# 有关双十一表白的句子(推荐)(6篇)

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2024-12-14

*有关双十一表白的句子(推荐)一在双十一活动前夕，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。1.活动形式：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...*

**有关双十一表白的句子(推荐)一**

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。

1.活动形式：

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。

2.活动力度：

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。

3.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 ⑦钻展

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。

(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

(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。

(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

(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。

**有关双十一表白的句子(推荐)二**

“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。xx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!

11月11日前后

\*\*体检中心淘宝店

“双十一”轻松抢5折，健康不打折

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

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，xx以上返还100元!

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。

集合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。

**有关双十一表白的句子(推荐)三**

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。

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

**有关双十一表白的句子(推荐)四**

活动目的：双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11·购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。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。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

活动时间：11月7日至11日

活动内容：

折扣促销：

1、双11大牌美衣穿着走：秋冬百货满500元减200元。

2、双11大牌美妆任你挑：大牌化妆品(玉兰油、欧莱雅、欧莱雅、dhc)满400元立减80元。双11超级护肤套盒低至7折!

o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢!

1、十万抵用券免费疯抢!大牌百货折后满额立减，低至折上7折!

活动细则：

1)11月1日至10日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择30个品牌的折扣礼券，双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2)每人每个品牌仅限领取10张。

3)双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20元优惠。

4)单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供应商和商场按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

11月7日至11日，每天11款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

单品建议：0.11元(面点王8.5折、客家人8折、芋仙人7.5折、面包乐园折扣7折券)，

1.1元(超市环保餐具盒、手帕纸/条、薯片套装，售价5元左右)

11元(舒适浴巾、韩后面膜2件装、布艺家具可爱兔，售价30元左右)

110元(舒适被，对枕、售价250元左右)

备注：预计费用1300元。(餐饮券为商家赞助)

品类营销：双11作为商场的11月的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议男装、女装、鞋类、化妆品、精品、床品、童装均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1)服装的冬款(厚款、大衣)

2)秋冬配饰(围巾、帽子)

3)床品冬被

4)超市冬季火锅节单品

vip营销

vip浓情招募：商场单日消费满500元即可免费办理vip卡一张，单日消费满5000元即可升级为钻石卡。

1、双11·vip顾客免费送：双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。(开业赞助，无费用)

2、双11·vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

文化营销：

1、双11，脱光马上走起!

1)免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：一楼广播台

2)单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手!

报名地点：二楼小舞台区

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起(4f影院光棍节专场活动)

单身男女可以至前台购买单身贵族专属票，女生可享6折购票。男生购票可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：11月11日

活动地点：电影1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准

氛围布置：

1、大门口主展区/各楼层品类展区：

时尚冬装综合展区，沿用秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

备注：百货女装、男装部负责，陈列组统筹。

2、柜台与各楼层扶手梯、电梯口：双十一灯箱片、立式pop架。

费用预算(略)

备注：活动详情请以商场内标识为准。

**有关双十一表白的句子(推荐)五**

20\_年“双11”备战已进入冲刺阶段，今年与往年不同的是，今年“双11红包”玩法全面升级，据悉，从10月24日起开始，天猫将陆续向消费者发放1亿多个不等值红包以及30亿元左右的天猫双11购物券，红包面值最低1元，最高为1111元，购物券每张面额10元，单店最高可叠加使用20张。天猫用户可以通过pc网页端、移动端天猫app以及手机淘宝中的“双11”活动页面抢到商品购物券。

今年天猫“双11”的红包种类除了与往年一样的红包雨、关键词红包、平台统一发放的红包之外，不仅新增了一项全新营销互动玩法——密令红包，同时，还新增了名人红包、个人红包等多种娱乐化的新玩法，而商家红包更是将准入标准几乎剔除，让更多商家能够加入到红包互动的玩法中来。

那么，什么是密令红包呢?密令红包是在原本的抢红包基础之上，增加输入密令环节。“剁手族”只要打开淘宝、天猫、手机淘宝、手机天猫、淘宝ipad客户端、天猫ipad客户端，在搜索框输入特定的密令(如：天猫双11红包)，然后点击搜索，即可抽取金额随机的双11全场通用现金。消费者也可以自行设置密令，分享红包给好友。

红包面额：1元、2元、5元、10元、20元、1111元

红包领用起止时间：20\_-10-24 00:00:00 至 20\_-11-10 23:59:59

红包使用时间：20\_-11-11 00:00:00 至 20\_-11-11 23:59:59

微博红包：10月21日-11月3日，微博明星派红包，10月25日8:30开始，还将调高微博红包中奖率，并增加1111元超级红包。

客户端红包：天猫t1—t4会员将能够在最新版手机淘宝和天猫无线客户端中领取一枚“种子红包”，将“种子”的链接发给好友后，就有机会和朋友同时获得红包。

游戏红包：10月24日-11月11日，玩游戏抢红包，每天更有2款游戏内藏有红包。

数量有限先到先得。活动期间，同一用户累计中奖金额不超过人民币4999元。(同一用户,是指淘宝账户、支付宝账户、收货人姓名、详细地址、联系方式、ip地址等与用户身份相关的信息，其中任意一项或数项存在相同、相似、通过特定标记形成批量信息、或其他非真实有效等情形的，均将被认定为同一用户，按活动规则中的同一用户处理。

双十一抢红包秘笈疯传，就你不知道!

**有关双十一表白的句子(推荐)六**

【一】 背景

\"双十一\"淘宝商城一年一度的大型促销活动，官方宣传为全年最低价，消费者消费目的及购物情绪都会达到最高点。

活动目的：打造明星产品

缤绿作为新店难以得到商城活动展示位支持，利用这次高流量高成交额的机会推出店内活动，稳定老客户，增加流动客，提高店铺关注度、知名度、美誉度，提高市场占有率，为下一步活动奠定基础，最终达到提升销售额的目的。

双11打造明星产品

一、

明星产品的目的

明星产品是指在商品销售中，销售量很高的商品，人气很高的商品。明星产品对于店铺来说的意义极为总要。中闽弘泰，87元买一送一的明星产品占总成交额的40%，占总流量的53%(免费流量91.3%);宏源馨，99元买一送一的明星产品占总成交额的49%，占总流量的44%(免费流量88.9%);因此，打造缤绿的明星产品，不仅可以使品牌的形象在市场中占有优势，更可以给店铺带来更多的免费流量，活跃店铺气氛，带动店铺其他产品的销售，提高店铺销售额、品牌关注率等重要作用。

双十一，是全网都知道的购物节日，有很好的购物气氛;利用双十一打造明星产品，可以更好的缩短及达到更好的打造效果。

通过双十一，缤绿店铺的明星产品达到的效果为：月销量1000件以上(刷单200-300单右---为15000元销售额)。

二、

利用双十一打造明星产品

1. 选款

根据缤绿品牌定位，将明星产品的打造制定的几个竞争对手：宏源鑫99元买一送一，中闽弘泰，87元买一送一，森舟99元，香友90元买一送二。通过对这些产品的包装、品质、促销、产品重量的分析，决定拿\"绝作\"这款产品做买一送一的促销，来打造成明星产品。

2. 内页

根据消费群体的了解(上班族的人群)，在产品描述的过程中，提出办公室用茶的概念，以健康、简单、方便的卖点来迎合消费群体的需要，重新制作产品的详情页排版。

3. 炒作

数据调查显示：消费者在购买产品的时候，90%的人最关注的是产品的销量及评价(有体验过的人评价内容)，最大程度上决定了是否购买产品，所以在推广前、中、后都要通过炒作销量、评价来维护产品的体验评价，达到更好的转化消费群体。

炒作数量：前期为15单/天，中期为20单/天，后期为5单/天，成熟之后出现不好评价再刷部分单覆盖不好的评价。

4. 推广

在炒作完成后，需要培育产品的销量，逐渐累加更多的销量;在搜索中拥有更多的排名权重，达到获取搜索流量的目的，从而降低推广流量的占比。

推广的途径为：站内以钻展、直通车为主，活动为辅;站外以淘客为主。

在淘宝双11期间，购物热情更高，气氛更好，是不可错过的一个好时机。在双11预热期间，单品销售20单/天，双11当天，\"绝作\"单品销售400单左右。

流量构成比例：前期80%的推广流量，中期60%的推广流量，后期40%的推广流量，成熟后，20%的推广流量。 5. 资源整合

店铺通过明星产品，可以让缤绿旗舰店在淘宝同行业综合排名上升，从而能获得更多的淘宝站内资源(免费/付费)，聚划算品牌团、淘宝积分、类目活动等，用来更进一步的提高店铺的品牌形象，店铺销量。 6. 维护

在明星产品成熟后，保持每天200-300单的销量，在保证流量的基础上，进行产品的包装、质量各个方面维护\"绝作\"的明星产品形象。

对购买过\"绝作\"明星产品的消费者，额外赠送7彩体验装，提高并促使消费者体验店铺其他产品，推荐更多其他产品，并促成销售。

在明星产品成熟后，对拥有的订单资料，通过微博、短信、电话等渠道维护顾客，对顾客进行crm管理，针对性提高顾客的购买频率，提高品牌粘度，提高品牌形象。

一、 活动计划

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--全场九折

2、买赠--针对绝作、总裁专供两款单品(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￥ 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、套餐优惠搭配(方案)

5、秒杀

注：①活动当天分时间段开秒，以10元邮费的形式。

②频率：11当天共秒杀6次，每次5件产品，每次秒杀限购1件。

③时间点、产品设置：11:45 绝作 14:45 造境 16:45总裁专供 20:45 绝作 21:45 造境 22:45总裁专供 b、活动内容：秒杀，目的：活动氛围的营造

秒杀活动费用预算：绝作 40\*5\*2=400元 造境 128\*5\*2=1280元 总裁专供 268\*5\*2=2680元活动策划价值总计：4110元 (成本合计约：20\_元)

二、 流量计划

流量构成：

1. 预热期间时间：10.21-11.10

工作内容：

一、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

二、直通车

1. 投放产品：绝作单品;总裁专供单品;店铺首页推广

2. 投放地域：广东、福建、北京、山东、海南、河南

3. 直通车活动：首页热卖单品

三、淘客

主推产品及佣金：绝作20%;总裁专供15%;造境10%;

四、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，覆盖到茶叶消费群体的搜索习惯里

五、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。

六、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。

七、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(200元以上)

b.一级顾客的回访(100-200元) 会对顾客进一步的分类

a.14--19号 开始对之前购买200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(100-200元以上)

内容：( 电话内容 以秋茶上新为题展开，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秋茶上新，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 (与小楠，小芸商讨) a.周五发(10.11)(秋茶上新短信)，告知老顾客店铺的秋茶已经上新，前来购物我们就送七彩体验装一盒 b.周一发(10.14)(慰问式短信，拉近与老顾客之间的距离，体现人味性) c.周六发 (10.19)(周末问候短信) 周一发 (10.21)(店铺活动上线，双十一预热开始) d.周六发(10.26)(周末问候短信)

e.周二发 (10.29)一级顾客的短信 (100-200元) f.周五发 (11.1)重点顾客短信 (200元以上)

g.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.微博

a.秋茶上新在微博的宣传

b.微博内容 ----怎么品茶，对品茶的要素，茶具或者泡法在微博上一个普及

c.微博-----茶叶知识的普及

d.铁观音茶叶----重点说明 店铺手工茶叶的好处

e.双十一店铺活动上线 预热开始

f.茶叶制作说明(体现手工)区分于其他机械茶叶，体现手工茶的优势

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！