# 最新双十一活动促销方案(五篇)

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2024-06-28

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。双十一活动促销方案篇一活动主题：双11送彩——8折...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**双十一活动促销方案篇一**

活动主题：双11送彩——8折优惠、再送8大好礼、再送新婚红包

本次活动的目标消费人群为七夕前后结婚的新人，针对季节，我们将主题定为“优惠冲击波、双8送彩、11月11日拍照惠!

特惠冲击波、双8送彩、七夕拍照最实惠!

拍婚照8折优惠、再送8大好礼、新婚红包带回家!

拍婚纱照打折再送礼、八大新婚好礼任您选、超值优惠、!

活动时间：\_\_年11月11日

活动地点：婚纱摄影公司店内操作

说明：活动套系及大礼操作时可根据影楼情况自行选择更改

**双十一活动促销方案篇二**

一、活动主题：

低价风暴全民疯抢(亲，你买了吗?)

二、活动时间：

11月9日-11月11日

三、活动内容：

活动一全场5折终极狂欢(11月11日)

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(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(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。)

四、活动费用预计：

1、抽奖刮刮卡预计成本\_\_元，奖品成本\_\_元，总计\_\_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。

(注：活动\_\_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。)

五、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。

**双十一活动促销方案篇三**

一、活动主旨

以节造市、以市促销、扩大内需、拉动消费，营造欢乐祥和的节日氛围，充分展示\_\_商贸流通业繁荣活跃、优质服务的良好形象，满足广大消费者消费需求，推进商贸服务业平稳较快增长。

二、活动时间

\_\_年11月10日—11月12日

三、活动名称

20\_\_\_\_购物节

四、组织机构

主办单位：\_\_市人民政府

承办单位：\_\_市商务局、\_\_市财政局、\_\_银行\_\_分行营业管理部、华商报社、\_\_银联\_\_分公司、\_\_连锁经营协会。

协办单位：各区县商务主管部门、各在陕商业银行、各行业协会、各大中型商贸服务企业。

五、主要内容

本次活动涵盖百货、超市、便利店、餐饮、家电、家居、通讯、汽车、婚庆、电子商务等行业，开展各种促销活动。通过财政资金、金融行业、商贸企业、媒体平台等多方联手促销，针对刷卡消费者采取多重优惠和抽奖相结合的方式，活跃消费市场，拉动企业销售增长，同时以优质的服务满足大众的多样化需求，拉动销售再创新高。

六、\_\_购物节系列活动

(一)启动仪式

1.时间：9月19日

2.地点：\_\_\_\_购物中心广场

3.活动内容：组织企业方阵参加开幕式，邀请市政府相关领导出席开幕式并讲话，市商务局宣布20\_\_\_购物节活动方案，企业代表发言;在华商报、\_\_晚报上进行整版宣传，并以企业为主体，统一标识，统一宣传。

(二)\_年\_\_市为民惠民刷银行卡促消费购物节

1.时间：11月10—11月12日

2.地点：\_\_市各大限额以上商贸企业，非限上商户不参与本次活动。限额以上企业名单由市商务局、中国银联\_\_分公司负责遴选公示。

3.活动内容：

凡持有参与本次活动的各家银行发行的、带有“\_\_”标识的银行卡(包含借记卡、信用卡)，在\_\_市内商贸、零售、住宿、餐饮等限上商户联网mis/pos机上用卡消费，或通过银联hoho线上支付平台使用银行卡结算，单笔消费达到一定金额的持卡人，均有机会自动参与幸运抽奖活动。中奖持卡人将获得现金或等值奖励。其中

一等奖：当期单卡单笔刷卡满1000元，可获赠600元(税后)现金奖励;

二等奖：当期单卡单笔刷卡满500元，可获赠300元(税后)现金奖励;

三等奖：当期单卡单笔刷卡满200元，可获赠100元(税后)现金奖励。

特奖：当期在指定商户使用金融ic卡电子现金及nfc手机进行闪付交易、单笔金额满20元，即可自动参与抽奖，可获赠50元(税后)现金奖励。

幸运奖：从当期单卡单笔刷卡或插卡消费金额满200元，以及金融ic卡电子现金及nfc手机闪付单笔满20元的交易中，随机抽取幸运大奖，中奖者可获赠4998元现金或等值奖励。

4.资金来源

本次促消费活动总体预算为1370万元，其中刷卡促消费奖励支出1250万元，活动宣传推广等费用120万元。活动资金由承办本次刷卡促消费活动的发卡银行、中国银联\_\_分公司及市财政共同筹集，其中由发卡银行、中国银联\_\_分公司共同出资750万元，市财政出资620万元(从现代服务业发展专项资金中安排)。

(三)20\_\_\_5(第九届)\_\_国际汽车展览会

1.时间：9月29-10月6日

2.地点：\_\_中心

3.活动内容：本届车展以“我的\_\_我的车”为主题，将以高水平、高规格、高质量的理念为汽车厂商、汽车消费者和爱好者呈献一场人气和吸引力的汽车盛宴。其中绿地笔克会展中心为豪华车展区，曲江国际会展中心为合资和自主品牌展区。众多豪华品牌将一一亮相，劳斯莱斯、宾利、兰博基尼、玛莎拉蒂、乔治巴顿、阿斯顿马丁、保时捷、奔驰、宝马、奥迪等品牌将在本次车展上推出自己的主打车型。

\_\_国际汽车展览会自20\_\_年以来已经成功举办8届。\_\_车展项目依托强大的媒体资源优势，全方位的服务质量，不断自我超越、突破创新，提升了\_\_车展在全国的影响力和知名度。从展会规模、参展品牌、现场销售量、媒体关注度、参观人数等多个方面，均呈现强劲的增长态势。20\_\_年\_\_车展9个展馆同时开展，展览面积达到15万平方米，参展品牌数量102家，观展人数736586人次，现场成交量24085台，报道媒体852家，被央视报道为国内第五大车展。\_\_车展已经成为西北地区汽车界的行业盛会。

(四)\_\_\_(秋季)婚博会

1.时间：\_\_年11月8日—9日

2.地点：\_\_曲\_\_中心

3.活动内容：本届婚博会涉及婚纱摄影、婚纱礼服、婚庆公司、婚宴酒店、珠宝首饰、婚礼百货、蜜月旅游、婚房家电、家居家饰等行业。不仅齐聚了千余品牌婚嫁商家，更聚焦了当季前沿婚庆品牌新品发布潮流看点。同时，组委会还推出了签到有礼、订单100%中奖、20\_\_元结婚补贴、0元抽iphone6等活动特惠\_\_结婚新人，打造\_\_一站式结婚采购平台。

(五)重阳节“银联钱包”优惠大放送

1.时间：9月27日至10月2日

2.地点：中大国际、民生百货、百盛购物、屈臣氏、太平洋咖啡、小飞象母婴用品、\_\_真爱餐饮、dq冰激凌等连锁企业所有门店。

3.活动内容：中国银联\_\_分公司投入350万元，对持卡号“62”开头银行卡在以上商家消费，可享受指定单品超低特价，超低折扣，折扣、优惠券、买减、抽奖等诸多优惠。

(六)5万册购物节消费券全城发放、购物节消费大使买在大\_\_

201\_\_\_购物节，将以拉动国庆、重阳节消费为重要起点，9月中下旬起通过全媒体平台进行范围的广泛宣传，让本地消费者及外地游客，积极参与、开心购物、熟悉用卡，从吃、住、行、游、购、娱等多个民生消费层面，全方位感受丝路起点大\_\_的无穷魅力。

为更好地吸引消费者、促进消费，主办方鼓励本地优秀商贸、餐饮、娱乐等各商业企业，拿出切实可行的节日优惠力度来回馈市场。同时，\_\_\_购物节第i季消费券将成为亮点之一，涵盖了\_\_本地消费热点、使用实惠便捷、总数超过5万册的购物节消费券，也将通过多种渠道面向消费者推出。消费券包括了免费停车券、美食抵用券、低价观影券、家电现金抵用券、商品折扣券等多种形式，由华商报社牵头组织承印，电子消费券通过中国银联“银联钱包”平台发放。

为了让大家更好地了解、体验“买在\_\_”的乐趣，\_\_\_购物节主办方还将面向全社会征集“消费大使”，他们有来自各行业的领军人物、有对商品了如指掌的精明买家、还有来自网络的意见领袖。“消费大使”将通过报纸、网络、手机移动端等多种媒介，向公众深入、细致地推荐\_\_“最值得入手”、“最值得体验”，以及“如何精明购”等实用消费之道。

(七)电子商务网购游

1.微生活商家。腾讯微信与民生百货推出西北地区首家微信线下支付活动“民生百货不带钱包购物节”，使用微信支付购物部分名品5.5折。每一天便利店推出微信支付充100送20，所有门店即充即用。

购物节期间，腾讯微信将联合大自在、川渝人家、湘水肴、徐记海鲜等近百家餐饮企业通过微信平台向关注用户发放电子消费券、打折卡等优惠活动。

2.百度外卖推出外卖餐品补贴，购物节期间百度将对通过百度外卖订餐的消费者，每单给予6-7元补贴(具体时间待定)。

3.网购优惠。购物节期间熊猫伯伯全平台让利100万，其中在\_即享满100减20元优惠，\_旗舰店每天1款单品9.9元包邮。麦家生活馆9月25—27日，举办“一世就爱我，大闸蟹吃货节”，推出阳澄湖大闸蟹8折，下单即送价值48元的花田巷子米酒。第8奇迹商城9月20日-10月20日，满168立减30。

4.银联hoho线上支付。购物节期间，消费者通过“吼吼”手机客户端，可以获取包括吃喝玩乐、居家购物等全方面的生活信息，并可以与诸多实体商铺进行线上交互，使用银联移动支付进行消费，还将享受注册有礼、团购特惠等。

5.银信商通支付与其1000多家合作商户发起“刷银信商通卡、消费送流量”活动(每月更新具体方案)。

(八)餐饮美食促销季

1.10月29日到11月1日，市商务局、中国饭店协会在\_\_举办首届中国丝绸之路饭店产业大会，中国丝绸之路美食节，中国\_\_餐饮食材及烘培展，中国饭店业联合采购与对接洽谈会，同时进行中国丝路名厨和中国丝路青年名厨评选、中国烹饪大师名厨培训，全国饭店业服务技能竞赛等。

饭店与餐饮行业协会继续开展“名厨进万家、美食社区行”活动向百姓传授菜肴制作技法，解答百姓烹饪疑难问题等系列服务。

3.银联“闪付”买早餐，订午餐活动。9月24日至29日，在古都华天放心早餐各网点，使用各家银行发行的金融ic卡，通过闪付(包括nfc支付)买早餐满5元减1元;买午餐，买一赠一。10月8日至31日，用金融ic卡买早餐满5元减1元;买午餐满12元减2元。

七、活动宣传

(一)启动仪式

由市商务局举办\_\_\_购物节启动仪式，介绍活动整体方案，主要商家介绍各自促销活动等。

(二)媒体宣传

1.在\_\_日报、华商报、三秦都市报、\_\_日报、\_\_晚报和\_\_电视台、\_\_电视台等新闻媒体宣传购物节活动。

2.在华商报、\_\_晚报推出整版广告，公布购物节指定商家和商家主要促销活动。银行卡消费中奖人公示。

3.为保证购物节活动持续深入宣传，华商报自9月15日起将在固定版位进行连续报道，设置3-4个固定栏目：“买在大\_\_”——主办单位及商家动态和优惠活动;“消费大使面对面”——精明购、帮您侃价等;“记者跑街”——购物节细节报道、消费体验分享;“银联在线”——用卡指导和奖品热送。

(三)商家营造氛围

1.各相关商场、超市要统一悬挂“\_\_\_购物节”横幅、结合自身促销活动加大购物节宣传。

2.购物节期间，各区县商务主管部门、各参与商贸企业都商场都要举办以购物节为主题的、商旅文结合的集中促销活动。

3.商务局设计制作“\_\_\_购物节”活动logo，由\_\_市扩大消费领导小组办公室、\_\_市商务局署名，各参与购物节活动的企业均可使用。

(四)多介质媒体平台宣传

1.《华商报》全媒体矩阵(\_系列专题重点宣传;

2.部分地铁站台站厅灯箱广告以及重点区域楼宇。市内重点区域led大屏、公交站牌广告;

3.各银行自媒体、手机短信等宣传购物节促销活动以及中奖信息等;

4.利用利安社区电超市、黄马甲、合作商户等渠道发放\_\_\_购物节消费券;

5.\_\_\_国际汽车博览会现场宣传推广;

6.全国性媒体及区域媒体整合发布;

7.圈层营销：大数据库识客系统“微信(博)圈红点人物”、“消费大使”\_\_\_购物节推广及创意分享

八、活动要求

(一)加强组织领导。各区县、相关行业协会要成立相应领导组织机构。各部门要加强配合协作，形成合力，涉商管理部门要为购物节积极做好协调服务工作，为购物节活动创造良好的外部环境，保障各项活动的顺利开展。

(二)精心安排促销活动。各商贸企业要积极参与购物节活动，精心设计主题促销活动，推进活动的顺利开展。各区县商务主管部门要高水平搞好策划，精心组织，安排好本地区、本系统的各项商贸活动。要按照“政府搭台、企业唱戏”的原则，以吸引各类商业主体积极参与为主。

(三)加强市场监管，优化购物环境。各区县商务主管部门、各相关行业协会要加强对购物节活动的监管和服务，引导企业依法经营、规范促销，既要讲究诚信经商，突出成效，又要营造繁荣繁华氛围，让消费者满意。要加强市场监管，严格防止弄虚作假、以次充好，对欺骗消费者的不法商家要严肃处理，净化市场环境。同时要切实落实安全防范措施，加强安全意识教育和管理，确保购物节各项活动不出任何事故。同时注重与商贸系统服务质量提升年活动有机结合，进一步加强管理，不断提高员工素质、服务质量和服务品质。

(四)做好舆论宣传，营造消费氛围。市商务局将通过报纸、电视、网络等媒体，对购物节进行集中宣传;各区及相关商贸企业要及时发布促消费活动内容、优惠方式和商品信息，吸引广大消费者参与，扩大活动的影响力，努力营造欢乐和谐、温馨浓郁的购物节氛围。所有宣传活动要体现“\_\_\_购物节”的活动主题，并使用统一logo等宣传标识，营造浓郁的节庆氛围。

**双十一活动促销方案篇四**

(1)目标设定

可能有人会问，这种大活动如何来设定目标?这的确是一个比较难以估算的问题。我们是从几个因素来考虑的：去年双十一的业绩、淘宝商城今年的增长比率、进入商城的一二线品牌的增长量、以及淘宝今天对双十一的期望和市场投入力度;最终我们通过多次的讨论，估算了一个区间值，3500万至5000万，前者作为我们的保底目标，后者作为我们的冲刺目标，所有的推广费用和活动投入按3500万来计算，商品规划、物流配货发货能力、客服人员配备按5000万来准备。由于当天是全场5折的活动，各项基础准备资源再以\_\_2要求来计算。

(2)商品准备

“兵马未动，粮草先行”，对于双十一这场战役，商品的重要性不言而喻，因为家纺的生产周期基本上在2个月，所以我们的商品准备工作在8月中旬就开始，在8月下旬完成商品规划及下单，同时敦促供应厂商务必在10月中旬完成发货入仓。此次新下单的秋冬季的商品总金额为1个亿，加上原有库存的8000万，线下商品可临时调拨的4000万，总计商品规划为2.2亿，按5折价售卖可支撑1个亿以上的销售。我们将此2.2亿的商品做了详细的分类，按热销、主推、引流三个维度进行了划分，选择有深度的商品(3000件以上)进行单独的策划包装，做成明星商品，同时还定义了在明星商品、引流商品同页面呈现的关联销售商品，定义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。

(3)物流/客服/系统准备

此次双十一活动淘宝商城非常强调用户体验，明确规定参与双十一的商家必需保证在二天内发完京、沪、广、深、杭五地的货，七天内发完全部的货。去年双十一我们一共是7万单，4条流水线，4500平米的仓库面积，7天发完。今年根据1亿的发货要求，预计将产生25-30万单，我们在1.2万平米的仓库里安排了10条流水线，按每天可发5万单来设计流程和配备人员。物流的改造确定在10月中旬完成，在10月下旬完成一次盘点，以再次确定实际的仓库库存。我们现有客服35名，分为售前售后二个部门，考虑到双十一当天的咨询的压力，我们决定在活动当天将所有售前转为售后，售前服务通过自动回复和自助购物来实现，售后客服再分为几个小组，下单、查件、电话接听、投诉处理、催款，并统一对他们进行活动商品的培训，同时在9月份联系服务公司，另行招募了15名人员作为临时备用的客服人力。9月底我们的系统开发人员与淘宝开放平台进行对接，对信息系统的处理容量、稳定性、提单能力进行了复核，并根据淘宝商城的发货要求对发货模块进行了改造，使之能完全匹配。

(4)主题策划

优秀的营销活动必需具有从商品功能到情感互动到价值传递的升华过程，我们每次大型的活动都会采用一个富有创意的主题，以增强用户的情感认知和价值认知。本次双十一是百年一遇的六个一，在10.1国度假期，我们围绕着这个思路进行了策划主题的头脑风暴。第一稿是38女人节+83男人节=11.11单身节，创意很好，但与我们的家纺的概念无法匹配。第二稿是用一双男拖鞋，一双女拖鞋，一双小拖鞋，共6个拖鞋来代表六个一，蕴含家庭的概念，但温馨有余冲击不够。最终确定的第三稿是“拥抱”，即在全国11个城市征集当地11位会员去参加拥抱单身的活动，传递温暖，同时配合淘宝的五折活动提出广告口号“一半的价格，双倍的温暖”，运用事件营销实现线下活动与线上促销的互动传播。最后我们在拥抱的主题上，加上我们一直在做的“一单一元，捐助盈江”的公益元素。

(5)淘宝沟通

主题确定后，我们在10月10日左右去杭州，将策划方案和活动的准备情况与淘宝家纺类目小二进行沟通。没想到我们的方案得到了他们的高度认同，他们希望我们将这个方案再提升一下，成为双十一家纺类目的整体预热活动，使“拥抱温暖”和一单一元”的活动让更多的家纺品牌参与进来。于是我们将“拥抱单身”的概念进行扩展，从拥抱单身，延伸到拥抱家人、拥抱朋友、拥抱同学、拥抱同事，将此次双十一打造成“温暖拥抱日”。在类目小二的组织协调下，共有12个家纺品牌参与这个活动，由第三方服务公司茶马古道来具体的地面执行实施，同时，我们联系了天涯社区，负责拥抱活动的参与者招募和互动宣传，联系了龙拓互动和紫博蓝，负责软文的编写和发布。最终，我们通过出色的主题方案和完备的各项准备，争取到在预热期和活动期较好的品牌陈列位和商品展示资源。

(6)运营组织和安排

在9月初我们成立了双十一活动运营指挥中心，由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，包括：商品选择陈列拍照、文案策划、美工设计和前端设计、会员管理和数据分析、广告投放和推广、地面活动跟进执行、外部宣传和互动7个小组，将根据活动的周期分为活动前期(9.15-10.31)、活动预热(11.1-11.10)、活动执行(11.11当天)活动后续(11.12-11.20)四个阶段。在活动前期阶段：重点工作在于商品的包装、预热活动和当天活动的策划和设计(需要有冲击力和创意)、淘宝内部广告和外部宣传的方案和设计、地面拥抱活动的各项安排。在活动预热阶段：重点工作在于增加店铺和商品的收藏、赠送优惠券(为了造成紧张的气氛我们采用每日限量的方式)、创建会员群(最终100多个会员群在冲击当天销售时起了巨大的作用)、120\_\_名vip会员的电话提前通知。在活动执行阶段：重点工作在于活动当天与会员的互动，我们按每小时维度、接触方式维度(店铺页面、微博、会员群、帮派、短信、电话)、内容维度(商品知识和导购、活跃度管理、中奖和晒单激励)设计了互动内容表、文案、图片素材等，提前做好相关的准备。在活动后续的阶段：重点工作在于感谢顾客、物流发货进度展示、公益活动宣传。我们制作了一张具有180多项工作的巨大的工作列表，每隔二天由运营指挥中心进行开会跟进，协调和变更，确保执行的效果。

(7)团队激励

我们一直认为“要想让顾客high起来，我们自己得先high起来”。在这次双十一活动运营期间，我们一共开了三次动员会。第一次是在10.1国庆长假过完后，我们把180多项工作任务都罗列出来，召集大家开了第一次动员会，向双十一活动的参与工作人员(包括客服)详细讲解工作任务和要求，向大家表明双十一活动的重要性。由于我们去年双十一达成了日销售2156万的业绩，位居商城第二，所以这次集团领导和淘宝商城都对我们非常关注，要求我们在今年冲刺商城第一。我们也觉得责任重大，务必要求大家竭尽全力。第二次是10月底，各项基本工作都已经准备差不多，但每天临时变更的工作任务还有很多，大家也稍有疲态，此时我们以鼓励为主，表扬了在前期准备工作的表现突出的同志，同时提出要求，接下去的二周是战斗的开始，工作任务比前期更为紧张和繁重，希望大家全身心的投入，取消周六日，待活动完成后，后续再补(转载自白领网:)休。第三次是11月8日，为了最终给大家大气，我们制作了红色横幅，列上我们的活动主题和目标，举行盛大的动员仪式，请所有人员上来签名，同时也给我们第二天入驻杭州的运营小组送行(为了及时快速的反应，并应对紧密突发情况，在每次大活动的时候，我们都有核心的运营人员入驻平台方进行紧密配合)，由于准备非常充分，大家都充满信心，现场气氛非常热烈。为配合这样的气氛，我们在9日店铺首页banner位打出了“我们准备好了”的主题，展示我们积极、乐观、自信的态度，得到了广大顾客和淘宝商城的高度评价。

**双十一活动促销方案篇五**

一、活动背景

在双十一活动前夕，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，从而在双十一活动中的销售做铺垫。

二、活动时间与活动商品

活动时间：11月7日到11月15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 2.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

三、店铺活动

1. 好评送消费券 2. 收藏拿双十一红包 3. 关注有好礼

活动规则:(1)消费券只限购买原价商品;(2)聚划算商品不参加双十一活动。

四、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

五、活动跟进

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。

六、库存准备

(1)确定双十一活动上线产品，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

策划书写作 策划书格式 策划书写作技巧 项目策划书 广告策划书 活动策划书

(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。

七、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

(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

八、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。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找