# 双十一促销活动策划方案衣服(汇总11篇)

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2025-05-26

*当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。双十一促销活动策划方案衣服篇一不过即使做了提前做了充...*

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**双十一促销活动策划方案衣服篇一**

不过即使做了提前做了充分准备，但他们依然担心在某些环节会有所不足。“去年我们的erp系统出现问题，导致一些单品出现了超卖的情况，这也影响了用户体验。今年我们虽然我们已经更新了自己的it系统，但依然对这种情况所担心。”

据了解，为了更好的解决客服和售后问题，今年xx淘宝店还专门为11.11开通了可24小时拔打的400免费电话。在双十一期间，将有150人通过400电话帮助用户确认、审核订单，并负责购物后的客户服务，帮助用户办理退款、退件及查件跟踪等服务。同时，今年xx淘宝店还专门开通了微信、旺信等新媒体售后服务渠道。

“今年双十一我们推出了200多款11.11专供商品，以深秋和冬季新品为主，还包含部分201x(10%)年春装新款。”xx淘宝店品牌公关总监xx表示，今年11.11全部商品都是最受消费者喜欢的热款或新款商品，同时除了用好的产品回馈消费者以外，xx淘宝店还将推出各种满就减、满就赠、一些专项大奖活动让消费者在11.11期间玩得更high。

以上内容由本站提供，如果您觉得本站的信息还不能完美解决您的问题，可以联系我们，我们将在第一时间内为您解答。

阅读了本文的人还阅读了

：双十一淘宝活动策划书  双十一促销活动策划书

**双十一促销活动策划方案衣服篇二**

一、活动主题：

光棍节不孤单没有他，你还有我

二、活动档期划分

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。

三、活动具体细节

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）

**双十一促销活动策划方案衣服篇三**

借助光棍假日消费，且光棍又正赶xx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。

活动主题：xxx光棍惊喜多，恭贺新年送大礼

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、为了庆祝广大顾客在2025世界末日之后，依旧活泼乱跳，特此公告

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50xxxx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50xxxx领取一张，超过50xxxx部分金额以50xxxx的倍数计算(不足倍数部分不予计算，例如：100xxxx-149xxxx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。

场内外布置：

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。

**双十一促销活动策划方案衣服篇四**

在双十一活动前夕，商家可以参加聚划算等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在双十一活动中的销售做铺垫。

预热：时间：10月20日至11月10日

图片：通过店铺自主设计预热活动页面，包括首页海报，店招，宝贝详情页，全部图片以双十一为主题元素，旨在营造双十一购物狂欢氛围，为活动打下基础、储备流量， 钻展，直通车图片。

流量：直通车，钻展，微淘，淘宝客，短信发送，老顾客唤醒等等。

正式活动：11月11日00：00~11月11日23:59

图片：店铺活动主会场页面，产品详情页关联海报，微淘活动推广海报，钻展图片，直通车图片，店铺首页海报，店招，引导自主下单流程图等。

1. 收藏领卷 2. 关注有好礼

3.抽奖赢免单，每次购买满100元获一次抽奖机会，有机会赢取免单大奖，消费金额越大，中奖机会越大。

4.邀请好友参与抽奖，邀请人有机会获得店铺送出价值1111元神秘礼物一份，共20个名额，被邀请人有机会获得价值111元神秘小礼物一份，共100个名额，活动礼品将在活动结束后三个工作日内发出，届时会联系顾客本人确定收货地址及发货方式，礼品数量有限，将随机抽取中奖客户，中奖名单将在活动结束后次日公布。

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。

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;确保公司网络;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：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。

(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。

(4)按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算

(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。

(3)本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是 发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

**双十一促销活动策划方案衣服篇五**

一、活动背景：

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。

二、活动目的和意义：

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。

三、活动内容：

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。

第一，选款

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高客单价。虽然这一点对客户来讲，有点不大情愿，为什么，因为凡是通过活动来购买的，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，总不能说卖完了再去进，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，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。

**双十一促销活动策划方案衣服篇六**

大众汽车是由上海大众和一汽大众组成，两个合资企业的产品实现互补，面对不同的消费人群，设计出适合不同消费层次的车。目前，新款奥迪a4、新款宝来和速腾已落户一汽大众，斯科达与上海大众的合作也尘埃落定。一汽大众的产品侧重于“时尚型、精英型”，而上海大众的产品则侧重于“经典型、典雅型”。集团的目标是为消费者提供安全、环保、有吸引力、有竞争力的汽车产品。

中国目前是大众汽车的最大市场，大众汽车计划在2025年之前实现在华汽车年产量达到400万辆。中国每售出的5辆新车中有一辆是大众汽车品牌。同时，大众汽车最早进入中国的国际汽车企业，在中国老百姓的心里已经有了一定的成熟的影响力，迄今为止已拥有了一部分的忠实客户。

1、让消费者直观的感受到大众汽车的各种性能。

2、通过节目赞助，来提高覆盖面和影响力，从而促使销量的上升。

3、让大众们亲身体验，来拉近距离，提升品牌形象。

4、卖车的同时维护好车主关系，为后期利用车主开展“代销”奠定更加坚实。

男性车用车包括朗逸，新领驭，途安，桑塔纳;女性乘用车包括朗逸，polo、甲壳虫等等。

对于年轻群体，朗逸、polo、甲壳虫比较适合，价格还有外观都符合他们的需求;对于喜欢普通实用车的群体可以选择桑塔纳;对于商务人士适合选择新领驭，沉稳典雅。对于家庭一起出行的消费群体，可以选择途安，空间大，舒适安全。

服务大众、贴近大众、丰富大众-——大众伴你行

1、以类似车展的形式开展，先分为不同区域放置不同层次和性能的车，由专门的导购人员讲解。

2、对于还在预售的车型进行视频的播放宣传。

3、借助一个车型品牌来扩大整个大众品牌的影响力。(最近一档很火的综艺节目是由大众凌度赞助的)“奔跑吧，大众”：让几款不同的大众车在一条道上行驶进行，让消费者亲自驾驶，直观感受。

4、对于购买的车主，我们赠送：

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励500元代金券，购车时可抵现金。

服务二：当天服务站技术专家对社区车主进行免费检测、免费检查胎压、免费添加机油、免费添加玻璃水、免费添加防冻液等数项免费服务，并且当场办理6折维修会员卡。

1、受众将对大众汽车有一个更加深刻的了解，品牌形象提高的同时，销售量也会提高

2、预售的车型也将会得到好评

1、平面媒体：报业公司

2、电视媒体：\*\*电视台新闻

3、网络媒体：各大网页的宣传

将与婚纱影楼、家私、地产等行业共享客户资源，进行大型的联展活动，把不同行业的资源充分利用起来，达到多赢的局面。

活动方案策划方案的创意修订1500元

活动现场控制以及活动现场和用户的互动 1000元

活动现场的宣传报道 500元

**双十一促销活动策划方案衣服篇七**

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。

活动主题：佳威光棍惊喜多，恭贺新年送大礼

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、为了庆祝广大顾客在xxx2世界末日之后，依旧活泼乱跳，特此公告

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50xxxx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50xxxx领取一张，超过50xxxx部分金额以50xxxx的倍数计算(不足倍数部分不予计算，例如：100xxxx-149xxxx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。

场内外布置：

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。

更多热门推荐：

1.20“双十一”促销策划方案

2.“双十一”活动策划方案模板

3.年淘宝“双十一”促销活动方案

4.网店双十一活动方案

5.双十一活动方案策划

6.校园双十一光棍节活动方案

7.2025年双十一促销活动方案

8.双十一光棍节活动方案

9.双十一活动方案

10.2025商场双十一活动方案

**双十一促销活动策划方案衣服篇八**

活动背景：

双11，已经悄然间进入我们的视野，被电商打造成了一个空前的盛况节日。淘宝、京东、苏宁易购等等网络电商的强势之下，线下实体店，经营变得艰难起来。而实体店的生存空间的压缩，必须紧跟电商的步伐，而且要做得更好。

活动目的：

建立商家与客户之间良好的关系，在当地打响美誉度，增加电器的销售

目标人群：

本地用户

主办方：

\_\_电器销售有限公司

活动具体内容：

1、将你的烦恼告诉我：

2、以旧换新

人都有念旧情节，要让消费者做到“喜新厌旧”，最好的做法，莫过于以旧换新，这一点上，电瓶车行业做得最到位，可以效仿一下。电器行业其实也可以，小家电、电视、冰箱等等都可以进行以旧换新。

3、颁发贵宾卡

为了增加用户的粘度，加快成交率，可以就不同品牌，颁发贵宾卡;在促销的同时，可以压缩用户选择的空间。具体操作如下：比如用户购买海尔的一件较大产品，则颁发海尔贵宾卡，如果该用户继续购买该品牌电器，则享受一定的优惠。

4、送现金券

这可以借鉴一些服装城的做法，比如购买900元衣服，送90元购物券，规定最低消费和使用时限，这样就可以捆绑消费，用户为了不浪费手中的购物券，为一次次掏钱购买。

5、评选最美主妇

在中国当下，商家促销千篇一律，毫无新意可言，而且更没有人情味。因此，来一次现场比赛，比如使用豆浆机、煎蛋等小家电，做一次早晨。相信会吸引很多人的目光。既有新意，又能够让人感到家的温馨。

6、为新婚送礼

双11已经接近岁末，很多新婚家庭选择在这个时候购买家电。这时，举办新婚送礼活动，既应时又应景。[\_TAG\_h3]双十一促销活动策划方案衣服篇九

1、利用打折进行促销

2、免费礼物满就送

3、积分换购或积分抵现金

4、加价购

5、满就减

6、买就赠

这些促销活动都有自身的优势，也有自身的缺点。

节双利用中秋节、国庆节客户流量大的优势进行促销。目的就是留住大客户量。从而赚更多的信用、钱。

打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对咱们的好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。那可就不值得啦。

2、顾客人群的确定：要促销，当然要把促销的对象搞清楚，促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的财富来源，而不是你自己，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的.传播，你的目标消费群知道了，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

目标对象确定了，再选择合适的传播方法，比如网上的旺旺消息，签名档，宝贝题

目，公告，qq,博客，微博，贴吧，帮派，论坛发帖等等。都可以起到传播信息的作用。顾客确定了，才能选择合适的促销方法。

1、免费礼物满就送

购物订单到一定金额(10)即送免费礼物一个(国徽一枚)。

2、积分换购或积分抵现金

积分换购商品。十元为一分。这对老的忠实用户是一个非常好的回报。此举也能让那些目前积分不是很多的买家多购物。如果你的积分换购商品够吸引人的话，说不定有买家会为了凑够积分疯狂购物呢。这种促销方式，可吸引客户再次来店购买以及介绍新客户来店购买，不仅可以使客户得到更多的实惠，同时巩固老客户，拓展新客户，增强了客户对网店的忠诚度!

3、折扣大打折

商品“或者”您只要花1元，就可以在我们店里挑选任何一件原价的商品“。这有这样买家才能更被我们的宝贝所吸引。

人们总是普遍认为打折的东西质量总是会差一点，这是心理暗示，要打消这种心理暗示就要让买家觉得我买的这个商品其实是原价的，但是我花了更少的钱买到他了，我赚到了。

这其实和打折差不多。但是给买家的感觉是完全不一样的，如果你给5元的宝贝打个7.7折，那买家感觉这个宝贝就是值3块，那他的质量估计也就是3的质量。但是你把打折改称”花2元就可以带走价值5元的商品“，买家就会觉得这个商品的价值还是5元，但是我只要花2块钱就得到了，他的质量品质还是5元的。

4、加价购

消费者在购买特定的商品基础上，增加活动金额即可低价获取活动内容之商品;例如买一件上衣装备加点金额可以低价买取头饰类等装备。

**双十一促销活动策划方案衣服篇十**

低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗？)

20xx年11月9日-20xx年11月11日

活动一全场5折终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年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(20xx年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。

(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(20xx年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。

**双十一促销活动策划方案衣服篇十一**

一、策划书名称：

淘宝网店双十一活动策划书

二、活动背景：

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。

三、活动目的和意义：

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。

四、活动内容：

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xxx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。

更多与双十一活动有关的文章：

1.双十一光棍节促销活动方案

2.商场双十一光棍节活动方案

3.校园双十一光棍节活动方案

4.双十一光棍节活动方案

5.淘宝“双十一”促销活动方案

6.“双十一”活动策划方案模板

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn