# 卖家双十一攻略双十一淘宝卖家攻略汇总

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2025-01-30

*卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总一首先，非常诚恳的说声\"对不起\"，不解释，也不辩解，因为这次，确实是我错了，我非常珍惜您，我只想把事情的经过原原本本的告诉您。5月30日，运营主管李刚提交了淘宝官方免费试用活动申请，提交申请的链接为\"未...*

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总一**

首先，非常诚恳的说声\"对不起\"，不解释，也不辩解，因为这次，确实是我错了，我非常珍惜您，我只想把事情的经过原原本本的告诉您。

5月30日，运营主管李刚提交了淘宝官方免费试用活动申请，提交申请的链接为\"未来生活原生态绿壳鸡蛋10个500g\"，免费试用的份数为\"30份\"，6月3日，申请通过，活动时间为\"6月5日-6月11日\"。

这是我们第一次申请官方的试用活动，通过后电商部的小伙伴们都非常兴奋，因为这是我们开了整整4个小时的车在泸州最边缘的小县城，找到的原生态纯粮饲养乌鸡产出的绿壳鸡蛋，营养丰富但产量非常低，每天的产量不到80个，每一个我们都视若珍宝。

这次活动，我们需要300个鸡蛋，采购部周老师第一时间通知了农场主王远珍阿姨，因为白鹿镇运送到泸州市区需要半天时间，每天只能运送100个鸡蛋，11号活动结束后，第一批鸡蛋到了，12号试用申请名单出来后，物流部开始按照名单进行发货，一切都井然有序的进行着，我们开始喜滋滋的等着亲爱的你们收到鸡蛋后，给我们反馈试用报告。 没想到，17号，我们等到的是发货数量不符的差评，犹如晴天霹雳，李刚主管立即询问物流部，原来，绿壳鸡蛋新品上架的时候，店铺内部一直在做7元邮费免费试吃5个鸡蛋的活动，而这次官方活动我们是10个，由于交接失误，物流误以为是店铺内部活动，然后，就没有然后了。

听到消息后，大家顿时就惊呆了，怎么办?怎么解决?李主管当机立断，既然已经发生了，那就承担吧，错了就是错了，必须全部补发，全部道歉，用最诚恳的态度让大家知道，我们绝不逃避。

亲爱的，最后再说一声\"对不起\"，我只想让你开心、健康，你可以打我、骂我，但是千万别不理我，不管发生什么事情，我都会陪在你身边的!

淘宝卖家致歉信范文篇二：

亲爱的顾客你好：

我是小护士养生馆店主小周。首先感谢亲对小店的支持。因为小店的产品给亲亲带来的困扰，小周在这里向您表示诚意的道歉。真的很对不起了!小周都是非常诚意为每一位买家服务的，做点小生意真的很不容易的，每天都是为亲们深夜工作到三四点的。我们希望多一点沟通，多一点谅解，找到让亲满意的处理办法!

在淘宝上做点小本生意也不容易，生怕哪点做的不够好，顾客不满意，希望亲能体谅。我知道亲是个宽宏大量的人，为此我们全体人员向您表示深深的歉意!!希望亲能原谅!!

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总二**

双十一大促在即，商家们除了紧锣密鼓地开始筹划整体活动外，还需要注意前后端部门任务的衔接，活动前、中、后期运营活动的整体配合等环节，更好地做好活动先期预热，取得更好地效果。

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo：logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo。

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等;

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等 ;

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等;

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等 ;

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等;

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等;

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

1.包括梳理商品结构，制作商品结构总表。确定预爆款，主推、常规款;按功能性区分，包含定价、库存量

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，#from 本文来自高考资源网http:// end#关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲) 例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦~^\_^

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的xx，您在本店铺购买的xxxxxx等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例： 客服：你好，我是xxx旗舰店的客服，我的名字是xxx，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总三**

双十一项目进程表

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo：logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo。

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等;

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等 ;

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等;

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等 ;

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等;

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等;

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

双十一各部门职责

运营部

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

1.包括梳理商品结构，制作商品结构总表。确定预爆款，主推、常规款;按功能性区分，包含定价、库存量

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲) 例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦。

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的，您在本店铺购买的等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例： 客服：你好，我是旗舰店的客服，我的名字是，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。)

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总四**

◆抢红包活动，想必大家都不陌生，20\_年双11天猫发放了1亿个红包，几乎大部分用户都能抢到红包!而最高面额为1111元，直接可以当现金抵用。

◆抢红包入口：官方目前还未公布抢红包链接

◆抢红包时间：据官方透露的消息称，普通抢红包将在11月5号开启，红包雨将在11月9-11月11日这三天举行，一年一度的20\_淘宝/天猫双十一红包雨一般是在11月9日-11日这三天进行，当然普通的红包将在11月5日开始。

一、20\_淘宝天猫双11(双十一)活动综述

20\_年天猫双十一场由活动主会场、行业分会场、特色主题会场组成，商家通过海选报名最终入选双十一商家行列。会场和会场之间仍将采用赛马的晋升机制，营销玩法分为平台级、行业级和商家工具，并采用全渠道战略刷新阵地;另外，今年还首次加入了卖家双11直播环节，更多亮点值得期待。

二、20\_淘宝天猫双11(双十一)活动时间

8月18日，天猫官方正式公布20\_天猫双11全球狂欢节招商规则。那么今年的天猫双十一活动商家何时开始报名呢?

1、双十一预售商品报名：9月20日-29日

2、双十一正式商品报名：10月13日-27日。

3、双11活动预热期：11月1日到10日

4、双11大促正式活动：11月11日全天，截止到零点。

三、20\_淘宝天猫双11(双十一)报名条件

在天猫双十一招商规则中，其商家准入规则规定：20\_年天猫双11全球狂欢节”活动的商家由“双十一活动商家”和“双十一欢乐总动员商家”共同组成，拟报名参加20\_双11活动的商家，应符合天猫(天猫国际)平台营销活动基准规则和招商要求，商品满足“双11购物券”及“卖家版运费险”的活动规则;同时，商家还得满足其所在类目的20\_双11招商规则，并且接受诚信经营管控等治理措施和双11活动管理细则。

四、20\_淘宝天猫双11(双十一)会场介绍

9月14日，天猫发布20\_年双十一会场解说信息。天猫双11活动商家可根据自身的活动表现获得双十一会场资源或商品专区资源;而今年双11会场由活动主会场、行业分会场、特色主题会场组成;特色主题会场将根据不同主题有不同的会场呈现形式。

同时，会场将采用个性化玩法，“双十一活动商家”店铺或活动商品将在双11会场页面优先展现，而“双十一欢乐总动员商家”店铺或者活动商品则不具备此机会，但其活动商品将可优先展示在搜索list和类目导航list页面。

更多20\_淘宝天猫双11会场信息，后续将持续更新…

五、20\_淘宝天猫双11(双十一)玩法介绍

今年天猫双十一营销玩法包括平台级、行业级和商家工具，平台级将有全场满返、双11购物券满减活动;行业级别的将有预售、花呗分期等方式;商家自己则有买n免1、搭配宝、赠品宝、特价宝等多重玩法。同时，单店满免、免单工具功能，在双十一后半场提供相应会场，阿里会给予流量支持。另外，亿邦动力网还总结了天猫双十一玩法6大亮点：

1、双十一晚会明星+矩阵直播，打造超级ip，拉新客户、提升平台流量和关注度。

2、20\_天猫双十一流量转化率利器：千人千面的个性化推荐。

3、全渠道作为双11销量刷新阵地，扶持60多家，强调门店发货。

4、多门槛跨店满减优惠玩法，提升促销联动和流量转化。

5、备货主打秋冬新款、商场同款。

6、天猫全球潮流盛典，将作为双11预热期时尚方向主推重点。

每年的淘宝天猫双十一，都是淘宝、天猫众多商家必争之日，也是消费者忍不住“买买买”的剁手时刻。在当天大促的24小时里，有人惊喜，有人悲哀，有人暴富，有人平淡。作为商家或消费者的你，是否已做好准备?一起坐等双十一狂欢节的到来。

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总五**

双十一项目进程表

项目进程表最为人所知就是对事情何时完成有一个承诺。项目进程表为了让客户或同事能根据某个项目制定计划，对于特定事项何时发生，成果何时提交，必须有一个一致统一的时间。项目进程表是鼓励参与项目的每个人，将其付出视为整体的一部分，并尽量使工作能和他人配合。

项目越大越复杂，进度表就越显的重要。对于像双11这样的大项目而言，团队之间各个部分的相互依赖程度就越高，决策和时间对其他人的冲击可能也就越高。当品牌团队有几十或上百个人，项目进程落后一天会很快连锁反应下去，问题会以各种意想不到的方式出现，团队想赶进度也很难。从这个角度来说，项目进程表非常重要，当然这些依然只是一些文字和数字的表格，最重要的还是有人善于利用它们作为管理和驱动项目的工具。

接下来我们看看双十一项目进程表由哪些维度信息组成，为什么会有这些维护信息的存在。

双十一项目进程表由品牌logo、序号、部门、主要内容、责任人、备注、日期、各时间节点相对应的工作内容等几部分组成。接下来我们把进程表中各项内容进行解读讲解。

品牌logo：logo是企业标志重要功能之一。所在在企业外部和内部合作场合、合作文件都会加上企业品牌logo。

部门：在双十一期间，整合各种资源，组建成立项目部，项目部下设多个职能部门。整个双十一促前、促中、促后过程中的团队人员安排，工作分工与进度的确认跟进，通常情况下会按照以下架构进行项目团队架构组建和工作职责的划分：

商品部：负责货品结构，备货深度，商品属性，商品定价，卖点包装，搭配，品控等;

策划部：负责营销方案，预热方案，页面方案，视觉，风险管理，其他预案等 ;

推广部：负责推广方案，流量方案，推广素材测试等;

客服部：自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理、客服培训等 ;

物流部：库存清点，仓库布局，订单分拣，提前打包，发货模拟等;

后勤部：生活后勤服务，硬件后勤服务，活动现场摄影等;

成立双十一活动运营指挥部,由运营部各负责人和店铺销售部主要执行人组成，组成几个执行部门，各个部门可以按照自己企业文化或者电商团队的江湖文化进行取名，比如香影的双十一团队就是按照海陆空作战部队进行命名。当然，每个部门还会设立多个执行小组，比如像物流部，除了与发货相关的小组之外，还会增设一个网络信息安全小组，负责双十一活动期间erp系统和网络的安全和稳定等方面的工作。

双十一各部门职责

运营部

1.双十一活动报名及活动商品申报

2.制定双十一活动方案

3.完成双十一专题页画版、策划好页面导入接口。

4.双十一专题页制定日收藏数据指标

5.跟进双十一专题的访客量及收藏量，根据需求做出适时流量或页面调整(持续)

6.双十一页面完成页面画版、页面陈列布局、页面产品需求。

7.优惠劵派发入口、文案说明

8.要求商品选主推款;对推广提出数据指标

9.跟进爆款销售情况，每天确定流量指标

10.通过cim区分出会员情况，针对每一个会员区域作出相对应的动作方案

11.催付、发货短信、签收短信预热前优化方案

12.制订双十一会员营销方案、会员双十一特权与奖励方案

13.活动短信通知文案撰写(第一次活动预告新品折扣、第二次体现关怀、第三次活动相关内容、第四次加强活动紧迫)

14.商品标题优化，增加实时热索关键词，如：商品词及双十一关键词

15.制定和组织洽谈与参加双11相关店铺互链方案

16.类目小二现场考察，双十一相关了解

17.双11当天类目对接相关(会场位置更替，临时素材对接，营销时时反馈)

18.倒计时安排——告知设定自动回复、页面告知

19.11月12日短信播报销售战况，感谢活动支持

商品部

1.包括梳理商品结构，制作商品结构总表。确定预爆款，主推、常规款;按功能性区分，包含定价、库存量

2.根据确定的主推款进行文案优化

3.活动款文案撰写和优化，以及产品定价

4.确定双十一主推商品及价格，拟定商品申报表

5.规划和淘宝后台设置活动安全库存

6.主推款及常规款关联销售方案

7.新款销售跟踪，制作补货表(宝贝销量、收藏、转化率、浏览量等)

8.双11分销渠道商品规划及当天库存分配方案

9.跟踪库存商品销售数据和预售情况，及时补单

美编部

1.产品详情页设计、制作、分批次优化

2.主推款的详情页制作、制作、优化上线

3.预热期dedm单制作及双十一当天促销新品edm单

4.活动报名素材制作与优化

5.首页(预热、双11当天{有可能几套方案}、11月12日)页面制作

6.双十一单品页详情页、直通车推广款详情页制作

7.预热前、双11当天、11月12日活动、单品详情页、直通车推广款页面定稿

8.钻展，直通车素材制作

9.店铺自定义页面及商品列表页优化

10.制订大促进行中页面banner轮换准备工作(发货相关、售罄标识、库存紧张标示、实时销售更新、页面倒计时、客服旺旺号排位轮换等)

11.双十一自主购物攻略页面制作

12.无线端手机专修

13.o2o素材制作

推广部

1. 制订活动期间广告资源方案

2.根据运营要求制定直通车推广计划，并做出费用需求

3.双11专题页启用店铺推广，快捷推广，明星店铺(持续推广)，增加首页、类目页、详情页流量入口

4.启动店铺推广，增加首页、类目页、详情页流量入口

5.主推款关键字推广、定向推广

6.重点推广款，关键字卡位，多计划(持续推广)

7.制订淘宝钻展广告投放方案(预热及当天)，并做出费用需求

8.制订淘宝客推广计划方案(预热及当天)，并做出费用需求

9.直通车、钻展素材画板制作及文案撰写初稿

10.双11钻展素材测试

11.站外sns推广测试及推广计划制定

12.无线端推广测试及推广计划制定

客服部

1.客服分组：分成多个客服小组及选出小组长、排班计划，确定临时客服小组负责人。客服人员从10日-13日，建议24小时在线

2.组织客服培训计划：产品知识、软件基本使用、促销活动内容、双十一话术等

3.双11临时客服到岗及相关知识培训：店铺后台功能、旺旺操作使用、产品知识、促销活动内容、双十一话术等

4.设置添加淘宝客服子旺旺、赤兔后台、e店宝、客道等客服信息，确保各项设置准确无误

5.制定双11相关的活动内容文档、快捷短语文档、活动注意事项文档，并设置添加快捷短语自动回复等并进行核查

6.成立活动内容咨询、售后处理小组

7.制订客服应急预案，监控大促时客服旺旺流量情况、强制分流、400电话接听、紧急情况拨打电话

8.双11当天催付方案以及催款话术制定 ：

a.旺旺催付：实时催付(下单后半小时内，告之疯抢进展，刺激客户的占有欲) 例：亲~您好!你在我们家拍的宝贝还木有完成付款噢~双十一大促一年仅一次，由于销售太火爆，为了避免超卖，我们的仓库是按照付款时间来发货的噢~所以还请亲尽快付款哦。

b.短信催付：短信模板增加个性化用户信息，如订单号、商品标题、顾客姓名，提高专业程度公信力。例：亲爱的，您在本店铺购买的等商品尚付款，由于活动款数据有限，请尽快付款，避免订单失效造成的不便。如有其它疑问请咨询我们的旺旺客服。

c.电话催付：对于大额订单，高价值用户，可用电话催付，电话催付应规避常规休息时间(0:00~9:00，11:30~14:00，21:00~24:00)，催付专员应开门见山表明身份，消除客户戒心，针对客户的反应和语气作专业反应。例： 客服：你好，我是旗舰店的客服，我的名字是，你今天在我们店买的商品由于销售火爆，已经快卖完了，我们会为您再保留您选购的商品30分钟，所以想请您及时付款，我们会为您及时发货。

9.制定11日后的客户退换货方案及退换货话术方案

10.制定维权投诉处理预案

物流部

1.货品入仓及盘点，货仓摆放科学合理、爆款商品集中，便于快速发货

2.双十一仓库预打包数量及明细

3.事先标准化管理，将订单、拣货、打包、打单、贴单、出库各个环节操作标准确定

4.规划小组流水线作业方案，提高效率

5.临时或兼职人员，做好事前培训和流程模拟

6.快递合作商支持、联动，双十一开始蹲点合作，确保12销售出货能力，或者签好协议保证按期发货

7. 管理人员专职现场协调和资源调配，控制全场

8.根据发货效率预估所需人员数量，确保人员到位且进行分组管理，提前制订排班表

9.根据预计发货量增加打包流水线和定岗、货架货品合理摆放、规划优化拣货人员路线图增强效率、发货流水线实时优化，仓库合理布局规划

10.后勤保障有力：打印机、纸张、扫描枪、面单、包装箱、胶带、水、食物等准备到位

系统检查整改(解决漏单，超卖等问题)以及应急预案，系统运维人员现场蹲点，实时监控系统安全

12.提前做好赠品物料的包装工作

13.由运营提供提前打包款式及数量和进行提前打包

14.制定物流应急预案

15.制定发货目标，合理安排人手，时刻关注发货进度

16.每天展示最新的物流发货进度

需要每项工作内容的背后都是由相关责任人来执行的，所以工作必须要明确到人，只有每一项工作都明确到每一个人，后面的工作才能有序的推荐和完成。

时间节点相对应准备

从双十一进程表中可以看到，从十月十日开始，很多时间节点上就有相对应的工作内容，其实这也就是把整个双十一相关工作内容进行分解，不同时间段所做的工作也不相同。

10.10优惠劵：主要的工作是开始发放优惠劵，主要的发放形式是采用在店铺首页，详情页面，双十一预热专题页面悬挂优惠劵领取banner，客服在接待咨询时主动提醒客户领取双十一优惠劵;

10.14产品申报：10月14日需要准备好商品申报表单，产品申报时间是10月16日10:00至10月29日22:00，商品价格自由报备;店铺满减自由报备;

10.15聚划算：整个十月份关于聚划算的品牌团，商品团这两项活动的上线和报名准备工作事项较多，其目的是为了增加商品销售数据和争取双十一当天的更多活动流量和销售业绩。

10.22预热页面：双十一活动开始之前，天猫官方会进行一些预热活动，预热页面需要按照官方模板要求进行设计，参加预热页面的商家，10月23日下午15:00前提供用官方要求模板完成的承接页面链接，10月28日下午18:00前完成承接页面的所有内容。)

10.28淘金币报名：淘金币活动报名的目的也是为了争取双十一当天的流量支持和销售业绩。

10.29产品报名结束：10月29日参加双十一活动的产品报名通道关闭，也就是说产品报名结束。所以卖家要在29号之前完成所有的产品申报相关的工作。

10.31双十一预热开始：10月31号开始，官方预热活动正式开始，卖家需要注意的是，预热活动很大程度上会影响到双十一当天的业绩。

11.10亮剑：11月10日前期所有准备工作结束，大量的流量开始涌入店铺，选择商品，收藏，加进购物车的用户暴增，双十一活动正式拉开序幕。

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总六**

1.注册taobao账号。要参加双11的活动，首要你得有个taobao账号吧!记住上一年萌猪家楼下大妈就问了我说要想在双11时到网上买点东西，问我半天，各种不知道……我俄然理解了：她连taobao账号都木有。后来仍是她家楼上的雷锋帮他代买了……

2.支付宝认证。这个也是必备的，如今taobao页面注册了账号后，假如不绑定付出宝账号是无法购物的。别的付出宝账号要正常运用需求进行实名认证，详细认证方法有不明白的兄弟直接到付出宝页面上参阅流程阐明。

3.支付宝充值。这个要格外提示一下，这点很主要。假如你想买的产品较为抢手且库存少，那么即便你手快抢到了，但在规定时间内(通常是15钟内)未完结付出，那么买卖就被体系封闭了。假如此刻，你的付出宝余额缺乏，那不是看着辛苦抢来的实惠又飞走……

1.想好要买啥。萌猪一直在提示有些“剁手党”，不要过于兴奋，看到会场里东西有优惠，见啥都想买，这是极不沉着的。咱们所买的东西，是要真实有需求的东西，不要淘些无用的东西回来。所以，看到天猫双11会场中那些极具招引力的宣扬，请hou住!在活动前，咱们应该仔细想想自已究竟缺啥?一定要双十一上买吗?有必要的话，可以收拾一张淘货清单，然后依据淘货清单去做好前期选货。

2.哪个品牌、类型最合适。在断定了自个的抢货清单或方针后，下面就应该做好前期的了解了，比方想淘衣服的兄弟，你喜爱啥个性的衣服?喜爱哪个品牌?哪个样式?的确样式后，多大的尺码合适等等，都应该在双11活动前断定下来，在天猫的双11活动报价放出来后(依据惯例会以11月5日摆布)，你就可以提早将心仪的产品放入购物车中，11日活动开端后点击结算就行了。

3.看清产品概况、与卖家多咨询。在将心仪的宝物放入购物车之前，亲们要注意仔细检查宝物的介绍，如今有些店肆在产品概况中会有意地多讲长处，而会把一些格外的阐明、缺点、注意事项等放到不起眼的方位，所以咱们要格外留神。假如还有不明的，可以和店肆客服了解咨询，承认无误。

4.有的放矢、量力而行。再次提示，想明白自个究竟需求啥，不要见啥买啥，到结算时余额缺乏，即便你是土豪，浪费钱也是不对的……别的，谨慎运用分期购，格外是收入不稳定的兄弟。

双十一的魅力在于实惠，产品本身的扣头再中上红包、购物券和店肆的优惠券，那即是真实惠了!在你有了可以的确的抢货方针后，就可以去搜集天猫的双11红包、购物券或店肆的优惠券了。对于怎么取得红包的双十一抢货攻略萌猪前期已有相关的收拾，咱们在我博客中查找即可找到。

在这里要提示的是：干事要有方针。格外是搜集店肆的优惠券，假如你有了清晰的采购清单，那么只需搜集对应店肆的优惠券就可以了，其它品牌店肆的领了也无意思，不如把它们留给真实想要的别的兄弟。

ok，当你完结前面的三个过程后，那么你要做的即是休养生息，静候双11零点到来。假如你想淘的产品中有抢手产品，产品的库存又少的，那么你很人必要在11月11日0:00分活动开端时参与抢购，每年都有抢手产品几千几万伯几秒即被售罄的例子。

许多店铺为了招引人气，都会放出一些超值的产品，但数量通常不会太多，假如你正想要这类单品，那真心要抢的，那就要格外研究一下双十一抢货攻略了。假如，你想要的产品不算太抢手，且产品库存足够，那么你大可不必守到0点，好好睡个觉，11日当天有时间了登录拍下即可。

**卖家双十一攻略 双十一淘宝卖家攻略汇总七**

一、20xx淘宝天猫双11(双十一)活动综述

20xx年天猫双十一场由活动主会场、行业分会场、特色主题会场组成，商家通过海选报名最终入选双十一商家行列。会场和会场之间仍将采用赛马的晋升机制，营销玩法分为平台级、行业级和商家工具，并采用全渠道战略刷新阵地;另外，今年还首次加入了卖家双11直播环节，更多亮点值得期待。

二、20xx淘宝天猫双11(双十一)活动时间

8月18日，天猫官方正式公布20xx天猫双11全球狂欢节招商规则。那么今年的天猫双十一活动商家何时开始报名呢?

1、双十一预售商品报名：9月20日-29日

2、双十一正式商品报名：10月13日-27日。

3、双11活动预热期：11月1日到10日

4、双11大促正式活动：11月11日全天，截止到零点。

三、20xx淘宝天猫双11(双十一)报名条件

在天猫双十一招商规则中，其商家准入规则规定：20xx年天猫双11全球狂欢节”活动的商家由“双十一活动商家”和“双十一欢乐总动员商家”共同组成，拟报名参加20xx双11活动的商家，应符合天猫(天猫国际)平台营销活动基准规则和招商要求，商品满足“双11购物券”及“卖家版运费险”的活动规则;同时，商家还得满足其所在类目的20\_双11招商规则，并且接受诚信经营管控等治理措施和双11活动管理细则。

四、20xx淘宝天猫双11(双十一)会场介绍

9月14日，天猫发布20\_年双十一会场解说信息。天猫双11活动商家可根据自身的活动表现获得双十一会场资源或商品专区资源;而今年双11会场由活动主会场、行业分会场、特色主题会场组成;特色主题会场将根据不同主题有不同的会场呈现形式。

同时，会场将采用个性化玩法，“双十一活动商家”店铺或活动商品将在双11会场页面优先展现，而“双十一欢乐总动员商家”店铺或者活动商品则不具备此机会，但其活动商品将可优先展示在搜索list和类目导航list页面。

更多20xx淘宝天猫双11会场信息，后续将持续更新…

五、20xx淘宝天猫双11(双十一)玩法介绍

今年天猫双十一营销玩法包括平台级、行业级和商家工具，平台级将有全场满返、双11购物券满减活动;行业级别的将有预售、花呗分期等方式;商家自己则有买n免1、搭配宝、赠品宝、特价宝等多重玩法。同时，单店满免、免单工具功能，在双十一后半场提供相应会场，阿里会给予流量支持。另外，亿邦动力网还总结了天猫双十一玩法6大亮点：

1、双十一晚会明星+矩阵直播，打造超级ip，拉新客户、提升平台流量和关注度。

2、20xx天猫双十一流量转化率利器：千人千面的个性化推荐。

3、全渠道作为双11销量刷新阵地，扶持60多家，强调门店发货。

4、多门槛跨店满减优惠玩法，提升促销联动和流量转化。

5、备货主打秋冬新款、商场同款。

6、天猫全球潮流盛典，将作为双11预热期时尚方向主推重点。

每年的淘宝天猫双十一，都是淘宝、天猫众多商家必争之日，也是消费者忍不住“买买买”的剁手时刻。在当天大促的24小时里，有人惊喜，有人悲哀，有人暴富，有人平淡。作为商家或消费者的你，是否已做好准备?一起坐等双十一狂欢节的到来。

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！