# 如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)(5篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-04-17

*如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)一1、店招（清晰，醒目）。2、页头大图广告 ①主题“双十一”。②文案“老板不在家，我们偷着卖”。③场景选择“春运背景或者兔斯基排队的背景，以烘托出疯狂抢购的效果”。④产品“徜徉花韵”。3、小图...*

**如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)一**

1、店招（清晰，醒目）。

2、页头大图广告 ①主题“双十一”。

②文案“老板不在家，我们偷着卖”。

③场景选择“春运背景或者兔斯基排队的背景，以烘托出疯狂抢购的效果”。

④产品“徜徉花韵”。

3、小图广告引流。

枕头套餐系列——多关联sku。

高弹力抗压枕 原价79 成本14 特价9.9。

全棉舒适枕头 原价208 成本19.5 特价29.9。

羽丝绒（防雨布） 原价276 成本23 特价39.9 薰衣草枕头 原价162 成本27 特价59.9。

羽丝绒小缎格 原价338 成本29 特价69.9。

加任意花型涂料印花四件套=228。

4、设置满减送活动

单笔订单满300立减20。

单笔订单满500立减50。

单笔订单满1000立减100再送。

单笔订单满20xx立减100再送水洗靠垫被一个。

5、设置收藏、分享、关注有礼

在店内消费任意价格产品后收藏本店，并截图给我们，立返5元。

在店内消费任意价格产品后并通过新浪，腾讯，人人等分享后截图，立返5元 在店内消费任意价格产品后，登陆新浪，腾讯，人人等加我们好有，关注之后截图，立返5元。

（5元现金待客服确认之后7天内打入您支付宝账户）

1、全场价格2~4折起。

2、部分商品限时限量抢购。（秒杀）

3、新款预定。（前200名预定的返定金）

1、qq好友 将店铺链接，活动信息逐一发给他们。

2、微博关注：加官方微博，转发活动信息。

**如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)二**

i will

change your destiny

you can be anything

always in beta

根本停不下来

capture different

delighting you always

live in

the best a man can get

你值得拥有

怕什么

life is good

不设线

未来无所不能

we break the rule

keep walking

ready for more

forward thinking

never stop exploring

just do it

你所有的热爱

全在这里，尽情尽兴

天猫全球狂欢节

你所热爱的，全在这里，尽情尽兴。

也可能是一支你从没见过的——在一个品牌的广告里融入了这么多个其他品牌的广告的广告。

看下来你会发现，该来的大牌基本上都来了。

而更值得咀嚼的是，当nike、new balance、sk-ii、canon、levi\'s、beats、smart、炫迈、欧莱雅等等这些品牌的广告语串联在一起，组成旁白文案被读出来的时候，它们彼此之间不再是孤立的存在，而是有了某种隐性的互动关系，从而在整体上形成了一首带点诗意的品牌诗。

要知道，光是把准这些品牌的品牌规范和基调这一点，就有得双方你来我往的沟通和协调甚至撕扯了。

那到底是什么样的原因让天猫选择了这样一种吃力的方式来做这条双十一主广告呢?

通过观察天猫最近一年来的4点变化和这些变化背后的动机，值得注意的是——

在受众印象层面，天猫越来越不满足自己在外界眼里只是一个中国本土的卖货电商平台，正一步步致力输出自己的国际化形象。

在内容建设层面，天猫自身已经有越来越强的媒体属性，有自己输出信息和创造信息的能力;

在广告宣传层面，天猫的广告呈现出两个趋势，一个是追求无国界的娱乐化语言表达，一个是深度链接融入中产阶层的生活日常。

在品牌合作层面，天猫把自己当做一个孵化器，协力入驻在平台上的品牌一起，跟消费者探索趣味化的沟通可能性。

如果探究这些变化，其根本原因都离不开——天猫想把自己打造全球范围内一个极具辨识度的超级消费符号——这个动机。

数一数的话，从20\_年到20\_年，双十一已经走过了8个年头。

这8年时间里，天猫的触角从根植本土到走向全球，双十一也逐渐从一个全民购物节变成了一个全球顶尖品牌在这里彰显生活方式的主阵地。

而天猫的那个“猫头”本身，也正在成长为一个极具识别性的超级消费符号。

20\_年双11，天猫联合玛莎拉蒂、徕卡、beats、吉利、沙宣等49个品牌方制作了猫头海报系列，为消费者呈现了一场前所未有的广告视觉盛宴，且又联合30多个品牌联合打造了一支视频广告，以品牌slogan串联成一首流畅的品牌诗歌，旨在充分表达中国的消费者是如何生活在他们所热爱的品牌世界里。

在开放、融合、赋能的精神旨意下，无论是“猫头”的品牌广告系列还是以品牌slogan串联的视频广告，天猫都自掏腰包为这些品牌在各大渠道和媒介进行宣传造势和品牌营销。

all in one，融合在一个世界。天猫联合品牌方们不仅要为消费者创造更多消费奇迹，还有更多的生活可能。

**如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)三**

又到年尾了，在天猫xx商城的客服工作又过去了一年，下面对这一年的工作总结如下：

对于客服来说，熟悉自己店铺产品是最基本的工作，以前在公司对于每一个新产品上市之前，都要开展相关的产品培训，客服是联系店铺和客户之间的桥梁，一旦这个桥没搭好，也许你就永远失去了这个客户。对于产品的特征、功能、注意事项等要做到了如指掌，这样才能流利解答客户提出的各种关于产品的信息。

前文如何招聘网店客服已经提过，作为导购客服来说，最好要热情、活变。一个优秀的客服懂得如何接待好客户，同时还能引导消费者进行附带消费。对于那些讨价还价的客户，首先需要阐明一个店铺立场：东东的价格都是很低的，不好再还价了。如果客户非的纠缠在价格这个因素上，看情况决定是否接下这单生意，就算最终给客户优惠了，也要顺水推舟让客户觉的这个优惠来之不易，是店铺对他个人的特殊优惠。在接待客户这个环节主要有2种途径实现，一是利用阿里旺旺、qq等即时通讯工具和客户进行沟通;另外一种则是接听客户打进来的电话。对于电话沟通，要求客户更具活变性，毕竟你无法像在旺旺上一样，拥有足够的时间进行思考。

店铺页面上的库存跟实际库存是有出入的，所以客服需要到网店管家当中查看宝贝的实际库存量，这样才不会出现缺货发不了订单的情况。现在利用一款淘宝卖家专用的浏览器：网店奇兵，可以在页面上同步库存数据，非常的方便。

很多卖家朋友容易忽视这一点，虽然大部分客户在购买的时候，地址是正确的，但也有一部分客户因收件信息发生变动而忘记修改，做为一个买家来说，本人经常帮朋友买东西，有时候也会忘记修改成朋友的收件信息，所以在客户付款之后，记得跟你的客户核对一下收件信息，不仅可以降低你的损失，也可以让你的客户觉的你是在很用心的做事情。在核对客户信息的同时，还要提供店铺可以发的快递公司，询问客户喜欢发什么快递，毕竟每个快递公司在每个城市、每个区域的服务水平都是不一样的，根据客户的需求，一切以客户为中心，如果客户没有明确表示的，快递我们就默认发。

有时候客户订单信息，或者是收件信息有变，那么作为客服来说，你就有义务将变动反馈出来，这样，制单的同事就知道这个订单信息有变动，一般情况下，默认用小红旗来备注，里面写上变动事由，修改人工号和修改时间，这样，变动情况就一目了然了，后面用网店管家做单的时候也能直接的抓取出来。

货物发出去之后，用短信猫给客户发条信息，告诉包裹已经发出，也可以增加客户对你店铺的好感度。对于拍下商品未付款的客户，如果旺旺在线的客户，可以在下午的时候，给客户发个信息就说快到截单时间了，如果现在付款的话，今天就可以发货。这叫做“催单”，对于客户来说，有些客户可能下单后忘记付款了，然后慢慢就忘记这回事了，你稍微提醒一下，让他想起这回事，这样的话，等于你又多拉了一个客户。对于那些没打算购买，只是一时冲动拍下的客户，可以手动关闭订单，虽然淘宝系统到时候会自动关闭，方便其他同事工作，重复拍下的订单类似此法，关键要跟客户联系一下，问清楚购买意向。

淘宝网开通货到付款功能，对于卖家来说，是一个好事情，但是很多买家并不清楚货到付款的含义，直接选用货到付款，等收到货物的时候，一看价格比网站上贵一些，于是会认为你店铺是在欺骗他，拒收订单，如果只是拒收订单，你只是需要多支出一些快递费用，但是如果客户在心里认为你是在欺骗他的话，你失去的可能就是一群客户了，所以，对于客服来说，一看到货到付款的订单，需要立即联系买家，告知货到付款的价格稍微要贵一点。如果买家同意发货到付款那就可以通知制单的同事打单发货了，否则就需要重新下单。这一点本人深有感触，货到付款刚出来的时候，发现货到付款的拒收率很高，于是后来我们就让客服给客户打电话确认，虽然电话费是多支出了一些，但是实施情况证明：正常情况下非快递因素的拒收率为零。

交易完成之后，记得给客户写个评价，这是免费给店铺做广告的机会。

很多朋友被这个信誉度搞的欲哭无泪。中差评不是魔鬼，中差评不可怕，可怕的是不去处理。当发现有中差评的时候，赶紧跟客户沟通下，看看是什么情况导致的呢，客户不会无缘无故的给你中差评的，先了解情况，然后再来解决问题，晓之于理，动之于情，一般客户都会给你修改评价的，对于一些恶意评价来获得不当利益的买家，客服就要注意收集信息了，以便为后面的投诉翻案收集证据。

比如前面说到的网店管家或者淘宝网店版这类的店铺管理工具，借助辅助工具，提高工作效率。

**如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)四**

一年一度的“双十一”狂欢购物节又到来了，大家为期待了一年的购物狂热期“光棍节”早已做足了准备，各行各业也在这期间大打促销牌，为了迎合这么热烈的购物氛围和观众的热情，东风标致肯定也不会错过这个好机会，在这期间也疯狂一把，购车低价大促销，为的就是回馈广大长期关注上饶标致的朋友，在活动期间推出了特别优惠政策。

活动优惠方案一：大定金有大收益

参与条件：

客户于xx年10月15日-xx年11月11日订车，并在11月30日前完成提车。

2.301、307两厢、308、408、20\_在线支付定金3万元;508、3008在线支付定金5万元

客户收益：1500元现金折让+高额余额宝收益

活动优惠方案二：天猫付定金500元抵扣线下车款1500元

参与条件：

1.客户于xx年10月15日-xx年11月11日订车，并在11月30日前完成提车。

2.在线支付定金500元

客户收益：1500元现金折让

活动优惠方案三：tmall 双十一东风标致购车梦想

参与条件：

1.客户于xx年10月15日-xx年11月11日订车，并在11月30日前完成提车。

2.在线支付定金500元

3.用户关注支付宝钱包“东风标致”服务窗，并且通过手机支付宝服务窗下单购买活动车型

客户收益：1500元现金折让并获得梦想好礼(行车记录仪)

活动时间：xx年10月15日-xx年11月11日

**如何写天猫网双十一策划天猫网双十一策划方案(精)五**

20\_双11购物券可以通过积分兑换或者互动活动发放获得双十一购物券。双十一购物券为商家让利行为。商家根据店铺商品的一级类目设置不同的阶梯门槛，消费者购买该类目下的商品如果有双十一购物券可按照对应类目门槛进行抵扣。购物券的面额为10元。根据商家设定的类目门槛可进行多张叠加抵扣。一个订单最多使用30张购物券。

有人说双11秒杀一定得要有软件才能秒杀抢到，小编我给否定了，双11秒杀是有技巧的，但不包括是使用软件。双11秒杀最基本的前提条件是，网速要快、电脑要快、手机也要快才行，电脑方面，秒杀之前最好是关闭掉电脑里面后台会悄悄自动上传的那些软件，要不然这样会拉掉很多网速的。

秒杀的时候浏览器也是有一定的关系的，有几款浏览器用起来还可以，推荐使用360极速或者搜狗浏览器，这两个用起来还行。秒杀前要提前登陆，最后是登陆后将其加入收藏夹里面，方便时间点了容易找出来。

设置好浏览器的输入法，一般是要在英文的状态下才行，这个秒杀的时候会出现验证码，多数是提前输入英文字母，或者是全拼，拼音的首个字母，等等。商品秒杀时间会在后期更新，敬请留意获得双11秒杀商品的具体秒杀开始时间。

相信很多网购爱好者在最初的时候都遇上过这样的问题，自己下单付钱了，商家也按时发货了，但购买的东西却送到别的地方去了。这样的情况，一般来说是收货地址出现了问题。要避免“丢货”事件的发生，省去与客服联系的麻烦，一定要在付款前确认收货地址、收件人、电话是否有误。

“双11”是商家最忙碌的时候，每天都有很多货要发的，你要是下单晚就得等很长时间才能收货了，也许到货的时候你都已经不需要了。比如生鲜食品，因为保质期很短，如果在发货时耽搁了，就会变质。而生鲜食品是不支持七天无理由退货的，所以货到了你手里，就算坏了也是不能退的。所以，如果不想浪费钱，一定不要在“双11”期间购买急用物品、生鲜食品等。

延伸阅读：对于20\_年双十一，蔡勇表示，今年的双十一天猫与往年不一样的是，将更多注意移动端的碎片化和社交化。

蔡勇称，天猫会场的玩法今年除了保留传统的方式之外，还会更多地开辟个性化地会场，突出以个性化为导向的会场模式。

为了帮助商家做更好的双十一，天猫也将推出更多商家端的产品，包括流量宝、迎客宝和offercode。

其中，迎客宝还在封闭内测阶段，是阿里巴巴数据化开放的一个尝试，可以帮助商家完善客户营销。offercode是一个开放式的产品，也会在双十一期间推出。

此外，蔡勇在会场透露天猫无线今年最核心的特色将是跨境购物、平行进口、新品首发、超市&生鲜、一站式服务，在这个环节，天猫从信息、金融、数据、物流、服务都将做一个更开放的平台，以便利很多企业级的集团轻松接入。

蔡勇表示，在过去的一个财年，天猫无线增速将近2倍。20\_财年，天猫app希望能够继续领跑b2c市场，定位将从购物入口向品牌旗舰入口转变。

据了解，此次会议主题“我们的小时代”直指20\_年移动电子商务行业趋势，针对移动电商、o2o、零售业、服务业、跨境电商等多个领域，面对去中心化的时代下，年轻的客群、细分的市场、场景化的需求，探讨如何建立重度垂直的商业模式，寻求生存的根基。

此次大会由成都市人民政府主办、成都市商务委员会、亿邦动力网承办，思路网协办。据承办方亿邦动力网介绍，大会分别从“小而美怎么活”、“二次创业怎么破”、“垂直场景化怎么走”“小历史要重写”四个板块入手，讲述在时尚零售、整形、二手车、女同、少妇等多个新鲜电商领域与移动互联网的激情碰撞。

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！