

2023 年网店在双十一营销方案 12 篇

(经典版)

编制人： _____
审核人： _____
审批人： _____
编制单位： _____
编制时间： ____年__月__日

序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的经典范文，如工作总结、工作计划、活动方案、合同协议、条据文书、讲话致辞、心得体会、教学资料、作文大全、其他范文等等，想了解不同范文格式和写法，敬请关注！

Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!

Moreover, our store provides various types of classic sample essays for everyone, such as work summaries, work plans, activity plans, contract agreements, documents, speeches, experiences, teaching materials, complete essays, and other sample essays. If you want to learn about different sample formats and writing methods, please pay attention!

2023 年网店在双十一营销方案 12 篇

2023 年网店在双十一营销方案精选 12 篇

网购的发展在互联网的强势冲击力影响下，越来越多的消费者开始接受网络购物的消费观念，那么我们应该怎么做好相应的营销方案呢？我们不妨尝试写一下 2023 年网店在双十一营销方案，说不定有不一样的收获呢！

2023 年网店在双十一营销方案精选篇 1

一、营销定位

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。

二、产品定位

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；这就需要在双 11 的

产品上进行合理定位，找出权衡利弊的产品方案。

三、合理备货

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。

四、理性促销&店铺预热

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 20__年 9 月 15 日至 20__年 11 月 10 日期间天猫成交的 9 折。

根据以上双 11 活动对价格的要求，在接下来的一段时间内，店铺参加双 11 的商品不要参加聚划算、天天特价等打折促销活动，以免双 11 活动价格过低，超出自己的承受范围，而不能为消费者提供好的用户体验。甚至一些商家不堪的要求，下架店铺的人气宝贝，致使自己在活动当天损失巨大的搜索流量；

店铺主推商品要有足够的利润空间，不至于在双 11 历史的 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，采用手藏店铺送现金券、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”。

五、打造店铺人气爆款

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。

2023 年网店在双十一营销方案精选篇 2

活动主题：

低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)

活动时间：

20__年 11 月 9 日—20__年 11 月 11 日

活动内容：

●活动一

全场 5 折 终极狂欢(20__年 11 月 11 日)

20__年 11 月 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(20__年 11 月 9 日-11 月 11 日)

凡活动期间在__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 __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 20__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(20__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。)

活动费用预计：

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。)

活动宣传：

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。

2023 年网店在双十一营销方案精选篇 3

一、前言

1、单身礼品

过节送礼！这样的炒作方式很符合民意，尤其在这百年一遇的神棍节呢，是不是幸运的神棍，都想送自己一样特殊的礼品来纪念或者祭奠一下这个很特别的时刻。自己送自己礼物，当然也要有好友送自己礼物的刺·激喽，光棍节本来就是寂寞的节日，好友借此机会送礼，是不是会让人感受到一点点温暖呢？

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。

二、活动背景

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。20__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。

三、活动时间与活动商品

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__，淘金币价__+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：20__ . 11. 11 凌晨一点至24点。

宣传语：全场五折还包邮哦！

四、活动目的

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。

五、店铺活动

- 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。

六、活动规则

- (1)消费券只限购买原价商品。
- (2)聚划算商品不参加活动。

七、活动推广

- 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

八、活动跟进(团队配合)

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。

九、库存准备

(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。

十、人员准备

(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。

十一、物料准备

(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。

(3) 本次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。

2023 年网店在双十一营销方案精选篇 4

作为传统化妆品店, 我们需要抓住“双 11 购物狂欢节”这一概念, 在 11 月中旬气温下降的时机开展一场“双 11 巅峰大促”。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商, 从而突出特色, 给顾客以独具吸引力的购物狂欢体验。

一、打折售卖

“打折售卖”这是一种最为常见商品促销形式，将某种商品进行打折优惠，刺激商品大批量的销售。常用于处理商品(季末商品、清仓商品、近期商品、残缺商品)以及新上市商品，或者节假日特别优惠回馈顾客。

二、买一送一

“买一送一”即购买某种商品免费加送多一件同样商品或买某种商品赠送另一件(或几件)商品，是一种较为常用的商品促销。赠送的商品通常以主卖品的关联商品为佳。

例如：顾客买__洗发水 200ml 送(同类型)__沐浴露 60ml。

三、换购

“换购”是将商品或季节性敏感商品以大力度低于市场价吸引顾客换购，换购需满足一定条件，常见的有两种方法，一是购买指定产品可优惠价换购另一产品，二是购满一定金额可优惠价换购指定产品。

例如：顾客购物满 50 元，就可以以 9.9 元换购指定商品(该商品市场价 14.8 元)

四、加一元多一件

“加一元多一件”购买指定商品加 1 元送多一件同一商品或多一件不同商品。

例如：买 5 元__面膜加多一元就可以免费送(同类型)__面膜一片。

五、现金抵用券

“现金抵用券”是一种变相的买赠活动，在活动中顾客一次性购物满指定金额，或者购指定商品可使用现金抵用券。该券可以当场低

用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

六、抽奖/摇奖

“抽奖/摇奖”购物满指定金额就可以免费抽奖或摇奖，通常设置四至五个等级的奖项，特等奖或一等奖奖品设置比较诱人，能够调动顾客参与兴趣，奖项吸引力越大，活动越成功。可以现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方法。

例如：凡在__门店一次性购物满 30 元就可以免费抽奖一次，60 元两次，最多限 5 次。

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、纪念奖(欢喜奖)。

七、刮奖

“刮奖”购物满指定金额就可以免费刮奖，和抽奖有异曲同工之妙。该刮奖设置若干个奖项。现开现奖，刮中什么奖，现场就奖励。

例如：购物满 30 元就可以免费刮奖一次。

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、安慰奖。

八、捆扎销售

“捆扎销售”将一种商品捆扎在另一种商品一起，再重新定价或按照以前某一商品价进行销售。这也是常见的商品促销手段，和“买一送一”形式差不多。主要是针对商品单品的销售。例如：沐浴露与沐浴球捆扎一起销售。

九、抢购

“抢购”指在指定时间以特别优惠价钱售卖商品。目的是拿商品或敏感商品来吸引人气，显著的特点是：抢购的商品是大众化知名度

高的商品，差价优惠力度要大，要根据店自身的情况选择时间段。

例如：11月11日上午10:00-11:00美宝莲商品6折抢购。

十、买满就送(商品/现金券)

“买满就送”指顾客消费满一定金额可送(商品/现金券)，是各行各业最普遍的一种促销方法，赠送的东西可根据当地实情制定，也是顾客比较喜欢的一种促销方法。

例如：买满30元送10元现金券；买满30元送护手霜一支。

2023年网店在双十一营销方案精选篇5

活动时间：

20__年11月11日

活动地点：

__美容院

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的网站、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠券，最好能结合微信营销一起搞。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠券和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/825200144322011104>