# 如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短(4篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2025-06-06

*如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短一2.前方高能，双十一携带一大波奖金在逼近!3.小伙伴们冲啊，双十一带着奖金来战啦!4.嘀!嘀!双十一倒计时……5.加油加油，双11肥的流油，继续蓄力。6.不求一战成名，但求双十一钱程似...*

**如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短一**

2.前方高能，双十一携带一大波奖金在逼近!

3.小伙伴们冲啊，双十一带着奖金来战啦!

4.嘀!嘀!双十一倒计时……

5.加油加油，双11肥的流油，继续蓄力。

6.不求一战成名，但求双十一钱程似锦。

7.每逢双11，难免心潮澎湃，亲们，准备好了吗?

8.决战双11，我们拼了，必争行业销量前列

9.年前做好双十一，过年回家不差钱

10.元芳，这个双十一你怎么看?

11.说好的双11，说好的目标，加油!

12.双十一让每个上帝都微笑。

13.双十一近在眼前，爆发趁现在。

14.蓄力待发，双十一我们来了!

15.一年如一日，勇攀销量顶峰。

16.备战六个月，只为双十一。

17.团结一心，其利断金，双11我们来了。

18.决战双11，我们拼了，必争行业销量前列。

19.兵马未动，粮草先行，备战双十一。

20.双11把灯卖好，你好ta好大家好

21.今天很残酷，明天更残酷，但双十一很美好

22.风再吼!马在叫!双十一在咆哮!

23.一战成名!前程似锦!hold住双十一!

24.天生我才必有用，有用用在双十一!

25. 蓄力待发，双十一我们来了!

26.双11，只能多，不能少。

27. 生命诚可贵，爱情价更高，双十一卖爆，两者皆可抛。

28.打赢双十一，做淘宝英雄!

29.光棍节，非诚勿扰，血战11.11，才是正道。

30. 双十一快到了，请各位提前进入奖金收割模式。

31. 双十一大战在即，斗志燃烧吧，小宇宙们!

32.11保卫战，小伙伴们都准备好了吗?

33.11大战，谁主沉浮，由你定江山。

34.你还在为今年的奖金而担忧吗?好消息，双十一来啦!

35.做好双十一，升职加薪，当上总经理，出任ceo，赢取白富美!

36.决战双十一，共渡单身节，心中有梦要跳动，为爱咱勇敢向前冲!

37.大波光棍关不住，大家都过双十一!努力!

38.努力或不努力，双十一就在那里，越来越近!

39.做好双11活动，光棍变神棍。

40.让每个光棍过好节，买到宝贝，而奋斗。

**如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短二**

低价风暴 全民疯抢(亲，你买了吗?)

20\_年11月9日—20\_年11月11日

活动一 全场5折 终极狂欢(20\_年11月11日)

20\_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(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。

20\_双十一促销活动方案20\_双十一促销活动方案

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。)

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。

**如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短三**

双十一马上要到了，我们现在要做一份活动策划方案，在接下来的双十一投入几个专展，或者上一个聚划算。那么目标明确了，接下来该怎么办?其实，就是一整套流程走下来，那么什么算是活动策划的一整套流程，下面，我就在这里大致的介绍下：

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。

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。

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。

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。

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。

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。

**如何写双十一衣服广告宣传语双十一服装促销广告宣传语简短四**

一、活动背景

“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，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“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。

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“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”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“双十一”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。

双十一促销方案策划篇2

一、促销的目的

促销的最终目的是以任何手段将商品销售出去。网店促销也是相同的道理，但是不是随便做做就有效果。淘宝商城的光棍节半价促销活动是最近热到发烫的一种促销方式。

二、促销的过程

1、确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，不同的季节促销不同的商品。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，也会影响买主对感官与好评，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。

2、要确定顾客人群：确定商品之后最重要的就是要找到促销的对象。促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的受众，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，找到了你的目标消费群，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。

三、制定促销方案

1、会员、积分促销。

2、折扣促销。

3、赠送样品促销。

4、抽奖促销。

5、红包促销。

6、拍卖。

7、积极参与淘宝主办的各种促销活动

⑴会员、积分促销：所有购买我公司产品的顾客，都成为我公司的会员，会员不仅可享受购物优惠，同时还可以累计积分，用积分免费兑换商品。

优点：采用这种促销方式，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!

⑵折扣促销：折价亦称打折、折扣，是目前最常用的一种阶段性促销方式。由于折扣促销直接让利与消费者，让客户非常直接的感受到了实惠，因此，这种促销方式是比较立杆见影的。

a、直接折扣：找个借口，进行打折销售。

优点：符合节日需求，会吸引更多的人前来购买，虽然折扣后单件利润下降，但销量上去了，总的销售收入不会减少，同时还增加了店内的人气，拥有了更多的客户，对以后的销售也会起到带动作用，何乐而不为呢?

建议：采用这种促销方式的促销效果也要取决于商品的价格敏感度。对于价格敏感度不高的商品，往往徒劳无功。不过，由于网上营销的特殊性，直接的折扣销售容易造成顾客的怀疑，一般不建议使用。

b、变相折扣：

免邮费，单件商品的价格略低于免邮费要求的价格，组合起来买两件或者多件商品达到免邮费要求。将商品组合起来打折。

优点：更加人性化，而且，折扣不露痕迹!

建议：产品的组合有很高的学问，组合得好可以让消费者非常满意，一定要找相关产品进行组合。

c、买赠促销

其实这也是一种变相的折价促销方式，也是一种非常常用而且有效的促销方式之一。

优点：让顾客觉得自己花同样的钱多买了样产品，高兴!

建议：买赠促销应用效果的好坏关键在赠品的选择上，一个贴切，得当的赠品，会对产品销售起到积极的促进作用，而选择不适合的赠品只能是赔了夫人又折兵，你的成本上去了，利润减少了，但客户却不领情!

⑶赠送样品促销

在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场情况下利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

优点：让顾客产生对产品的忠实度。

建议：效果过硬的产品才能够试用。

⑷抽奖促销

这是一种有博眼球性质的促销方式。也是应该较为广泛的促销方式之一，由于选择空间大都是有诱惑力的奖品，因此，可以吸引消费者来店，促进产品销售。抽奖促销活动应注意的几点：

a奖品要有诱惑力，可考虑大额超值的产品吸引人们参加;

b活动参加方式要简单化，太过复杂和难度太大的活动较难吸客户的参与;

c抽奖结果的公正公平性，由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，并及时能过email、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

⑸红包促销

红包是淘宝网上专用的一种促销道具，各位卖家可以根据各自店铺的不同情况灵活制定红包的赠送规则和使用规则。

优点：

可增强店内的人气，由于红包有使用时限，因此可促进客户在短期内再次购买，有效形成客户的忠诚度!

⑹拍卖：

拍卖是网上吸引人气最为有效的方法之一，由于一元拍和荷兰拍在淘宝首面都有专门的展示区，因此进入该区的商品可获得更多的被展示机会，淘宝买家也会因为拍卖的物品而进入家店内浏览更多商品，可大大提升商品成交机会。

⑺积极参与淘宝主办的各种促销活动：

淘宝不定期会在不同版块组织不同的活动，参与活动的卖家会得到更多的推荐机会，这也是提升店铺人气和促进销售的一个好方法。要想让更多的人关注到你的店铺，这个机会可要抓住哦，所以别忘了经常到淘宝的首页，支付页面，公告栏等处关注淘宝举行的活动，并积极参与!

四、营造良好的促销氛围

有效利用店铺装修、公告及留言，营造一种火爆的氛围。有些人做促销，店外宣传也做得很不错，可进店一看，扭头就走。就是店内氛围没做好。促销时和没促销时一个样，冷冷清清的，店铺公告没有促销，留言也没有促销信息，进入店内就感觉不到一点有人气、有促销氛围的感觉。促销要“有声有色”!冷冷清清，能留住客户吗?

五、总结促销的效果和经验教训

组织促销也是一种经历，促销结束之后，店长应该对促销的结果做一个分析，包括对流量、销售量、点击率，这一次针对的消费人群是不是对制定的产品感兴趣还是更感兴趣网站上其他的商品。同时，也要对竞争对手的促销活动进行分析和比较，找到可以学习的地方，竞争对手比自己销量好，肯定就说明自己的促销计划没有别人的吸引人，分析的过程也是一个学习的过程。对促销活动进行总结可以有效的帮助店长提高自己的促销水平，在这一次的总结中找到本次促销活动哪里比较不足，在下一次的活动中进行调整。促销虽然是一种增加销售量的好方法，但是也需要不断的摸索和总结才能够取得预想的效果。

双十一促销方案策划篇3

一、活动背景

\"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。而大型的电子商务网站一般会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，发生了中国互联网最大规模的商业活动：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、活动时间

11月11日前后。

三、活动地点

瑞臣体检中心淘宝店。

四、活动主题

\"双十一\"轻松抢5折，健康不打折。

五、活动内容

a.产品促销。

1、单笔满400立减20或加送一个专项体检{肝功三项、血清蛋白四项、总胆固醇(tc)、甘油三酯(tg)、高密度脂蛋白胆固醇(hdl-c)、低密度脂蛋白胆固醇(ldl-c)选一}。

2、单笔满600立减30或送一个专项体检。

3、单笔满800立减40或送一个专项体检。

4、单笔满1000立减50或送一个专项体检。

5、全场套餐再加25元送价值50元南海岸鳗钙中老年补钙壮骨粉一份b。信誉好评拍后5星+好评返还金额，根据套餐金额比如300以下返还5元，300-399返还10元，400-499以上返还15元，500-599以上返还20元，600-699以上返还25元，700-799以上返还30元，800-999以上返还40元，1000以上返还60元，20\_以上返还100元!

六、活动推广

a、内部推广

活动套餐在网店首页醒目位置标出、全场套餐再加25元送价值50元南海岸鳗钙中老年补钙壮骨粉一份。此页面放本次活动详细介绍及套餐链接，套餐价格里一定要标出原价及折后价，并将此页面置于首页。

b、外部推广

\_\_网络运营部全部推广人员，进行任务分配，在各大外围网站进行推广，推广时间为双十一前期推广和双十一后期推广。

双十一促销方案策划篇4

一、活动计划

a、促销方式：以全店打折为基础结合多种促销形式进行。

1、打折——全场5折;

2、买赠——目前只针对0055#单品(赠品待定);

3、优惠券——①无门槛无限制使用：10￥;②有门槛限制使用：20￥、50￥;

注：优惠券在活动前发放，活动当天只限领10￥面额优惠券，其使用日期为11月15日前。

4、秒杀

注：①活动当天分时间段开秒，以整点秒到免单的形式。

②频率：11当天共秒杀6次，每次1件产品，每次秒杀限购1件。

③时间点、产品设置：

b、活动内容：秒杀;

目的：活动氛围的营造;

秒杀活动费用预算：\_\_\_\_元。

二、流量计划

流量构成：

1、预热期间时间：10.06—11.10

2、活动进行时间：11.11

工作内容：

钻展：

1、投放位置：新首页首焦、首页banner。

2、流程：钻展文案编辑—钻展设计制作—钻展投放测试—钻展数据分析—钻展优化。

直通车：

1、投放产品：店铺首页推广。

2、投放地域：广东、福建、北京、山东、海南、河南等。

3、直通车活动：首页热卖单品。

淘客：

主推产品及佣金：主要是我们现有的一些资源。

搜索：

1、热搜关键词查找：数据魔方、top排行、淘宝首页;双11、狂欢节、疯抢节等实时性的热门词汇。

2、标题优化：融入到宝贝标题里面，覆盖到男装消费群体的搜索习惯里。

店铺联盟：

1、联盟商家：有共同消费群体的商家(男性、消费年龄25—45岁、中高消费能力、追求品质的人群。)建立独立页面或者友情连接方式，多方面资源共享。

2、商家数量：至少4家。

微淘：

推广内容：店铺双11的促销：秒杀、优惠券、赠品等内容。结合双11的活动气氛。

微博：

1、推送内容：店铺促销、单品促销。

2、推广方式：通过微博官方推送工具(5元/1000次展现);精准选择人群推送。

3、广告设计：设计发微博的产品广告。(流程：活动产品—活动文案—促销内容—设计—投放)

三、客服及微博、微信计划

(一)电话回访

a、重点客户的回访(500元以上)

b、一级顾客的回访(300—500元)

会对顾客进一步的分类

a、14-19号开始对之前购买500元金额客户开始电话回访(店铺需要前台人员的配合)

b、10.21-11.1开始对一级客户的回访(200—500元以上)

内容：(电话内容以冬季上新为题展开，在沟通的时候以单纯的问候形式再在谈话内容直接再说明冬装上新，希望老顾客们可以前来品鉴)

备注：

1、客户分类——购买的产品及购买的频率分类。

2、拨打电话短信先行(先发短信给顾客之后再电话进行沟通，消除顾客对陌生电话的疑虑与尴尬性)，短信要针对编辑。

3、11月1日前完成所有电话回访。并针对重点客户进行再次回访。

(二)短信沟通(客服主管)

a、周五发(11.4)(冬装上新短信)，告知老顾客店铺的冬装已经上新，前来购物我们就送兔毛围巾一条。

b、周三发(11.6)(慰问式短信，拉近与老顾客之间的距离，体现人味性)。

c、周五发(11.8)一级顾客的短信(200—500元)。

d、周六发(11.9)重点顾客短信(500元以上)。

e、周日发(11.10)短信通知所有顾客凸显店铺活动(找准合理时间点发送)。

(三)邮件沟通(设计部)

a、周三发(11.6)(慰问式邮件，拉近与老顾客之间的距离，体现人味性)。

b、双11的一些信息我们的一些产品，店铺内的相关活动。我们参与双11的相关宝贝!

(四)微博

a、冬装上新在微博的宣传。

b、微博内容——怎么选款，对穿衣的要素，怎么穿衣搭配之类的。

c、微博——穿衣搭配知识的普及。

d、重点说明从各个侧面体现改服装的性价比。

e、双十一店铺活动上线预热开始。

f、我们的原材料，产品方面的一些优势。

g、双十一宣传/店铺宣传——针对优势产品的一个亮相。(5元展现1000次的微博推广)

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！