价仅三天***月*****日某某***装饰城店电话00000000);其他网络没有重点支持、其他媒体也没有重点支持。在整个装饰城外圈，没有上拱门、横幅、彩旗、刀旗、相应地贴等形式，装饰城外终端拦截不足。

总裁签售及相关活动，赢得市场的一部分资源；

网络层面：

针对这次活动，没有做宣传，对各个小区qq群还是缺乏了解，软文和硬广有待改进。对专人负责网络推广缺乏人才。（下步打算给***做详细培训。一个人发受到局限，必须建立严格的用人机制，由店面进行跟踪。可参考某网址等等。）

人员层面：

整体人员相对充足

(某某、某某、某某、某某/负责店内)、(某某、某某、某某/负责会场)、临促2名(负责进场人流拦截)。(会场人员对材种和价格的了解不是很彻底;临促没有进行正式的培训，对活动内容了解欠缺，人数可以增至5名，门口1名负责形象展示、三楼2名分开负责人流拦截、店面2名负责接待和介绍及形象展示，5人形成一个路线图;)一定要增强人员的拦截能力，如果有条件可多加3至5个举牌在市场游行。(有商家用人体彩绘吸引眼球值得关注。)

物料准备：

物料的准备，包括工厂方特价板的支持(改制板)、活动当天礼品的支持(半价)、样板等支持。厂方，给了强化的是**，很大的支持;实木的从***的番龙眼***圆盘豆、****的二翅豆都体现了这次物料准备的充分。花色上看，有淡色系的白蜡木、强化板的淡色系，也有中性色系的葡桃木和深色系的圆盘豆，在规格上有短板的格木、其他物料dm单页、吊旗□x展架、画架、地贴、喷绘、木雕象、伞、杯子、蚕丝被等，总的来说还是比较完备的。

价格层面：

其三，参照整个装饰城的基本消费梯度，可以判断出大多数

消费群体的消费能力，在根据这个信息定制特有的产品(特价板、改制板等)，比如***装饰城的消费群体是中等，那么在中等这个价位，就可以针对一些材种进行专门研究。

(价格的改动，往往是静态的，这个是滞后市场信息的一个重要环节，例如***番龙眼***元、某某***元，面对某某**元，明显就是作为陪衬作用。这个例子提醒我们，市场人员必须具备一定的灵活应对能力，能动态的把握整个市场走向，随时对市场和对策进行调节。这就要求，特别促销期间有个灵活的决策下移的过程。)

产品层面：

产品的摆放、陈列，花色的选择，规格的定制，包装的统一，一些有瑕疵的产品要提前做好准备(不要本来没有瑕疵的产品因为样板的损坏导致顾客的不满)。在特价板中要考虑花色的不同满足不同年龄段的消费人群，对规格不是很在意的時候，可以使用较多的改制板。包装上的一等品，是让消费者信服的一个重要因素；背面的小a□也是我们这次促销成功关键的一步；再者就是，产品的认证标志，权威认证的标志也是赢得消费者认同的一个很好的硬性指标。

下面就是，产品的技术卖点，很多技术卖点在这个时候，可以放大。(出样不足，有很多出了样没货；有很多根本没有出样，导致很多可以出量的产品，就不能卖出去；为此，可以制作一个小样展示的手册)

二、促销阶段

促销阶段，主要是终端截流、店面导购、现场造势、动态调节的过程。

终端截流：

主要是针对临时促销员而言，市场的人流走向是受到一定的人为因素影响的。终端截流可以加强消费者进店了解产品的频度，进一步提高签单率，作为关键时刻的关键因素，临促的作用要大于不会说话的广告，临时促销员可以定点作出安排，一直使用一个固定的群体，避免出现各种复杂情况。减少累计的人员培训成本、时间成本等各种成本。

本次活动，临促没有统一服装，而且有位穿的过于休闲(短裤□t恤、头发散乱有点散漫的形象，这些都是严禁的服装，除非所有女孩都是同样的短裤t恤。)

店面导购：

店面导购最重要的一点就是，对整个产品和价格体系的把控。必须了解最低界限，始终掌握主动权。

鉴于总体传播的考虑，导购和小区等促销活动要围绕“”。关于漆层的导购(首先，了解地板可以从两个方面。一是正面，即产品本身；一是侧面，即企业信息。正面来说，看一个产品要看细节，材种都是从外国进口的，所以材种这个我们要了解一下，比如那个现在性价比高，那个稳定这些，但不是各个品牌差别的主要原因。一块地板有漆面、工艺和坯板，先说这个工艺，您可以逆着光看下这个漆面，是不是平整，是不是均匀，正面看是不是有瑕疵，拿在手里感受一下地板，再就是开槽，这个开槽的技术是最先进的，一般地板分布在厚度上，是6、6、6，这个没有考虑到地板的受力，也没有考虑到地板的二次利用，所以说这个不是我们要的，应该是5、6、7，光是这个开槽您就可以淘汰掉很多。

接下来，再看地板背面的logo和板面，我们能保证这里都是一等品，一等品和合格品相差是很大的。到时你可以带上一块样板，等货到家的时候，你们可以对比一下，是不是你们看的，这个我们可以保证的。

再接下来就是规格了，规格不同，价位是两样的。虽然铺设时时按平方算的，但是在选购时，这个是按规格计费的。所以，一些非常规的板子也是可以用的。

下面说的就是最最关键的了，漆面。一块地板现在多的有20多层漆面，少的有6层漆面，或者自己上漆，涂个几层都可以。但是，经过研究发现，漆面层数多导致漆面容易崩漆、裂漆，一旦有特殊情况，钥匙不慎坠落，都能使整个地板“破相”。但是，漆层少，很多功能又不能得到最大发挥。漆面根据三种特性：通透性、柔韧性和附着力，研制出三种漆，柔性离子漆、韧性粘合漆、养护耐磨漆。再加上，高温固化和高频射线，形成一层致密的立体网状结构，是一般地板漆面所不能达到的。

再者，导购要注意的，消费者他们的需求。他们对各个成交因素最关注的问题，是品牌？价格？售后？促销？还是导购本身？还是购物环境？等等这些因素都要有意识的关注。然后，掌握一个规律的东西，自己给所有类型的顾客进行分类。做到有的放矢。

“走动管理”，中间有空时，到其他店面了解，研究他们吸引人流的方式方法，根据现场的变化，制定自由的方案。

(这个是一套模式，也许只适合一个人，作为聪明的导购会从中间吸取养料，拿出对自己最有用的，形成自己的风格。)

现场造势：

现场造势，不光是给顾客看的，也是给同行和市场看的。适当的造势，能起到震慑同行、在市场中赢得主动的有利资源的好处。

造势一举牌造势：在活动的现场，三五个人，举牌在市场游走，可以起到提示市场其他潜在顾客注意、其他品类市场人

员注意、市场人员注意等作用。要求，举牌人员，能统一服装、精神饱满、态度端正、队形整齐，对每个队要求有一个领队，对自己队形队员有稍微的调整，领队的工资也要有相应的表示。

三、结束阶段

结束阶段，除了对活动有个及时的总结，还有对下次活动的计划，最好能在活动后把这次活动的优缺点掌握，每次有意识把握促销的规律逐渐形成自己的风格。

及时总结：

要求所有参与人员，共同讨论本次活动的利弊(每个小队形成一个方案，比如临促可能用半个小时，阐述一下本次活动可以提高的地方、不需要做的地方，由一个代表进行总结发言，他们发言完毕可以按时下班。导购小队，用半个小时阐述自己的建议和亲身感受，接下来其他参与人员发表自己的观点，最后由本次负责人进行总结。

所有总结，除临促以外，写成书面形式提交给营销中心，作为市场反馈的一个重要信息来源(上部分也提到，有很多图片要留档)。

这次活动，做了及时总结。临促这块没有做，作为经销商也没有做，这是不足的地方。

某商场开展双十一促销活动篇三

1、单身礼品

2、11元抢购

11元抢购？这可是京东商城最近正热搞的`呐。是不是很有创意？当然了，想搞好棍棍促销，首先要算好成本，要做到薄利多销，还要借此良机打好名气，为以后的生意做铺垫！11元，真的不是很贵喽，每一个人都会舍得在这样的日子里话费不大的价钱，买到一件心仪已久的东东，所以你的产品还要有吸引人又实惠的优点哦！

3、降价促销

降价促销，永远都是节日促销不变的主题！降价，要巧妙地降价，要让消费者感受到真真正正的实惠，你才有销路，才能大赚一笔的哦！降价若不当的话，很容易给消费者造成负面的影响，这可是事关你以后生意能不能成功的关键呢！

4、送光棍节吉祥物，祝福光棍们早日脱光

每一个光棍都是不想就此光棍下去的吧！所以吉祥物会被奉为上品哦，当然也可以“进店有礼”，送个性的光棍节吉祥物，这样能吸引大批的消费者进店的，进得人多了，生意自然就旺旺了。当然，您也可以在消费者购物满多少元的时候送什么级别的光棍节吉祥物的。

在活动前夕，商家可以参加淘金币、聚划算、等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。“双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度[20xx年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，许多人的集体疯抢，以及多家知名品牌参与。单日成交额达上好几亿。

活动时间：11月7日到11月13日活动方式：

1、淘金币：挑选10款产品(顾家支持)上淘金币活动聚划算：挑选3款产品(顾家支持)上聚划算活动。

顾家商品a□原价xxx□淘金币价xxx+100淘金币，数量500份，折扣5-7折，附送一些小礼品等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫。

2、活动时间□20xx.11.11凌晨一点至24点。

宣传语：全场五折还包邮哦！

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

1、好评送消费券；

2、收藏拿红包或者是淘金币；

3、关注有好礼。

(1)消费券只限购买原价商品。

(2)聚划算商品不参加活动。

1、直通车引流

2、店铺活动通告

3、宝贝描述通告

4、帮派社区宣传

5、旺旺签名活动预告

6、淘客联盟

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页，设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印)确保电脑配置；做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格。

网络：检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用) 仓库：发货员备货以及快递公司提前联系准备！确保库存准确，避免缺货。准备好打印机及相关材料和打包用的材料。

准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

文案：提炼活动广告宣传语。

推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺活动宣传。

(1)确定活动上线产品，所有主推产品要占整体备货的50%-60%所有产品在11.11之前一周内必须全部入库完成，店铺库存按实际的90%-95%去完成，如果需要赠送环保袋、鼠标垫等礼品也需进行备货。

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提

高速度和效率。

(4) 务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

(1) 对可能出现的双11订单暴涨而需要招聘临时兼职员工的，提前做好兼职员工工作安排计划，并做好相应的培训工作，做好打包环节，提前培训好相关的打包贴面单工作细节，提前做好员工培训工作。

(2) 对所有员工，尤其是订单处理相关部门的员工，做完善的网店管家系统操作的培训及其他培训。

(3) 制定好部门间员工临时调度、培训和工作的应急方案，以及大促活动持续期间的员工值班、休假等相关安排按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量。

(4) 物料要针对可能出现的流量和包裹数去计算。

(1) 包装材料准备，对大促活动销售的商品牵涉到的各类包装袋、包装盒做好库存保障，并可提前对一些特定包装进行初步整理，到时候只要放入商品就可以。也可以提前将商品直接打包好，只等打好快递单后就直接张贴单据并发货。

(2) 快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

某商场开展双十一促销活动篇四

活动目的：用玉文化引导消费

活动时间：20__年x月x日——20__年x月x日

活动主题：中国玉文化的内涵与鉴赏消费

主题要素：文化消费服务

主题阐述：主题突出了中国玉文化的发展历史，使消费者懂玉，欣赏玉，进而消费。

活动地点：__路__珠宝店面及周边区域

主题传达表现：

贯穿于整个活动，形成活动的主体表现。

有效地互动演绎及内容传达。

玉用品展示。

宣传表现。

活动概述

活动预期目标

目标一：通过本次活动，使珠宝店的品牌形象得以树立，之后运用品牌形象的传播效应和活动的连动效应，促进销售。

活动形式：以文化介绍、现场优惠、礼物馈赠及游戏类活动为主。

第二部分

玉文化活动的环境布局及现场氛围营造

总体原则：

紧密结合玉主题，形成主题表现。

突出玉文化和消费理念，形象传达及视觉效果。

所有宣传物出现珠宝店logo与广告语。

片区分工布局规划：

珠宝店邻近街口指示牌宣传。

商业集中区重点街区宣dm单发放。

珠宝店店外

门外陈列标示珠宝店logo的户外广告。

设立大型主题展板一块，发布活动主题及相关优惠活动。门口用玉文化相关饰品装饰。

珠宝店店内

门口设立明显标示珠宝店logo的接待处，向入场者赠送活动宣传品、礼品及纪念品。

珠宝店顶部及柜台处用相关装饰品装饰。

店内玉文化主题海报宣传。

店内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示

品、纪

念品，并提供咨询服务。

店内主题展板宣传

向参与活动客户发放印有珠宝店的环保购物袋等用品。现场宣传单的发放。

第三部分：活动实施方案

活动方式(概要)：

- 1、自x月x日起(活动之前一周)凡在珠宝店购物满x00元以上的顾客，凭购物小票于总服务台记录，并可以参加活动当天的抽奖活动。
- 2、所抽珠宝均为本店为此次活动而专门设计的精致玉石。
3. 凭宣传单而无购物参加活动的消费者可在活动结束后凭宣传单得到纪念礼品一份

活动评估：

- 1、通过一个星期时间的轰炸式宣传，当天参与活动的人员会很多。
- 2、活动当日的珠宝与玉石，均比平日价格低廉，迎合了消费者贪便宜的心理，参与性加强。
- 3、活动现场气氛热烈，使人对珠宝店的logo和品牌过目不忘。

宣传阶段划分：

第一阶段活动前宣传

宣传时间：20__年x月x日

宣传形式：告知宣传

宣传内容：传达活动即将举行信息

信息传达要素：

珠宝店的企业形象

珠宝店的服务理念

活动的主题及内容

活动举行的时间及地点

媒体安排：以当地报纸媒体、网络论坛□dm宣传单为主□dm单通过派人员分片区发送

报纸：提前一周发文

第二阶段活动后宣传

宣传时间：20__年x月x日

宣传形式：软文宣传

宣传渠道：网络、报纸、店面门前展板

宣传目的：活动效果巩固

某商场开展双十一促销活动篇五

一直以来，家具产品就伴随着人们的生活，融入到了千家万

户，成为了人们生活中不可或缺的日常用品。而随着人们生活水平的不断提高，市场竞争的日益激烈，家具市场也随之发生了质的变化。家居注重档次提升，在这提升的过程中，也逐渐形成了五大发展趋势：

- 1、家具市场从高端转向低端(家电下乡)
- 2、传统淡季家具市场也火热(季节性促销活动)
- 3、家具产品趋向时装化(产品设计风格和材质的改变)
- 4、家具团购成为时尚(产品促销)
- 5、家具销售网络化(网络营销)

本次活动的目的主要是提高产品的美誉和在广大消费者心中的知名度，同时就产品进行促销。

本次活动所针对的目标为大众群体，无特定群体和次要客户之分。由于五一节刚过，各大产业在五一期间都举办了促销活动，而且刚刚活动结束。很多消费者的心中还留有对优惠促销的期望和念想，在其他公司都结束优惠活动的同时，公司举办酬宾促销活动。这无疑会吸引更多的眼球和关注前来。以来增加公司的人气，二来满足消费者的优惠心理！

活动主题

现在的产品在做促销活动时不外乎几种活动主题展现：

价格折扣、赠品、抽奖、礼券、服务促销、演示促销、消费信用。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。之后要尽可能艺术化地宣传，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。

要让消费者感觉我们的目的不是为了商业盈利，而只是为了提高行业风险的控制和竞争力。所以我们不能够站在商家的立场上去举办这次的活动，而是站在消费者的立场上去考虑。力求创新，达到尽可能多的吸引消费者的眼球。不是为了在活动期间销售多少产品，而是为了达到在活动期间让更多的消费者认识该产品。

活动方式

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：拉上政府做后盾、挂上媒体的力量来夸张整个活动气氛。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，促进销售的反应越大。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，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。

具体内容

当日在本活动现场购买家具、建材产品累计消费满x元，即可参加抽奖活动。活动的条件可以为达到多少消费金额/次(如：20__元/次 4000元/2次)依此类推。即买即抽，即抽即兑。

活动的奖项可以分为

三等奖 价值约x元的家具洁具或家居饰品

四等奖 价值约x元的家居饰品或用品

五等奖 价值约x元的家居饰品或用品

注意事项

1. 须一次性付清货款；
3. 用券消费的部分不能开具发票，不能找赎
4. 购物券全场通用，有效期至20xx年x月xx日
5. 须持销售合同及交款凭证抽取奖品

某商场开展双十一促销活动篇六

“低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)”

20xx年11月11日。

活动一全场5折终极狂欢(11月11日)。

11日11日起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城!

活动二购物有礼幸运随行(11月11日)。

凡活动期间在x购物的顾客，单张水单金额满x元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台

二等奖2名x超市购物卡一张

三等奖6名真空保温杯一个

四等奖20名心相印卷纸一提

参与奖20x名精美礼品一份

活动三一个人的节日双倍的甜蜜(11月11日)

购物满x元+1元赠2个棒棒糖(x元/个□x份)

购物满x元+11元赠2盒巧克力(x元/盒□x份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

1、抽奖刮刮卡预计成本x元，奖品成本x元，总计x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。

1、广告投放，采用报纸提前x天投放x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。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

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。

某商场开展双十一促销活动篇七

活“有双十一，惠浪漫”xx摄影真情回馈新人朋友，特推出免费77套婚纱火爆预定中

浪漫直袭！单身男女今日崛起！”双十一一直是恋人们狂欢的.浪漫节日，单身男女的。抓狂纪念日，而今天，单身男女要崛起啦！

活动参考宣传单

双十一进店礼：活动期间，凡进店顾客即可获得精美礼品一份！为爱而送！

双十一全款四重送！

进店拍婚纱并交全款即送以下四套产品

一重礼：宝宝周年照一套！

二重礼：孕妇照一套（2张）

三重礼：婚礼当天饰品一套

四重礼：新娘定妆液一套

双十一写真乐388!写真全款将赠送钱包照两张，香奈儿摆台一架（也可指定一定价位的套系）

写真全款加77元，赠送价值二百元放大产品加外景拍摄，并可参与《大抽奖》活动

双十一转介绍礼：转介绍一对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡（200元）

转介绍二对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡（600元）

转介绍三对婚纱照成功订指定全款付清者送-乐天马特购物卡（1200元）

双十一欢乐大抽奖：

20xx.11.11

XXXX

一等奖：特购物卡

二等奖：超级舒适春秋蚕丝被

三等奖：精美不锈钢保温杯

活动影楼地址、电话、联系方式。

某商场开展双十一促销活动篇八

批发也敢半价?1天，惠——1折+半价+送大礼!

亏本让利回馈老会员，感谢多年来一直支持我们的小伙伴们(本次活动力度很大，仅限于收到我们通知参与活动的会员参加)。

阿里分销为回馈各位新老会员，特参与双11网购狂欢节，与天猫双11活动同步进行!老板挥泪巨亏回馈阿里会员，物美价廉货正，抢到绝对赚到!建议实体店适当囤货，大胆迎接辉煌的收获季!

1、所有会员：全场产品均有大幅度降价(1折+半价+最低)，部分产品限量秒批!届时请尽早放入购物车，尽快抢购!

2、所有会员：订单满5000元即可赠送礼物1份，满1w赠送礼物2份，满2w赠送礼物4份，礼物清单活动前3天公布。

3、大额批发会员：订单满5w返现金券500元□2w返现金券200

元，满1w返现金券100元，可立即充值到预存款中心，12月11号后可使用(现金券500元封顶)。

4、大额批发会员：满2w包物流(物流专线不可指定，到货后由客户先垫付，再联系客服退运费到预存款账户)。

7、活动期间所有9元包邮的产品不设门槛，订单中有9元包邮的产品可以免去首重，联系客服修改运费即可。

一、活动产品均为正品，假一赔十。

二、产品都是最新到货，保质期都会在2年以上。如有特殊日期产品会特别说明！

三、本次活动订单享受相应的售后条款，保证您每一次的采购都有保障！

四、活动订单不分大小，我们会按照订单付款先后顺序发出，并保证在活动结束后12个工作日内发完！急单请勿参与活动！

特别提醒：活动期间特价产品请大家适量囤货，不要恶意抢拍，不要超量囤货，以免出现资金周转不灵等问题，双11活动产品，如无质量问题，活动产品一律不可退换货，请大家理解。

售后服务跟踪：

一、订单金额超过5k的客户，发货后优分销将以短信通知发货单号，请大家注意收货，并在收到货后48小时内点货，有问题及时联系我们，便于售后。

二、收到货后如有缺货，客服将及时跟进，联系换货或者办理退款，绝对让您省心放心。

三、分销商优惠5和6条领取流程：

1. 初级分销商直接向客服提供会员名和活动期间实际订单数，客服会在3个工作日内审核并升级会员等级。
2. 符合领取礼包的高级分销会员直接下单，支付8元运费即可，建议随自收货物一并发出。

参与活动建议：

一、活动开启时间20xx年11月11日0点，建议需要采购的会员提前把需要的产品添加到您的购物车，届时就不会因为网速问题抢不到啦！

二、在活动期间拍下并支付的才能享受本次活动优惠，如果银行卡有限额的建议提前充值到会员预存款账户中，以免耽误支付，抢不到货！

三、如果因为同时要抢几家店铺的宝贝，建议多找几个朋友帮忙拍！以免错失良机。

四、活动力度较大，客户较多，特价产品库存有限，届时同时下单的客户比较多，如有缺货，将在活动结束后统一退款。

五、叮咚！11月11号凌晨24点，活动结束咯，优惠不在咯，再等一年咯！我等客服没有调价的权利，请不要为难我们的客服。因为：臣妾做不到啊！