

十一活动策划方案小学 双十一活动方案(大全10篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

十一活动策划方案小学篇一

xx珠宝，代代相传

xx年11月11日—xx年12月3日

一、珍珠展

(1) 珍珠月精品珍珠展

在珍珠月期间□xx金店各大珍珠品牌联手推出精品珍珠展，届时各色、各类、各型、各样高档珍珠将齐现精品珍珠展。

(2) 珍珠月珍珠养殖展

在珍珠月期间，将推出珍珠养殖箱及珍珠的文化，让顾客与珍珠零距离接触。

二、尊贵会员卡，珍珠显高雅

(1) 珍珠月，尊贵会员价

a□在珍珠月期间，各大珍珠品牌联手推出持会员卡在6.5折基础再打8.5折。

b□珍珠品牌推出会员商品，会员商品需持会员卡购买。

c□各大珍珠品牌将推出各自的特色活动。

(2) 珍珠月珍珠墙

在珍珠月期间，马利亚纳品牌将推出珍珠墙活动，各种精品珍珠荟萃。

(3) 珍珠月现场开蚌取珠

在珍珠月期间，只要在xx购物满80元即可在马利亚纳珍珠领取新鲜活蚌一只，当场开蚌取珠。每颗珍珠抵30元现金，可在开蚌柜台换购商品。

三、珍珠月珍珠作坊

(1) 珍珠月期间，推出珍珠作坊，现场加工穿制珍珠饰品。

(2) 珍珠月期间珍珠作坊将免费为新老顾客提供免费串珠服务。

四、珍珠月同庆活动

(1) 24k黄金同庆价，黄金兑换免收加工费。

(2) 明牌铂金送‘实’礼电话充值送到底

在珍珠月期间购买明牌铂金饰品满500元送50元电话充值卡；满1000元送100元电话充值卡。

(3) 珍珠月，其它珠宝首饰献贺礼

在珍珠月期间，其它珠宝首饰有各种优惠活动。

十一活动策划方案小学篇二

“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。

十一活动策划方案小学篇三

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xx的商品团和品牌团，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。

对于卖家来说，预热这十天除了通过合作预热活动拉新会员

之外，对于用户群基数较大大卖家，预热期间最最重要的事情是crm维护和营销。具体分成几步，每一步采用什么样的手段来激活、维护已有的老会员，吸引老会员领取双十一优惠券，提前把目标商品加进购物车，双十一当天能回来下单购买，是值得各位卖家要深思的问题。第三部分就是双十一当天。双十一当天的营销活动主要是根据当天官方赛马时间点和规则来定，不同时间段有不同时间段的玩法，当然全场1—5折是必须要有，满就减也是不可缺少的。但是除了这些常规款外，我们是不是可以进行一些玩法的创新呢？以下是两个活动设计思路，可以作为参考：刺激用户购买：

第1、88、888、1888.....用户的激励限量产品销售（稀缺感）售罄产品公布（紧迫感）赠送礼品vip会员包装提高客单价：

关联营销满额就减、买多折上折对高客单价用户进行奖励提高单包件数买多件享优惠。

双十一关键指标

在做双十一营销计划指标内容的时候，明白双十一关键指标所包括的是那几个信息维度，这里重点讲一下双十一营销计划表纵轴中的几大关键指标：

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xx的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。

备货量在自己可控的范围，原则是好产品才有好转化，首先选产品有以下几项参考指标：

- 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。

货品结构分析：确定主推品类、主推产品，按热销、主推、引流三个维度进行了划分。选择有深度的商品（如5000件以上）进行单独的策划包装，做成明星商品，同时在明星商品、引流商品页面搭配关联销售商品。确定活动当天的首页陈列商品及替换商品，以保证当流量进来时，最大化的拉动销量。
货品要求：

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。

2017双十一活动策划方案

2016年双十一活动简报

双12活动策划方案

双11促销活动方案

双十一活动策划方案

双十一的活动方案

十一活动策划方案小学篇四

光棍节不孤单，没有他，你还有我

前期（11月1日—11月10日）活动前期宣传招募，物料准备

中期（11月11日）活动进行时（采取一组控制活动进行，另一组到街道现场访问等形式吸引人气，以达到人气吸引最大值。）

后期（11月11日之后）后期船舶上“炒冷饭”，回顾活动，进行二度传播。

活动参与者：女性（须带上其闺蜜）

活动具体内容：参与者（一组6人）在女人城任意商铺选择衣服，来组成搭配，来装扮自己的闺蜜。然后由评委（从围观者众随机抽取9人），搭配最佳者将从自己所选的搭配衣服任意选2件。其他参与者则送小礼品。活动不可重复参与。

活动参与方式：现场评选

其他优惠：

1、凡事当天活动参与者，在女人城消费满30元，加10元送电影票1张（可选热门电影）

2、凡是当天活动参与者，在女人城消费满60元，加10元松电

影票2张（可选热门电影）

十一活动策划方案小学篇五

我光棍，我快乐

让光棍节见鬼去吧

提升餐厅营业额，提升餐厅知名度

大厅

20xx年11月11日

今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆脱光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的.光棍。

2、凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）

1、一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张；

2、策划部市场单位x展架13幅、不同规格海报3张

宣传内容：（短信、展架、网页）

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人免单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

十一活动策划方案小学篇六

淘宝网双十一营销策划书。

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。即将到来的双十一，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。

在双十一电商大促之时，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十一期间得到良好的提升。

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，时刻都要充满双十一大促销的气氛，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“双十一过去，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，还能享受到双十一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：

双十一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十一大促的欢快信息，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。

2017双十一活动策划方案

2016年双十一活动简报

双12活动策划方案

十一活动策划方案小学篇七

光棍节联谊晚会”

交友万岁，单身无罪。

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。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!。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。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。

(一)活动时间：11月11日晚上7:00---10:00

(二)活动地点：大学生活动中心

(三)活动对象：建资系，经管系全体会员

(四)活动内容：

(1)主持人开场白，说明本次活动的意义，目标

(2)所有会员合唱《单身情歌》开场

(3)传苹果

道具：苹果一只规则：一男一女隔开坐成一排，用脖子和下巴、肩膀夹住苹果，一一传递，谁把苹果掉了，接受惩罚。

(4)玩扑克牌魔术，调节气氛

(5)猜谜语

(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。

(一)，音响等设施费。

(二)，参与者奖品费以及小礼品费。

待定

(一)，所有人员必须爱护公共物品如有损坏需要自行配付。

(二)，当晚一切活动以组织人员安排为准。

(三)，禁止一切暴力、粗俗、下流的言行与动作出现。

十一活动策划方案小学篇八

活动目的：用玉文化引导消费

活动时间□20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx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□xx路xx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。

目标二：使珠宝店在活动当地的市场认知率有进一步的提高。

活动诉求对象：活动地点区域年龄在x—x岁的人群。

诉求元素：认知与消费。

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。

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。

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□20xx年xx月xx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

报纸：提前一周发文

第二阶段活动后宣传

宣传时间□20xx年xx月xx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

十一活动策划方案小学篇九

双11临近，而今这已经变成了一个全民消费的节日，无论线上线下，商家都会想尽一切办法，通过各种促销活动，争取能有一个爆发式的'销量增长，策划出有创意而又能执行的促销活动方案，则尤为重要。

低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)

最新或20xx□历届) 11月9日—最新或20xx□历届) 11月11日

活动一全场5折终极狂欢(最新或20xx□历届) 11月11日)

最新或20xx□历届) 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(最新或20xx[]历届) 11月9日-11月11日)

凡活动期间在xxxx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xx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(最新或20xx[]历届) 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。)

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元。

3、海报及广告宣传费用5000元。

此次活动预计总体费用15500元。(注：活动7000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。)

- 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。
- 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。

十一活动策划方案小学篇十

工作节奏快、生活压力大，导致“剩男、剩女”数量不断增加。光棍节，如果没有异性的’陪伴，当然也可以独自享乐了。带上好心情，去影楼拍一组场景的照片吧，同样美不胜收!这是特意为没有情人的人准备的一场情人节盛宴。

活动时间□xx年11月11日，限前本影楼订单者，享受此优惠权限!

活动地点：婚纱摄影公司

说明：活动礼品及优惠操作时可根据影楼情况自行选择更改