# 最新双十一促销活动方案(通用8篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-07-06

*为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。双十一促销活动方案篇一包邮作为最为常见的优惠活动方式，为消费者省去...*

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**双十一促销活动方案篇一**

包邮作为最为常见的优惠活动方式，为消费者省去邮费的烦恼，在双十一活动期间，满多少的消费者，x年内送包邮卡。

打折。

限时或者限量打折，主要是增加买家的紧迫感和购买乐趣，双十一活动当天，拿出一部分商品来做限时限量打折抢购的活动，当然也可以做一些折上折的活动。可以配合赛马时间节点来做。

送礼。

预热期间可以使用收藏有礼，提升商品权重。双十一活动当天可以购买金额最高的用户活动一份大礼，如送一部土豪金。

满减。

满减在店铺日常运营中的作用是提升客单价和商品的连带销售率。作为买家来说，也实实在在的享受到了优惠。如双十一当天满减活动可以设计成：折后满499减100丶满899减200丶满1299减300等。

满送。

满就送在双十一活动当天，设定几个满就送的活动。

试用。

试用一般适用于新品上市，维护商品口碑。双十一商品重点新款上线后，为了维护商品的评价和评分，除了参加官方试用平台活动之外，自己在店铺里面针对老用户也可以发起试用活动。这个活动在十月份可以持续进行。

优惠券。

在消费者购买时，每消费一定数额或次数，给用户给优惠券，会促使用户下一次来你这里消费，当然也达到了促销的目的。从十月份到双十一预热阶段需要发放双十一当天使用的优惠，可以设置成三个等级，20元不限额丶50元丶100元限额使用。不同的时间节点，使用的活动方式也是有一定的区别，比如，10月份和预热期间，除了满减，打折之外，优惠券和试用比较符合这个阶段。

vip活动。

vip活动有两大目的，一是新会员招募，二是老会员回馈，其实这两种方式的最终目的是带来新会员，激活老会员，沉淀忠实会员。在十月份和双十一预热期间，vip活动要不断是进行，如果会员基数比较大的店铺，除了新会员招募之外，重点应该放在老会员激活方面。

抽奖。

抽奖促销也是淘宝卖家常用的方法，抽奖时要注意公开公正公平，奖品要对大家有吸引力，这样才会有更多的用户对促销活动感兴趣。

竞猜。

竞猜活动也是淘宝卖家常用的方法，如新品上新后，可以发起销售价格竞猜，设置一个上下值，只要用户所猜价格在这个值范围内，即可享受5折的价格进行购买。

**双十一促销活动方案篇二**

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)20\_\_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：

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。

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)20\_\_(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，20\_\_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，20\_\_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。“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，其中在熊猫伯伯天猫旗舰店、京东旗舰店、1号店旗舰店、国美旗舰店、苏宁旗舰店、官方商城购物即享满100减20元优惠，天猫旗舰店每天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。

(一)启动仪式。

由市商务局举办20\_\_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”——主办单位及商家最新动态和优惠活动;“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“20\_\_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“20\_\_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。

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20\_\_购物节消费券;。

5.20\_\_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;。

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。

**双十一促销活动方案篇三**

一，活动背景：

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，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿!

二，活动目的：

由于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。

三，活动内容：

全场满2元减1元(相当于全场五折)拍下即减!还全场包邮哦!宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮!活动时间：20\_\_.11.11凌晨一点至24点。

四，活动分析：

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五，团队配合：

美工：设计以为主题的首页，以及活动广告图片。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。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

**双十一促销活动方案篇四**

20xx年11月11日。

餐厅。

凡是关注本餐厅微信的公众号的用户，皆可参与本餐厅最优惠的微信营销活动。

依x科技-微信营销平台上的幸运大转盘、拆礼盒、微投票、优惠券功能开展本次双十一光棍节微信营销活动。

1、“关注餐厅，光棍节礼物免费送”

凡光棍节当天到店关注餐厅微信即送：凉菜一份，饮料一杯，甜点一份。(每桌限一份。)。

2、幸运大转盘，吃嗨双十一。

用户在本公众平台回复\"大转盘\"即可有机会获得本餐厅精心准备的\'4-6人餐一份。

一等奖：精致4-6人餐(468元)。

二等奖：美食抵用卷(100元)。

三等奖：剁椒鱼头(108元)。

3、我要拆礼盒，既要对象也要吃。

关注餐厅。

在餐厅微信平台回复关键字“拆礼盒”;。

领取礼盒后，邀请3位好友帮助拆开礼盒。

一等奖：1+1双人套餐(256元)。

二等奖：111元代金券一张。

三等奖：招牌菜11元尊享一份(原价99元)。

4、唱情歌，赢霸王餐。

11月1日-9日，将自录的情歌以语音形式发送到公众号，由粉丝投票选出最动听的情歌，票数最多的前11位，可享受到店用餐1.1折的优惠！

5、微信签到，坐享优惠。

凡是连续在微信上签到11天以上的(包括11天)，即可获得价值111元的优惠券一张(消费满500元即可使用优惠券)。

另：凡是参与以上活动并到店用餐的顾客，消费满111元即送玫瑰花一支。

本活动最终解释权归餐厅所有。

**双十一促销活动方案篇五**

价格战是双十一的标配策略，我们应该根据自身的特点来推出新生报名优惠政策，让在这期间购买课程的家长或多或少都享有价格优惠，这样可以拉动课程销量，增加品牌曝光机会，拓展营销，本次活动策划方案如下：

1.双十一特惠，报名可抽奖，最高奖项学费全免；

2.部分课程双11当日买一送一；

3.上门摘红包+报名有惊喜（半价、买赠、抢券、秒杀）+微店有秒杀；

4.庆双11，满00减2025；

5.最红双11，学费5折起（限当天）；

6.登记信息，免费试听。

双11针对会员做打折优惠活动。动员老会员成为双11活动最好的推广员，同时也为下一阶段的续报做好准备。

1.转发机构活动信息，并@三个好友，领礼品/减下阶段学费；

2.点赞双11活动换学费；

3.双11，拍照转发活动海报拿礼品；

在活动开始之前，组织员工动员大会，“双十一”启动的一个重点。

1.宣布“双十一”整体策划。

这是让大家深刻的参与进来。只有充分认可校区的员工，才能被激发出更大的动力。在员工大会里面尽可能把双11讲详细，而且告诉大家怎样更轻松的完成目标，这样才能得到大家的认可。

2.奖励方案。

当员工认可校区之后，再来宣布当他完成任务以后，怎样拿到奖励。举例说明，比如一个老师教个人报四科，每科奖励元。那么个人奖金就是20，但是首先他得完成校区的一级目标，就是第一个100%的目标。当他完成115%的目标之后，奖励20就变成了37。他完成第三级的时候，完成了130%的目标，就是100万的目标变成130万，奖金就是00元。这种奖励机制对老师动力的激发是很起作用的。

**双十一促销活动方案篇六**

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：

在使用小家电的过程中，有很多小问题、小故障频发，而客户却无法解决，即使联系到商家，同样不能得到妥善解决，因此，举办这样的活动，只需要客户讲心中使用的困惑，大声地将出来，而商家只需要专人记录，并配送小礼品即可。诸如指甲钳、洗衣服等等。

2、以旧换新。

人都有念旧情节，要让消费者做到\"喜新厌旧\"，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。

活动总结：

双11，虽名为双十一，但人们还是希望，家庭美满，阖家幸福。因此，以温馨的家为主题，来进行具体的促销安排，是最为合适的。

**双十一促销活动方案篇七**

我们的销售网络已经布全，乡镇14家代理、市区餐饮、流通铺货率80%以上，但是铺货基本上每家店一两件货所以形不成强势推销。

春节将近，广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而酒水则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。我希望能够以次为契机，在流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，进行强势市场推广销售，为市场旺季的到来做一个良好的开端，争取做到占领当地酒水市场最大份额。

占领当地酒水市场最大份额，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

20xx年11月11日——20xx年11月25日。

各乡镇代理商及市区经销商。

(一)活动形式。

初步定为买赠形式，分为代理和经销。

(二)活动内容(代理商)。

凡在活动时间(一次性打款十万及以上的代理商)内购买50年、30年、红高尔夫系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于代理商，以活动期间货款到账时间为准。

购买50年12件增本品4件、电动车一辆，购买30年15件赠本品5件、电动车一辆。

(四)控制原则。

本次促销活动各代理商必须要落实到网络终端，不许中间截留，如经发现将扣除该代理商的所有返利。

1、活动以规定时间内货款到账为准(见具体活动通知)。

2、公司经过审核后在开元路统一发放各个乡镇代理的产品和赠品，并有电视台新闻录像。

1.在电视台以新闻形式播出。

2.统一发货造势转市区。

3.场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

(一)11月11日前确定各项活动政策，完成报批。

(二)11月15日前完成各项所需物品准备工作。

(三)11月21——25日正式实施阶段。

要求：

各业务员必须在11月16号之前把自己所属区域客户订货数量统计完毕。11月20号之前通知所有代理商货款到位，每个区域代理货款最少10万元。

赠出产品必须详细在报表登记(报表后附)。

各代理商订货品种要求不低于3-3-4得比例。

(四)人员安排。

1、负责人：李长军。

2、销售部全体(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

1、活动提报表。

2、赠品预留登记表。

3、销量表。

(预估销量：50年：6000件、30年6000件、红高尔夫4000件)，销售额：63万+60万+54万=177万。

销售费用：100万(能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的最便宜1100元(质量好的)。

所需奖品电动车960辆。

注：1、能找到便宜的电动车就更好了，现在联系到的最便宜1100元(质量好的)。

2、做这样的活动属于强势推广，酒质必须要好才能做，这一点咱们具备，所以这么做的好处是：

1、整个市场没有模仿的品牌。

2、各经销商自己拿现款进的货会全力推广，给他压力。

3、占领最大的市场份额。

4、造势上也能一炮打响。

5、让消费者真正的能喝到咱们的酒。

**双十一促销活动方案篇八**

双十一网购狂欢节是指每年11月11日(光棍节)的网络促销日，你知道双11奶粉促销的。

怎么制定吗?下面本站小编给大家介绍关于双十一奶粉促销活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

前言。

1、

对联。

有一幅对联，被誉为现代营销模式最贴切表达，左右联是：“会道者一线藕丝牵大象，盲从者千斤铁锤砸苍蝇”，横批是：“道法自然”。

2、教授说商。

前不久听清华大学营销学教授说商，可说是一语惊醒在座人，他说全世界商人分布的事实是：“亿万富翁大约是初中毕业、千万富翁大约是高中毕业、本科毕业也能成为百万富翁、到硕士以上大概只能打工了”。

到底为什么呢?学习越多其实是了解更多的常识、常识是用来打破的，了解太多反而把常识当作规则，形成局限成就当然有限。

3、营销规则。

现代营销大概只有这两句话：“找到品牌与消费者的最短距离，发现与目标消费群的廉价传播途径”。

现代营销组织却只需要一句话：“知常识、了细节、能控制、通晓策略”。这句话又是这位教授说的。

4、策略。

教授说：从商业战略的角度来说，那么多如兰德咨询、安达信、麦肯锡等这些国际一流咨询公司，提供了大量思想与方法，这些思想与方法都是值得我们学习和应用的，但是都没有超过我们老祖宗《孙子兵法》的战略思想。其策略思想就7字，体会到了必定受用无穷：

正与奇：“以正合、以奇胜”，正是排兵布阵的，缺一不可，但胜利的关键在与“奇”;。

攻与守：“攻动于九天之上、守藏于无形之中”;现代营销必须知道哪些地方、哪些时间安排攻守问题，该攻的地方攻，该守的地方守，这是其一;再是攻击时就应该有充分准备，毕竟“下战攻城”，各种营销方法与武器都用上，并且有不计代价，甚至可能失败的接受心理，才能打赢这种战争，这就是“攻动于九天之上”。

虚与实：如何选择正与奇、攻与守呢，孙子说“避实就虚”。

二、营销时代划分。

1、营销时代最细腻的划分。

对于营销时代的划分，最细腻应是最大化营销两位作者，把营销时代划分为：

短缺营销时代：只管把产品生产出来就行了;。

强制营销时代：有钱打广告，把货物辅导全国;。

整体营销时代：考虑广告创意、媒体选择和促销方式;。

细分市场时代：学习放弃一部分市场;。

深度定位时代：从消费者内心深处开始营销。

一对一营销时代：前面所有的招数失灵，开始一对一营销。

2、过度竞争时代来临。

细致的划分营销时代，给每一个商人带来一种不同的观点来分析自己的生意，同时告诉大家一个事实。我们已经迎来了“产品过度、广告过度”的社会，所有出现了的理论和经验正在失效，现代营销正在面临一场十分个人化、个性化创造年代。

3、结论。

产品：几乎所有的大品牌都延伸到全品类，产品已经多到失去理性、失去必要性的地步;。

媒体：媒体自身也在爆炸，包括电视、报纸、杂志、网络以及各种新型媒体，除了一两个幸运品牌，所有广告仅仅成了广告商的一种期盼，同时创造广告“噪声”，在噪声中痛苦挣扎。

新思想：传统思路的受阻，同时涌现太多的新思想，各种名词蜂拥而出：“眼球经济”、“体验营销”、“直效营销”、“品牌管家”、“全球经济”、“数据库营销”、“管理咨询”等等。一时间又难辨真假。

三、高档奶粉市场。

从观念回到现实，也回到本文的主题。高档奶粉市场该如何运作呢，还是先从解剖的角度分析市场。

1、什么是高档奶粉市场。

高档奶粉市场其实就是一个观念，接近母乳，母乳是婴幼儿最好最神圣的观念。谁的产品最接近母乳，谁就是最好的产品。因此aa和dha当然就成为这一轮的主角，因为其他如维生素、微量元素已经成为十分必要的过去。

2、高档奶粉市场的成功模式。

研究成功可能是这个过度经济年代最有效的策略。纵观高档奶粉市场几种成功品牌，典型的有以下三种模式：

贝因美的知识传播：贝因美采用多种的知识传播手段，婴儿成为独特的第二种模式;。

较为传统的中国企业，通过农村保卫城市的策略，形成第三种模式。由于城镇市场范围大、个体市场需求量小、网络庞大而复杂，如同娃哈哈的眼光一样：“城镇是肉、城市是骨头，要先吃肉后啃骨头”，先行一步的企业如“飞鹤乳业”、“青岛圣元”，在城镇市场利用传统的广告与促销，占据一大块市场份额。

3、竞争趋势。

几乎所有的乳制品生产商都开始盯住这个市场，在未来的两至三年里，高档奶粉市场将是一场国际国内品牌同时出场的品牌大战、广告大战同时也是一场资本大战。但是最终的胜利者将必然是“智慧”而不是“资本”。这场战争需要更多的是“战略”和技巧，传统的因素仅起到辅助作用。

四、如何在高档奶粉市场的制胜。

1、广告漏底现象——传统大品牌更容易获得胜利。

高档奶粉市场面对只是一个非常小的目标市场，国际品牌和市场研究结构证实，95%的媒体广告是命中注定是浪费了的，因此针对目标消费群的活动将更为有效。这样传统大品牌由于有较好的网络基础和品牌信任度将对营销非常有帮助。大品牌所有者要用最好最有名的品牌直接延伸过来，启用一个新品牌将是一个极度错误的战略。

2、短期忠诚。

由于喂奶期很短，过度注重长期教育和品牌忠诚是一种错误，直接引导消费和购买是极为关键的因素。

3、过度关心。

这是一个父母过度关心的人群，关爱将是最好借用的营销工具，一些新观念如品牌精神和体验营销将发挥十分重大的作用。

4、竞争惨烈。

竞争将是十分惨烈的，战略是长期获胜的关键，孙子兵法中的“奇与正”、“攻与守”、“虚与实”是制定长期获胜的理论基础。

5、“差异化营销”营销规则。

最后提供一点宝洁公司的“差异化营销规则”，它将是高档奶粉制定各种营销战术的重要依据。

直接与最有价值目标消费群体直接沟通;。

“资讯量”和“消费者涉入度”是两个最重要的设计变量;。

dm(直接邮件)将是最重要的营销手段;。

从一开始就培养消费者的品牌忠诚度(如婴幼儿互动操等);。

差异化营销是电话营销、数据库营销、聚会营销和dm结合体;。

媒体广告的品牌配合和引导大众参与。

促销产品婴儿系列产品活动时间20xx年xx月—20xx年xx月号。

促销活动主题购买婴儿系列奶粉积分换购精美礼品。

促销活动目的通过积分发放积分卡的方式有效的使其消费者购买奶粉有一个良好的延续性，使其主流消费群在现终端大力度促销下降低其转换的可能性。保持一个良好的购买状态。在一定范围内起到一些宣传品牌形象的作用。建议以后将促销活动力度减小集中资源做更多短期但力度较大的促销活动。

关于进行积分活动的思考：

一、对于坎级送赠品的缺点分析：

2、还有的主流消费群往往会在看到活动促销内容时会跟导购要求降低赠送级别，这样会使导购员陷入被动，甚至少一听就送的情况。长此以往绝对是不利于终端销售的。

二、积分送赠品的优势分析：：

1、终端赠品的赠送通过消费者购买产品积分可以一定程度上降低弱化消费者对促销力度大小的敏感程度。

2、消费者也会因为积分的原因形成习惯性购买动机，降低目标消费群因其他促销活动选择竞品的几率。使其购买既有连续性。

3、对于直接在活动pop上注明购买奶粉多少听送赠品，也就是说需要消费者必须一次性购买满才能送，虽可以起到促销效果但缺少灵活性，积分送赠品可以分多次来分摊消费者购买成本使得消费者弱化购买金额的概念。

促销区域\*\*市场a类门店以上超市。

活动实施活动的时间为20xx年8月份至20xx年12月31日。

内容及形式活动细则：

400g普装每袋积2分。

900g普装每听积5分。

400g金装(金领冠、孕妇)每盒积3分。

900g金装(金领冠、孕妇)每听积8分。

电动摩托车满180分。

自行车满120分。

四轮推车/学步车/橡皮马满60分送。

米奇/音乐小熊/鸭子下蛋/跳跳球/满40分送。

奶瓶/画板满16分送。

活动所需物料优惠券：

费用预算。

放。

(2)管控：将奶粉的积分卡按一定数量分给导购。并告知如果积分在以后跟实际销量不形成比例将会按缺失的分数扣除工资。

(3)促销活动期间导购员需接公司通知方可在促销活动期间同时发放积分卡，私自擅作主张者以积分卡发放分数扣除当月提成。

对于奶粉类产品来说，其市场的基本特点是消费成熟、品牌意识强、消费层次多样。随着相关部门对食品安全的关注，消费者对食品安全的意识进一步提高，大部分消费者在食品(特别是婴、幼类产品品)消费方面都比较谨慎，因而，产品的品牌和一些有信誉的卖场及专业店成为他们选购产品的要点;且该市场婴、幼类产品的深度分销运作比较成熟和到位，通路价格透明、经销商及终端利润较薄、行业风险及资金压力较大、进入市场的门槛高，因而经销商及终端对接受和推销新品的积极性受到严重影响。基于这种现状，拟定策划推出以“营养送好礼、健康又惊喜!”为主题的现场促销活动，以期通过这次的活动进一步提高产品的知名度和经销商及终端的积极性，全面推进旺季市场上量。

二、活动目的：

1、巩固和发展经销商，进一步提高经销商做好市场的积极性。

2、加强与终端客户的客情关系并由此获取更好的产品陈列位置和更多的陈列面积。

3、拉近产品与消费者之间的距离，让产品主动走向消费者，增强消费者对产品的认知，制造销售机会，刺激购买，促进销售。

4、树立品牌形象，提升产品的知名度。

5、收集消费者的相关信息、研究消费者的消费行为习惯和意识，进一步提高对市场服务的质量。

1、活动主题：营养送好礼、健康又惊喜!

2、开展时间：从xxxx年xx月xx日至xxxx年xx月xx日止。

3、活动地点：区域内各大终端卖场及专卖店。

4、活动方法：凡在活动期间，每购买xx产品一盒，即可赠送礼单一份，礼单上的刮刮卡分别标明：“一等奖赠xxx;二等奖赠xxx;三等奖赠xxx”。买的越多，机会越多。

兑奖方法：一等奖获得者，须凭兑奖礼单和本人身份证原件到当地xx经销处登记，再到指定地点领取。二、三等奖获得者，凭兑奖礼单直接在各促销现场或终端领取。

兑奖时间：从即日起至xxxx年xx月xx日止，逾期不予兑现。咨询电话：(略)。

5、活动宣传：本次活动的促销对象主要是消费者，针对促销对象接受信息的特点，在详细地听取了各终端和经销商以及促销人员意见的基础上，我处拟定在活动开展前，首先在婴幼专卖店等各类终端投入一些相关的婴幼儿护养知识挂板或开展一些会员买赠活动，并在各大卖场和相关医疗机构投入专职促销小姐，以派发产品小折页、小样包和促销盒等方式来进行前期的宣传推广工作，吸引消费者对产品的关注。

6、后期跟进：根据活动中收集到的消费者相关信息，做好跟踪服务，并在各大终端卖场建立健全兼职导购队伍来介绍产品，巩固和提升销售。

四、所需支持：

1、相关婴幼儿护养知识挂板xx个。xxx元。

2、宣传海报、小折页等宣传用品xxx张。xxx元。

3、产品试用包xxx份。

4、活动现场x展示架及展示桌：市场价格变动较大，另计。

5、促销人员费用：\*\*人天\*\*元/天共计\*\*元。

6、费用总计：xxxx元。

五、效果评估。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找