

双十一的演讲稿(实用9篇)

要写好演讲稿，首先必须要了解听众对象，了解他们的心理、愿望和要求是什么，使演讲有针对性，能解决实际问题。大家想知道怎么样才能写得一篇好的演讲稿吗？下面我给大家整理了一些演讲稿模板范文，希望能够帮助到大家。

双十一的演讲稿篇一

又是一年双十一到了。你看，在提前一个星期时，妈妈就在跟爸爸商量买什么了。

我仔细地听着，听他们说些什么：“买鞋子、裤子、衣服……”听着，听着，我就不禁插进嘴去：“这么多东西，得花多少钱呀！”妈妈笑着说：“双十一是多种商品打折的时候，东西比较便宜，所以在这时候买东西是比较划算的。”唉，原来双十一就是一个购物节呀！我马上给老妈提出要求：“你们买东西的那天让我也跟着呗！”妈妈说：“好吧，但那天是要熬到12点抢东西的，你可不要犯困哦！”我满口答应。

终于，双十一来了。这天正好是周五，爸爸妈妈都早早地回到了家。一看“参战”人员到齐，妈妈马上给我们一人发了一部“武器”——手机，并开始给我们分配任务：“1号小分队主要抢家居用品，2号小分队主要抢书籍和玩具……”我们的神经都高度紧张，好像一个个要上战场的士兵——不错，我们一会儿就是要经历一场抢东西“大战”。

可是我亢奋的神经并没有持续多久。刚过九点，我的上下眼皮就开始打架了，要熬到12点，对一个习惯早睡的孩子来说，可真不是一件易事！我坚持着，好不容易过了11点，我实在是困到了极至，倒头就睡到了沙发上。可是没等半个小时，就听到妈妈喊：“快点起来，开抢了！”我马上爬了起来，

拿起手机开始抢东西，我有些慌不择路，见什么便宜就买什么，爸爸也是这样，还是妈妈比较理智，说：“不要乱抢！抢一些我们需要的！”听到这，我才开始慢慢挑选，可是虽然这样，我和爸爸仍买了许多我们不需要的东西，花了许多不该花的钱。

“双十一”终于轰轰烈烈的过去了，我们静下心来想一想：在这一场购物狂欢中，我们买到自己想要的东西了吗？我们因为便宜而多买了多少东西？这些或许都是值得我们深思的。

双十一的演讲稿篇二

“双十一”过去有一段时间了，马上“双十二”又要来了。淘宝天猫或其他的各大电商又要以此为噱头进行促销了。很多消费者应该又会蠢蠢欲动，按耐不住自己购物的心情了。

“双十一”我一件东西也没有买，因为我觉得这只是商家为了博大家眼球使的小花招，商品实际并没有便宜多少。有的商家把商品的价格提高，然后再进行打折，消费者看到打的折扣那么大，以为捡到了便宜，疯狂的购物，其实最后还是商家赚的盆满钵满。不管多么聪明的消费者，都是精明不过商家的。

许多消费者“双十一”熬夜抢来的东西，拿到手里，都是失望之极，质量差，跟想象中的完全不一样。这时候想要退货，又赶上物流高峰，一件商品七天八天都退不回去，占精力占时间。

“双十一”时大家凑在一起，讨论的全是自己又抢到了什么，我只有随声附和。因为我实在是对于“双十一”这种不洋不中的节日提不起兴趣。什么光棍节，都是刺激消费者购物。

不过话说回来，这也是市场的一种需要，刺激消费，带动经济发展。身边的人趁“双十一”疯狂购物的行为，我并没有

进行劝说或阻拦，因为每个人有每个人的想法，每个人有每个人的兴趣。这在别人看来是一种乐趣，一种享受，一种精神的愉悦，你又何必横加指责，勉强别人呢。“双十二”我依然不会疯狂抢购什么网上所谓的优惠商品，我要做一个理性的消费者，合理消费，计划消费，这样才能既买称心如意而且价格美丽的商品。

双十一的演讲稿篇三

双11作为一场消费者、卖家、平台、服务商等多方参与的狂欢盛宴，具备巨大的影响力与号召力；作为卖家的我们，在去年双11大促的经验基础上，今年我们如何做好这次营销活动，需要有一个明确的思路与定位。在活动前夕，我们需要制定明确的营销思路和规划，包括流量、转化率、客单价、客户服务、品牌传播等方面，制定详细可行的营销方案，并按照计划严格执行。

根据店铺现状以及活动需求，确定双11的活动产品，包括为双11准备的特供款。按照品类、风格、价位等因子进行分类，确定店铺的引流款、利润款、形象款，以便于后期的合理备货。

对于传统企业而言，双11活动产品既要保持让利促销，又要避免与线下的专柜的差异化，避免产生冲突；这就需要我们在双11的产品上进行合理定位，找出权衡利弊的产品方案。

根据产品定位以及活动期间的预估销量，对双11产品进行合理备货；随着金九银十的到来，无论是自己的工厂还是代工厂，接下来的工厂的订单都会急剧增多，常规的15天的生产周期可能会拖延到20天，甚至更久。如果我们把双11的订单都压在活动开始前1个月进行生产、备货，时间远远是来不及。

因此我们需要事先对双11的销量有一个大概的预估，在10月1日之前，完成预估销量约60%的备货；待10月1日之后，根据当

期的销售状况、老客户基数、流量增长趋势等进行二次预估，然后在一个月之内完成剩余预估的备货量。这样一方面避免备货不足，另一方面也避免库存的积压。

1、理性促销

双11对商品价格的要求中提到，活动商品价格必须小于等于xx年9月15日至xx年11月10日期间天猫成交最低价的9折。

店铺主推商品要有足够的利润空间，不至于在双11历史最低价的9折基础上，无利润可寻。拥有一定的利润空间才能为消费者提供更好的售前、售中、售后服务。

2、店铺预热

从8月中旬开始，我已经观察到一些商家开始在店铺内对今年的双11进行预热，采用收藏店铺送现金券、限量大额优惠券免费抢等形式，为双11活动预热，这样有助于提前为自己的店铺积累人气，避免在活动前夕与众多卖家“直面相战”。

打造店铺人气爆款，对于双11活动引流起到至关重要的作用！以众多参加过双11的商家案例分析来看，除了类目的主会场之外，一些大型店铺的分会场流量仅占到全店流量的10%左右，更多的流量来自于自然搜索；这也是买家购物的一种习惯。

9月份确定了店铺的主打款之后，在接下来的2个月内，需要利用各种渠道和资源，将店铺的主打款打造成类目的人气单品，以期在活动中获得好的排位和搜索流量。

双十一的演讲稿篇四

目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营。

现在多流汗，考后少流泪。

把握今天的奋斗，才能赢得明天的精彩。

努力拼搏，战胜自我，挑战极限。

专业代理，优势尽显，素质提升，你能我能。

把握真人性，洞悉真人心，成就真人生。

道路是曲折的，钱途无限光明。

团队是我家，奋斗靠大家。

团结一心，其利断金，团结一致，再创佳绩。

拿望远镜看别人，拿放大镜看自己。

不要小看自己，人有无限可能。

赚钱靠大家，幸福你我他。

用心用情，无悔无憾。

超越自我，追求卓越。

从业有缘，借福感恩，坚定信念；行销一生。

蚁穴虽小，溃之千里。

提高售后服务质量，提升客户满意程度。

70、协力，争创佳绩，勇夺三军，所向披靡。

长期经营，积累客户，充分准备，伺机而行。

投入多一点，方法好一点，绩效自然高一点。

行销起步，天天拜访，事业发展，用心学习。

吃得苦中苦，受得气中气，方为人上人。

自我提升，良性竞争；相互欣赏，相互支持。

风起云涌，人人出动，翻箱倒柜，拜访积极。

意气风发一时起，持续奋斗双梦成。

昨晚多几分钟的准备，今天少几小时的麻烦。

只要路是对的，就不怕路远。

亮出你的理想，抓住黄金时机，拼出你的实力，品尝成功。

您的自觉贡献，才有公司的辉煌。

不放过一点疏漏，不放弃一分希望。

双十一的演讲稿篇五

“双十一”选中店家下单之前，第一件要做的事当然是抢优惠券，能当现金使的好东西不嫌多。“此商品参加淘宝嘉年华，请提前加入购物车。”如果你在想购买的商品页面看到了这样的提示，就可以往下继续浏览并点击领取，随后会收到一张5元的红包优惠券，该优惠券只要超过5.01元，就可使用。

今年的“双十一”与往年最不同的就是多了一个天猫购物券，除了领取商家店铺的优惠券以外，还能使用天猫平台发布的购物券，并且能够多张购物券叠加使用，11月1日开始就可以领取天猫购物券和红包了。

“今年我提前找客服咨询好，将所需物品放到了收藏夹，等着双十一就可以直接购买。”小白表示，收藏夹不但可以收藏商品，还能进行比价。“在你的收藏夹中，如果你仔细查看，“比收藏时降价*元”这行字会区别于其他字体颜色，使用红色。”“双十一”当天很多商品的价格都会有变动，现找很麻烦，我一般都把要买的东西先收藏好，提前排个队，这样既方便还能比价”。

“在购买商品之前，先看一看商品页下面的月成交记录，注意看有没有“手机专享”，如果碰到有的商品就说明用手机买更划算。”有着9年网购经验的吴小姐告诉记者，如果此时买家正用电脑浏览，就可先将商品收藏，然后用手机端下单付款，有时可省下不少钱。

双十一的演讲稿篇六

大家好！

每年的双11，都是网购的好时机。这一天，全国甚至全世界的人们都在网购；这一天，淘宝、天猫、阿里巴巴等大型电商打折打到爆；这一天，几乎每个人都在网上疯狂的抢购东西；这一天，几乎成了全世界的购物狂欢节！

我也期待着这一天，因为最近我要买几样东西，就等双11了。我准备买四样东西，分别是书包、单靴、乒乓球拍和妈妈的皮包。但我双11还要上学，所以没有在凌晨抢购，而是在双11中午放了学我才上网。

中午，我回到家，一吃完饭，直奔电脑。我在天猫主会场一搜，哇！各种漂亮的书包琳琅满目，目不暇接，看得我眼花缭乱。最后选了两个书包，一个是淡蓝色的，另一个是黑底白花的，最后我选择了黑底白花的。又买了一双黑色的单靴，妈妈的黑皮包和一副球拍。买完东西，我满怀期待地上学去了。

11号下的单，16号以前全都到了。样子都不错，美中不足的是都有味道。单靴有味道，球拍也有一股怪味，妈妈的黑皮包味道最大，让我最搞不懂的是为什么帆布的书包也有一股酸唧唧的味道，而且还很浓。不过书包在阳台上晒了几天，又在水里泡完晾干后，味道去掉了些。可是到如今，妈妈的黑皮包还在阳台上挂着散味呢！

通过这次双11购物，我对这个购物狂欢节的认识也回归了理性：网购的好处是种类繁多，选择余地大，但质量不敢保证，比如怪味问题在实体店一般不会发生；在实体店因为能看得见摸得着闻得到，所以一般来说质量还是可以得到保证的，但款式样式不一定有你心怡的那一种哟。

套用一句话，我想对大家说：网店有风险，网购需慎重！

双十一的演讲稿篇七

“双十一光棍节”即将到来，考虑我班男生、女生人数比例悬殊，特举办双十一“模拟情侣”活动和男、女生性格差异知识抢答活动，以促进我班同学之间的感情交流，丰富他们的校园生活，让我们在学习知识(iq)的同时，提高我班同学的情商(eq)□

共赴11.11，交友万岁

通过此次的活动，向班级同学宣传大学生恋爱心理的相关知识，引导同学们正确的处理男女生之间的关系，帮助同学们树立起正确的恋爱观，理性的对待大学时代的爱情。

11月11日——13日

理科楼610教室

xxx班全体学生

- 1、利用微信群、校园活动网、同时由班干部在班级宣传，让同学们了解我们的活动主题和内容，以便于在活动期间同学们能积极参与。以及采集同学们对这次活动的看法。
- 2、主持人进行游戏说明，宣布游戏开始。
- 3、配对原则：通过在各种游戏中男女生之间的默契度来进行“情侣”配对，以及男、女生性格差异知识抢答赛。
- 4、各队“情侣”要在两日之内完成规定的任务，一切任务需拍照片，以照片为凭证。
- 5、主持人颁发精美礼品，宣布活动结束。

双十一的演讲稿篇八

- 1、首先，进入支付宝，点击账户管理中的我的优惠卡券。
- 2、确认你的红包，看看规定的使用时间、红包面值、使用余额(可分多次使用)，一般来说，双十一红包仅限当天使用。
- 4、然后就打开淘宝首页，进入天猫商城，挑选你要买的商品咯。。
- 6、在付款的时候，先别急着付款，先在优惠方式那里先使用红包，要用多少钱就用多少钱抵用(当然了，红包的面值之内)
- 7、确定了你要使用红包的金额，然后就开始付款咯、、付款成功后，买家就会发货、至此，大功告成。

有些时候可能你领取的优惠券或者是红包，但是却不能同时使用，以下天猫双11狂欢购物节红包使用规则为您详细解答。

1. 现金红包仅限在天猫购买实物商品时使用，网络及qq(网络游戏点卡、腾讯qq专区)、话费通信(移动/联通/电信充值中心、手机号码/套餐/增值业务)类，以及“其他虚拟”、“新车/二手车”类目商品除外。
2. 红包既可以用于单件商品的付款，也可以用于多件商品(所有商品即在红包的使用范围内)的合并付款。一个红包可拆分多次使用。
3. 红包不得提现，不得转赠他人，不得为他人付款。
4. 红包有效期为红包到帐日起30天内有效,逾期作废。
5. 使用本次活动发放的红包购物时，使用红包的订单(包括运费险)发生退款时，在红包有效期内可退还，逾期不退还。
6. 在获取和使用红包过程中，如果出现违规行为(如作弊领取、恶意套现、刷取信誉、虚假交易等)，天猫将取消您的中奖资格，并有权撤销违规交易，通知支付宝收回红包(含已使用的红包及未使用的红包)，必要时追究法律责任。

双十一的演讲稿篇九

从2009年开始淘宝就发行双十一狂欢购物节第一次当天获得1亿的营销额，从09年到13年，双十一狂欢购物节屡试不爽。营业额从09年一亿到10年的9.36亿再到11年的53亿，在12年达到191亿，与此同时在美国，全美网购销售额达12.5亿美元，约合人民币78亿元人民币。与淘宝相比已经落后了两倍。如今2013年，淘宝营销额更是达到了350个亿。较去年相比也是翻了两番，四天后的今天，全国快递还处在水深火热之中，在淘宝总部的液晶显示屏上，一根一根的购物连线不断的连接着。

交通在快递公司的不断发货中加重了拥堵，一个个分站在不

断分货理货。各大校区出现了一幕，每隔不远就会有同学手里拿着包裹，一个接一个。在这一片繁荣的现象后是网络经济的胜利还是社会的廉价化。

所有人都知道美国的`消费能力是世界上最高的，但是为什么美国人的购物欲望远远低于中国，或许大多中国人会说人多力量大，中国的购买人数多，或者淘宝已经融入生活。

但是为什么就没有人想到商品的实际利用率，拿中国家庭来说，一个家里70%的衣服为妻子的。然后20%的为孩子的，最后10%才是丈夫的。妻子为什么会产生那么大的购物欲望，还得拿中国现状来说。

在中国的中西部女性大多在生小孩后就没有了工作，以至于在家里搞家务，带小孩，然后管理家里的经济，不可否认这是中国现状。还有部分中国女性会在家周边寻找一份工作，这些工作普遍工资不高，大概每月平均在2000元左右。但在生活成本的提升中这点钱勉强能够用来购买自己的生活用品和服饰。还有部分进入了公司，当起了白领。以上三类人最先接触到电脑并且用于网购的是白领。因为在工作空闲时，淘宝就成了打发时间的好地方。从08年开始家庭pc就不断涌入，到11年家庭电脑的市场逐渐饱满。所以在成千上万的家庭中电脑成为必不可少的工具。而网购也以它的廉价和类型的齐全而快速打入市场，成为人们的生活中必不可少的一部分。话题说回来，以上条件的确立给女性淘宝带来了很大的方便，不管何时，都可以买到物美价廉的商品，而且女性永远不可能不爱漂亮，这是人性的弱点。

所以网购就这么红火了。然后再逐级扩散，到现在的全民网购，从众心理就这么无声无息的融入了。在这些数据的背后肯定是离不开电商的推波助澜的，从一折到五折封顶。让消费者目不暇接，买了这件想买那件，以前购物车中的现在全部半价了，恨不得全部买回去。就在双十一的前几天，有一个实例印证了盲目性的存在。一男子为了防止妻子在双十一

这一天又乱买东西，索性在十号将家里的银行卡都输错三次密码。问其原因，他说妻子在去年双十一买的面膜到现在还没有用完。这就能够反映在这种情况下国人的理智了。

追其根本为什么网购这么火。除了以上的原因，还有一点非常值得讨论，那就是国内物价，在双十一狂欢购物节上，发生盲目购买行为的另一个原因是在心里产生了如果不买就要再等一年的观念，这就从侧面反映了物价的过高。在美国，尽管生活成本高，但是他们的基本工资要普遍高于国内，并且物价低廉。这也可以解释为什么美国的全美购物要比中国低那么多了，这是对生活物资压力的缓解。所以这与去美国旅行的人在美国购买一大堆东西回来的原因一样，小便宜谁不想占。

如此我将双十一网民行为定义成：在高负荷生活情况下的减压购买。

在中国双十一网购节后给城市带来了经济形式上的繁荣，以前的名牌现在足以进入寻常百姓家，大街上衣着面貌的改变，让中国与世界近了联系。各种世界名牌成了生活的廉价货，品牌观念的淡化等。