# 电商促销文案书法范文(共29篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-04-12

*电商促销文案书法范文 第一篇活动主题:欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年活动目的:稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售活动时间:xx年1月27日—xx年1月31日活动一:迎新春，贺新年，送春联活动时间:xx年1月27日活动内容...*

**电商促销文案书法范文 第一篇**

活动主题:欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

活动目的:稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

活动时间:xx年1月27日—xx年1月31日

活动一:迎新春，贺新年，送春联

活动时间:xx年1月27日

活动内容:凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取xx年台历一本。限50名，送完为止。

操作方法:

1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放;

2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动二:年到福到礼送到

活动时间:xx年1月27日—xx年1月31日

活动内容:

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法:

1、卡片需加盖分场专用章;

2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收;

2、新年卡片设计制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取;

3、红章制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取;

4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部;

5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

活动三:庆元旦贺新春送大礼

活动时间:xx年12月31-xx年1月18日

活动内容:凡在超市活动店购买“、”系列纸单张收银条金额满20元即可凭收银小票领取价值元的情侣皮夹面子1条，满40元领取2条，单张收银条最多领取2条

操作方法:

赠品直接送到配送中心物资库，由物资库进行统一配发至相关活动店，并记录所发赠品数量分量

1、活动结束，分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部，附换赠明细表;

2、营销部整理收银小票明细发物资库，物资库按照明细表回收分场未送完赠品，统一退供货商;其中出现的数量短缺由分场自行承担损失金额;

3、已换部分商品由营销部提供的收银小票报商家处进行冲兑;

活动四:、影楼喜连缘，百家欢喜贺新春

活动时间:xx年1月1日

活动内容:在活动时间内，凡在本超市一次性购买金额达到一定标准，凭单张收银条均享受

一次性购物满58元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元免费照全家福一次，限3人，送两张

操作方法:

1、超市在专版海报上宣传活动内容，并宣传影楼的特色服务。

2、影楼提供折扣支持和照片支持。

3、双方本着互惠互利的原则，如果任何一方未能满足方案中提出的要求，均承担另一方的所有损失。

4、满足金额的顾客的收银条均加盖分场章和附上影楼宣传册，顾客凭此据均可在影楼享受优惠。

5、顾客享受优惠时间截止到xx年1月20日

7、收银员在收款时，查看顾客是否满足其条件，然后将收银条加盖章与送出宣传册。

**电商促销文案书法范文 第二篇**

>>  一、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。

>>  二、活动时间

  11月7日至11日

>  三、活动内容

  1、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。)

  2、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。

  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。)

  3、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。)

>  四、活动宣传

  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。

**电商促销文案书法范文 第三篇**

>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!

3、O2O(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢!

4、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：

(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。

屌丝逆袭白富美，完胜高富帅!元、元、11元、110元热抢超级单品!

11月7日至11日，每天11款单品，仅用元、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：元(面点王折、客家人8折、芋仙人折、面包乐园折扣7折券)，

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

**电商促销文案书法范文 第四篇**

>一、光棍节简介

>二、活动背景

光棍的世界是一个充斥着无聊与空虚，同时又拥有很多怒吼的世界。在这里你绝对找不到红尘的影子，它是一片净土。这里他们相互扶持、相互依靠，每天实在无聊的时候就用那让人胆寒的声音打破原本就不平静的世界。在20xx年11月11日这一天，无疑是光棍们证明自己的最佳时机;让世界都知道咱们是光棍，可谓是千年难遇，就让不是光棍的人去羡慕吧!听见了吗，他们正在怒吼，光棍节，comeon!

>三、活动目的

让“20xx”这个光棍节不再孤单!让一直是光棍的和新加的光棍们一起欢度一个有意思的光棍节。

>四、活动主题

新华光棍节晚会

>五、活动时间及地点

20xx年11月11日地点：待定

>六、活动对象

学院全体师生

>七、活动流程

(1)前期准备：

于11月8—9日在校园摆摊接受报名，报名表需填本人信息以及暗恋的人的资料或心仪对象的外表特征，以便于进行男女搭配。开展“签名有奖”活动，凡是当天签名的都有机会在晚会上获奖。

(2)晚会期间：

主持人致辞，宣布晚会正式开始(19:00)

节目一：(热歌high起全场)

游戏环节：男女搭配第一环节，主持人宣布比赛内容及规则(抽取选手分成若干队，配上编号进行比赛。比赛内容：游戏。被淘汰者可等下轮抽签继续参与

节目二：热舞

游戏环节，同上。

节目三：街舞表演

抽奖(报名当天所签名的人里面抽，若无人认领则放置一旁，一共10个名额)

游戏环节，同上。

节目四：街舞表演游戏环节

将决出最后3组选手(视具体情况而定，若第四环节少于5组选手，则只选出一组)

选出最具人气组合。(主持人视欢呼声或举手表决)颁奖

合唱《单身情歌》晚会结束

>八、后期工作

1.设备归还：将桌、椅、收拾整齐，归还。

2.费用报销：对活动期间支出费用统一登记，结算。

>九、应急方案

1.准备多些报名表，以备不时之需。

2.为达公平公正，活动期间各部门干事相互监督。

3如果下雨,要有秩序的调度人手,避免碰撞发生。

4.出现突发事件,要疏散人群.及时向领导报道。

>十、注意事项：

1、所有人员必须爱护公共物品如有损坏需要自行配付。

2、当晚一切活动以组织人员安排为准。

3、禁止一切暴力、粗俗、下流的言行与动作出现，违犯者当场清理出局。决不留情。

>十一、经费预算

光棍节活动

11月11日，如果没人搭理，那就是一个不着四六儿的日子;但如果说是光棍节，所有人都会会心地一笑：呵呵，可不是嘛，没有哪天比这一天更形象、更贴切了。光棍节这个不土不洋的节日，也被餐饮行业盯上了，餐厅纷纷推出活动庆祝这个时下年轻人中流行的节日。

光棍节11套餐

活动要点：顾名思义，这个套餐完全是由11组成的，对于那些炫耀型的光有们是个不错的创意。11个光棍一起吃饭，必须在餐厅的11号包厢、进门拿的是11号的报纸、用11套餐具、吃11道菜、喝11杯饮料。每道菜都必须是符合11这个数字，例如：11个烤肉串、11个四喜丸子。吃饭要吃1小时零1分。用的餐巾纸上都要有与光棍节相关的宣言。餐厅还要为光棍节精选11首光棍情歌，作为背景音乐。

光棍节烧烤派对

活动要点：11个单身男青年，11个单身女青年，五官端正，四肢健全，有稳定工作与收入，没有法定或非法定伴侣。活动内容烧烤，解手绳，跳圈舞，大合唱，两人三足，呼唤盲人，情侣绘画，散步聊天(分组比拼，最终落后的队伍要受神秘大惩罚)。每人1只鸡翅，1根香肠，1条番薯，1棒玉米，1支茄子，1根香蕉，一条面包，一瓶水。大食者自备丰盛午餐或烧烤材料。

快闪+主题交友派对

活动要点：餐厅为参加活动的每位光棍发一个号牌，每一个号牌分为光光和明明两种。活动开始号牌一样的光光和明明组成一队做模仿快闪游戏。配合号的发给剩斗士标签，配合不好的重新组合，在进行决斗大家都找到光光和明明为止。最后大家一起享受套餐。

**电商促销文案书法范文 第五篇**

>时间：

9月14日晚17：00——18：00

>地点：

国贸大厦二楼金牛厅、万盛兴酒楼、景阳楼、旅游大厦环境布置：餐厅以及大堂的环境布置，尽量突出“祥和、团圆、喜庆”的中秋佳节氛围用餐特色：

1、9月14日当天，制作一个特大月饼，白天放在大堂展示，营造节日团圆气氛。正式用餐前设一大香案，将月饼放上香案，请酒店总经理和明星代表上来切开大月饼，并宣布团圆餐开始。

2、餐厅中间设一主桌(10人左右)，供参加团圆餐的剧组及明星用。原则上每个宾馆邀请一个剧组。

3、根据游客的需要，制作出经济等、温馨等、豪华等的团圆宴标准，并分别提供菜单，所列菜单中菜名须有“团圆”寓意，具体由酒店落实。我公司统一宣传，具体订餐由旅行社自行与各酒店联系，订完为止。

注：其它酒店可推出有特色且符合中秋含义的菜单来吸引游客。

**电商促销文案书法范文 第六篇**

>  一、活动时间

  20\_\_年11月7日-11月11日

>  二、活动内容

  1.全场满就减：

  双11大牌美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折!

  2.线上线下互动，十万大牌折扣券提前抢!

  十万抵用券免费疯抢!大牌化妆品折后满额立减，低至折上7折!

>  三、活动细则

  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货商和店铺按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

  5.吊丝逆袭白富美，完胜高富帅!元、元、11元、110元热抢超级单品!

>  四、活动细则

  11月7日至11日，每天11款单品，仅用元、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!

>  五、品类营销亮点出击

  双11作为店铺的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议所有品类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)保湿膏霜类。

  2)补水乳液类。

  3)原液/精华液类。

  4)彩妆类。

>  六、VIP营销情感攻势

  VIP浓情招募：

  单日消费满50元即可免费办理VIP卡一张，单日消费满500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。(异业联盟，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。

>  七、文化营销攻心为上

  双11，单身情人场·光棍走起。

  单身男女在本店购物满198元即可以获得\_\_电影院单身贵族专属票，男生还可获玫瑰花一支(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：\_\_电影院1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

>  八、氛围布置营造旺销

  1、店门口主展区/各品类展区：

  沿用20\_\_年秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

  例如：光棍节来\_\_化妆品店=吊丝逆袭白富美等鲜明标识。

  2、橱窗/柜台：双十一灯箱片、立式POP架。

  备注：活动详情请以店内标识为准。

**电商促销文案书法范文 第七篇**

>一、活动目的：

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又贏得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

>二、活动时间：

20xx年9月23日——20xx年10月8日

>三、活动主题：

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

>四、活动内容：

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)

“欢乐在华联，情浓意更浓”

1、xx年年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2、xx年年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消費者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相當丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋補保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期間的销售。

3、xx年年名酒名特产荟萃展

中秋节本來就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售額的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停!

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推!(建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

>五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，dm的制作与发放，活动的监督执行。

制作页面为大4k、8p，费用约为6k。

具体内容根据公司总体安排。

**电商促销文案书法范文 第八篇**

>一、活动背景：

光棍节是大学生自创的节日，来源于11月11日这个特殊的日子，在这个新时代大学生自创的节目中，可以感受同学们对情感的表达需求，借这个单身一族特有节日的良机，给同学们一个自我表达情感的机会。

>二、活动目的:

为丰富同学们课余文化生活，营造良好的校园文化氛围为目标，并积极为此做出努力和创新。让一直处于单身的大学同学们，释放自己的学习压力，排除自己的寂寞、孤独的无聊心情。

>三、活动主题：

交友万岁，单身无罪。

>四、活动时间：

20xx年11月11日21:00-22:00

>五、活动地点：

风雨操场

>六、活动对象：

20xx级预防医学2班单身贵族

>七、活动主持人：

xxxx

>八、活动内容：

(一)所有参加活动的班委合唱《单身情歌》。

(二)现场选出十男十女，分为两组，男女对视30秒，先眨眼着向对方说情话，先笑者向对方朗诵情诗，均犯规(包括一方犯规引发另一方犯规)者情歌对唱，最终获胜者赏糖两块，剥开送入对方口中。

(三)现场选出三男三女，男生蒙住眼背女生，女生为男生指路绕过路障(如：有气球要踩爆，有鲜花要捡起来送给女生。)，先到终点获胜;输的同学男生向女生告白，并要得到对方同意。

(四)现场选出五男五女，一男一女隔开坐成一排，用脖子和下巴、肩膀夹住苹果，一一传递，把气球掉下来的同学，接受惩罚。

(五)每一组选出一男一女，在脚上绑上气球，让六组同学出来互相踩气球，一分钟后，剩的最多的小组获胜。并将获得礼品，输的同学公主抱10s。

(六)考察男女之间的默契度，现场选出三男三女，将他们的一只脚绑在一起，先到达终点的获胜。男生和女生合演一个告白片段。

(七)请班里资深情感专家介绍恋爱经验。

(八)全班合唱《爱我就跟我走》

(九)抽取提前写好的带有同学祝福的明信片。

(十)向所有同学分发一份光棍节小礼品。

>九、经费预算：

xxxxxx

>十、注意事项：

1、以上活动参加人数可达52人次，主持人应尽量让同学们全员参与。

2、由于11月11号为周三，晚上有课，若是在该日晚上举行，则应动员组长督促组员快速前往。

3、提前通知同学们熟悉《爱就跟我走》的歌词。

**电商促销文案书法范文 第九篇**

>一、活动主题

xx陈酿，乐享中秋

>二、活动背景

中秋节和国庆节两节一起，广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而白酒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。市场部希望能够以中秋节为契机，在餐饮、商超和流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，拉动市场销量，为市场旺季的到来做一个良好的开端。

>三、活动目的

推动xx陈酿白酒的旺季销售，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

>四、活动时间

xx年xx月xx日——xx年xx月xx日。

>五、活动地点

xx超市(xx店、xx店)

>六、活动形式及内容

(一)活动形式

初步定为买赠形式，分场内和场外，xx超市外进行抽奖活动。

(二)活动内容

凡在活动时间内购买xx陈酿精品、珍品、尚品、典藏、君尊系列白酒均有优惠。

注：此优惠政策适用于场内和场外，场外可适当增加买赠力度。

(三)xx超市外促销活动

购买xx陈酿盒装任意产品一瓶或者一瓶以上者均可参加一次现场抽奖活动，中奖率为100%。

(四)奖项设置和控制原则

本次促销活动设一、二、三等奖和参与奖

一等奖：赠xx陈酿典藏1瓶。

二等奖：赠xx陈酿精品1瓶。

三等奖：赠xx陈酿小红瓶酒1瓶。

参与奖：赠打火机1个。

>七、活动执行细则

(一)活动店的选择条件

1.活动店规模比较大，地理位置位于居民小区的聚集地，能起到户外宣传的作用。

2.营业时间的客流量大，能起到店内宣传的作用。

(二)活动店的提报程序

1.参加活动店由商超主管按照平时的销量表现提报，由销售部评定决定是否进行活动。

2.评定完成后结果传报相关店面的促销人员进行准备，准备期不少于两天。

3.批准后三天市场部人员完成促销用物料准备，促销部人员完成人员准备。

4.活动的前晨会相关人员进行安排：

(1)物料盘点

(2)人员明确岗位要求。

5.进行相关物品领取。

(三)促销活动的广宣安排

1.在各大超市显著位置张贴海报(海报上为活动内容)。

2.在超市的DM刊上刊登优惠活动。

3.超市内申请堆头，配合促销活动。

4.超市展架上的爆炸签。

5.场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

>八、活动执行时间进程

(一)xx月xx日前确定各项活动政策，完成报批

(二)xx月xx日前完成各项所需物品准备工作。

(三)xx月xx日正式实施阶段

现场要求：

1.促销员必须在早晨8点到位。9：30完成现场的陈列。

2.现场生动化陈列要求。

每个门店摆台为两组平行陈列，展台外层有关于活动的POP文字说明。

赠出产品必须详细在报表登记。

活动结束详细盘点货物数量，核对无误人员签字。

(四)人员安排

1.负责人：xx

商超渠道业务员、临促(负责前期的协调和店面的促销活动)。

2.市场部人员1名(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

>九、广宣文案及所需物料

POP海报。

促销台、空箱子、气球、红色手提袋。

活动礼品：果粒橙、露露、茶礼盒、汇源礼盒、八宝粥。

>十、活动所需物品及费用

(一)所需奖品申请

一等奖：xx陈酿典藏10瓶。

二等奖：xx陈酿精品20瓶。

三等奖：xx陈酿小红瓶100瓶。

幸运奖：打火机140个。

(二)所需费用

果粒橙：13件xx75元/件=975元。

露露：10件xx58元/件=580元。

汇源礼盒：40个xx38元/个=1520元。

八宝粥：40提xx30元/提=1200元。

临促：6个xx50元/天=300元。

海报：6张xx20元/张=120元。

展台：6个xx200元/个=1200元。

气球：2袋xx5元/袋=10元。

**电商促销文案书法范文 第十篇**

>一、活动背景

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。

>二、活动方案

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

>三、活动跟进

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。

**电商促销文案书法范文 第十一篇**

>一、前言

1、单身礼品

过节送礼！这样的炒作方式很符合民意，尤其在这百年一遇的神棍节呢，是不是幸运的神棍，都想送自己一样特殊的礼品来纪念或者祭奠一下这个很特别的时刻。自己送自己礼物，当然也要有好友送自己礼物的刺激喽，光棍节本来就是个寂寞的节日，好友借此机会送礼，是不是会让人感受到一点点温暖呢？

2、11元抢购

11元抢购？这可是京东商城最近正热搞的呐。是不是很有创意？当然了，想搞好棍棍促销，首先要算好成本，要做到薄利多销，还要借此良机打好名气，为以后的生意做铺垫！11元，真的不是很贵喽，每一个人都会舍得在这样的日子里话费不大的价钱，买到一件心仪已久的东东，所以你的产品还要有吸引人又实惠的优点哦！

3、降价促销

降价促销，永远都是节日促销不变的主题！降价，要巧妙地降价，要让消费者感受到真真正正的实惠，你才有销路，才能大赚一笔的哦！降价若不当的话，很容易给消费者造成负面的影响，这可是事关你以后生意能不能成功的关键呢！

4、送光棍节吉祥物，祝福光棍们早日脱光

每一个光棍都是不想就此光棍下去的吧！所以吉祥物会被奉为上品哦，当然也可以“进店有礼”，送个性的光棍节吉祥物，这样能吸引大批的消费者进店的，进得人多了，生意自然就旺旺了。当然，您也可以在消费者购物满多少元的时候送什么级别的光棍节吉祥物的。

>二、活动背景

在活动前夕，商家可以参加淘金币、聚划算、等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在活动中的销售做铺垫。“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。20xx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，许多人的集体疯抢，以及多家知名品牌参与。单日成交额达上好几亿。

>三、活动时间与活动商品

活动时间：11月7日到11月13日活动方式：

1、淘金币：挑选10款产品(顾家支持)上淘金币活动聚划算：挑选3款产品(顾家支持)上聚划算活动。

顾家商品A，原价xxx，淘金币价xxx+100淘金币，数量500份，折扣5-7折，附送一些小礼品等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫。

2、活动时间：凌晨一点至24点。

宣传语：全场五折还包邮哦！

>四、活动目的

**电商促销文案书法范文 第十二篇**

活动时间：12月7日到12月15日

主题：这次活动主要以满就减、满就送、满就抽奖等形式，主要突出双12同学节活动的主题。

目标：10W，500单

提纲：

一、售前的准备工作

二、售中的跟进工作

三、售后的服务工作

一、售前的准备工作

1、选品：活动商品要挑选具有优势的产品，比如，价格优势，款式新颖，质量过硬等。当然，所有所售商品一定要有自信，不要以次充好，好的产品才会带来更多的回头客，更多的好评，更高的DSR评分，更低的退换货率，减少客服和库房的工作量，降低运费成本。总之，产品一定要物有所值。详情请见选款文档。

顾家商品A，原价\_\_\_，淘金币价\_\_\_+100淘金币，数量500份，折扣5-7折，附送一些小礼品等，例如礼品杯，环保袋，鼠标垫

2、营销：做好店铺商品的关联营销，搭配好推荐套餐，例如：外套+打底衫+裤子等，平时的促销手法也不能停，如：收藏有礼，满就送，好评送金，关注送卷等。

活动规则:

(1)消费券只限购买原价商品;

(2)聚划算商品不参加双十一活动。

3、装修：活动开始之前要做好店铺的装修工作，突出活动的主题，将主促商品美化好。

4、推广：店铺装修之后马上进行双12的预热推广及制定双12的详细推广方案。

5、备货：活动中销量大的商品以及赠品，备足货源;包装耗材准备充分，比如纸箱，塑料袋，快递面单，胶带，不干胶，美工刀，打印耗材等。

6、库存：在活动开始前，进行一次库房盘点工作，做到账务相符，即系统库存和实际库存相符，避免出现超卖少卖现象。注意：超卖的后果很严重，将严重影响顾客对本店的影响，严重影响DSR的评分以及动态评分。

7、整理：这里主要说，库房货物整理，货位货物摆放整齐，备货存放位置明确，这样出货效率，准确率才会提高。

8、场地：活动期间，包裹会比平时多很多倍，所以场地方面一定要提前规划好，做到人员位置合理，包裹整齐摆放，有利于提高整体工作效率。

9、人员：合理分配各部门的工作人员，以及各部门之间的相互配合。告诉大家：活动期间，大家要调动自己的积极性，在完成自己工作的同时，去配合相关部门一起完成工作，大家要拧成一股绳，才能高效率的完成任务。管理人员要发挥好协调的工作。

9、培训：特别是客服的培训，活动量的巨大，需要客服做好和客户之间的FAQ(疑难解答)。活动过程中，每个客服的旺旺需要面对几百、甚至上千顾客的问答，做好顾客分流工作，尽量让老客服多分担一些顾客，提高工作效率，这需要技术支持。

10、交接：部门与部门之间的交接，部门内部之间的交接，库房和快递之间的交接，都要做好。特别是库房和快递之间的交接一定要清清楚楚，避免丢单落单现象，这个很重要。

**电商促销文案书法范文 第十三篇**

  双十一大促虽然被称作电商人的“抢钱”大战，但是如果不得其门而出，那也只能落得个陪太子读书的结果。所以，想要玩转双十一，必须对玩法有个透彻的了解。下面，我们以营销流程为主线，盘点双十一大促中需要做好的14项工作。

>  第一：活动立项

  活动立项就是对双十一营销进行一个总的规划，主要对活动目的、活动形式有个明确的界定。

>  第二：制定销售目标

  根据店铺自身的情况，结合活动本身的特点，合理的规划销售额和销售产品款式和数量。

>  第三：确定营销利益点

  在这一阶段，我们要对活动思路进行简单的时间线规划，确认活动形式和活动力度，方便后期的工作安排以及后续各方面的人员对接。

>  第四：分解流量入口

  合理的分解流量的进入方式，做一个大体的预估，以便具体的把握整个活动的进程距离设定的目标有什么差距，以及需要怎么去做。需要考虑的点包括：免费流量没有到预期，需不需要引入直通车或钻展拉动流量等等。

>  第五：备货

  有了销售目标和大致预估，就可以根据每个类目、每个产品的不同特征进行备货。备货既不能备的太少影响后期发货，也不能备的太多，产生过大的库存压力。

>  第六：确定装修节点

  根据美工的工作效率，时间安排提前规划好店铺的视装制作装修的时间节点。

>  第七：执行节奏表

  根据以上的内容，就可以整理出一个相对具体的整体执行节奏的表格。有了表格，基本正常活动已经胸中有数了。

>  第八：客服话术

  在做完所有的准备工作之后，就可以提前整理好相关活动的客服的话术了，并提前宣导给客服的小伙伴，做到信息一致性。另外售后以及可能出现的问题和处理方法也要和客服达成共识。

>  第九：按照计划进行预热

  按照之前确定的活动节奏表格上面的时间节点有序的进行装修、推广、更换话术，根据数据反馈和预估的差距去实时的调整力度。

>  第十：活动爆发，销售额收割

  活动开始后实时的跟进各个数据的进度，按照排期逐步的落实各项准备，实时的调整各个措施的力度以保证能达到预估。

>  第十一：发货

  及时发货，根据自身仓储发货量和活动要求的发货时间，需要加人加人，加班加班，保证在发货截止前时间节点完成发货。

>  第十二：售后跟进。

  大促结束后客服话术，售后问题处理话术和方法，根据规划和现实情况进行实施调整。及时的解决买家催物流退换等产生情绪，及时的安抚。

>  第十三：返场活动

  返场活动是对消费者的又一波“收割”，建议结合余热期消费者的心理，推出尾货处理等专题活动，刺激消费者购买的欲望。直通车推广建议筛选出爆发期流量转化较高或收藏加购稳定的关键词进行重点投放。钻展投放以收藏加购人群及店铺自主访客为主。

>  第十四：复盘

  复盘阶段，我们要对双十一营销进行一个回顾，总结经验，找出教训，以便更好地应对来年的大促。

  双十一大促整体流程图：双十一营销是一项庞大的系统工程，具体分为活动准备、活动策划、活动执行、活动复盘四大阶段。在每个阶段，都需要卖家打起12分的精神，既要努力，还要得法，这样才能实现双十一大卖。

**电商促销文案书法范文 第十四篇**

>一、促销目的

以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。预计日均销量在促销期间增长1%2%。

>二、促销内容

1、买中秋月饼送可口可乐

买9元以上中秋月饼送355ML可口可乐2听。(价值3元)

买2元以上中秋月饼送125ML可口可乐2瓶。(价值9元)

买3元以上中秋月饼送2ML可口可乐2瓶。(价值13元)

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次。

298元礼篮：七星香烟+加州乐事+价值8元中秋月饼+脑白金

198元礼篮：双喜香烟+丰收干红+价值6元中秋月饼+脑轻松

98元礼篮：价值4元中秋月饼+2元茶叶+加州西梅

3、在促销期间(9、39、12)，在卖场凡购满3元者，均可获赠一盒精美月饼(价值2元/盒)。

4、在9月1日的教师节，进行面向教师的促销：凡9月91日两天在xx购物与消费的教师，凭教师证可领取一份精美月饼或礼品(价值2元左右的)。

>三、整合促销

1、媒体

在音乐交通频道，隔天滚动播出促销广告，时间8、179、12，每天播出16次，15秒/次。

2、购物指南

在9、19、13的购物指南上，积极推出各类的促销信息。

3、店内广播

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置

(1)场外

a、在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传;

b、在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势;

c、在广场，有可能的可悬挂汽球，拉竖幅;

d、在入口，挂xx购物广场喜中秋的横幅。

(2)场内

a、在主通道，斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增强节日的气氛;

b、整个卖场的上空，悬挂可口可乐公司提供的挂旗;

c、在月饼区，背景与两个柱上布千禧月送好礼的宣传;两边贴上可口可乐的促销宣传;

d、月饼区的上空挂大红灯笼。

5、其他支持

保健品进行让利15%的特价销售。

团体购满3元或购买月饼数量达2盒，可享受免费送货。

>四、促销费用

媒体广告费：万元

可口可乐系列赠品：6万

场内、场外的布置费：万

月饼费用：6万

共计：万人民币

>五、具体作业

1、交通频道的15秒广告，由公司委托xx广告制作，在广告合同中应当明确不同阶段的广告内容;预定在8月16日完成。

2、购物指南由采购部负责拟出商品清单，市场部负责与xx晚报印刷厂联系制作;具体见该期的制作时间安排。

3、场内广播的广播稿由市场部来提供，共三份促销广播稿，每份均应提前两天交到广播室。

4、场内、外布置的具体设计应市场部、美工组负责，公司可以制作的，由美工组负责，无能力制作的，由美工组联系外单位制作，最终的布置由美工组来完成。行政部做好采购协调工作;预定场内布置在8月18日完成。

5、采购部负责引进月饼厂家，每个厂家收取5元以上的促销费。同时负责制订月饼价格及市场调查计划，在8月5日前完成相关计划。

6、工程部安排人员负责对现场相关电源安排及灯光的安装，要求于8月1日前完成。

7、防损部负责卖场防损及防盗工作。

8、生鲜部负责自制精美月饼的制作。

>六、注意事项

1、若场外促销的布置与市容委在协调上有困难的，场外就仅选择在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传;

2、若在交通频道上的宣传不能达到效果时，可选择在报纸等其他媒体上进行补充宣传;

3、市场部应进行严格的跟踪，对出现的任何异样及时进行纠正。

**电商促销文案书法范文 第十五篇**

>  一、活动主题

>>  二、活动时间

  20\_\_年11月9日-11日

>  三、活动专柜

  \_\_卖场——\_\_专柜

  香港路综合营业厅(香港路怡信数码城正对面)

>  四、活动预热

  1、群发短信、微信、QQ群：

  2、DM单页宣传：计划10000份(单页)

  发放地点：大兴路、中华路、丁字口、香港路、万里路、澳门路

  (临促10人，6人\_\_5天\_\_50元/天=1500元)

  门店拦截：一句话营销：

  手机5折了，仅限双11，赶快抢购吧!

  发放时间：11月7日—11月11日

  3、宣传车(由\_\_公司支持)

  宣传时间：11月8日—11月11日

>  五、活动内容

  1、光棍不光惊喜满框

  (1)“一”见倾心：活动期间所有进联想专柜用户试机均有好礼相送

  (2)“一”如既往：凡在柜内办业务、交话费的用户，免费赠送“幸运刮刮卡”一张;(礼品为牙膏、抽纸、洗衣粉、洗碗精、陶瓷小杯子等)

  (3)“一”诺千金：凡在柜内购机的用户(不限金额)，均可参加;扎“幸福金球“一次(礼品：充值卡、米，油，充电宝，牛奶，不锈钢锅)

  (4)“一”面之缘：活动期间，每日第11位购机客户将享受特惠配件礼包

  2、单身无罪低价万岁

  双11疯狂购全场2折起

  A、双11精选配件特惠全场2折起

  B、“双十一老年专场——特惠5折”

  中\_\_原价298元5折价149元

  x原价398元5折价199元

  \_\_原价358元5折价179元

  C、(9号)“双十一\_\_场——品牌直降”

  \_\_原价6999元优惠价5999元

  \_\_原价5699元优惠价4888元

  \_\_原价2588元优惠价2288元

  \_\_原价2790元优惠价2190元

  D、(10号)“双十一\_\_专场——品牌直降”

  \_\_原价1999元优惠价1590元

  \_\_原价1590元优惠价1111元

  H\_\_原价4980元优惠价4380元

  \_\_原价2199元优惠价1699元

  E、(11号)“双十一全场特惠“

  \_\_原价1590元优惠价1111元

  \_\_原价1790元优惠价1290元

  \_\_原价1090元优惠价800元

  \_\_原价2024元优惠价1690元

  x原价1090元优惠价800元

  \_\_990元优惠价800元

  \_\_原价1390元优惠价1111元

  \_\_价699元优惠价499元

  \_\_原价1090元优惠价800元

  F、充电宝9元抢(每日限量10个)

  双11精选品牌特惠

  双11新款热销机型底价促销

  说明：年末最后让利，双11疯狂购全场2折起，周末重点以品牌吸引用户，重磅推出\_\_系列品牌机进行让利促销，双11则以全场优惠为主吸引用户，时间重点把控在下午的4点至6点进行最后的让利促销。争取借双11的打折嘘头形成一定的气势和带来可喜的销量。

>  六、外围炒作

  1、活动现场免费“手机加香消毒”服务;

  2、礼品区：通过礼品堆头陈列，激起客户购买欲

  3、广告制作

  地贴、舞台背景、横幅、X展架、气球拱门

  4、路演

  (1)活动主持1名

  (2)学生舞蹈4人

  1.最炫民族风2.遗失的心跳azy

  (3)三星宝贝迷你秀4人：欢乐颂

  (4)员工歌曲

  \_\_：1.爱死了昨天2.潇洒小姐3.火

  \_\_：1.你的眼睛背叛了我的心2.一个人的天荒地老3.听海

  (5)员工卡通舞蹈6人(由销售组负责执行)

**电商促销文案书法范文 第十六篇**

>一、活动主题：

低价风暴全民疯抢（亲，你买了吗？）

>二、活动时间：

11月9日—11月11日

>三、活动内容：

活动一全场5折终极狂欢（11月11日）

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（11月9日—11月11日）

凡活动期间在xx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元

二等奖2名x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20xx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（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。）

>四、活动费用预计：

1、抽奖刮刮卡预计成本x元，奖品成本x元，总计x元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本xx元。

3、海报及广告宣传费用xx元。

此次活动预计总体费用xx元。

（注：活动x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。）

>五、活动宣传：

1、广告投放，采用报纸提前3x5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。

**电商促销文案书法范文 第十七篇**

>一、活动目的：

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

>二、活动对象：

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

>三、活动主题：

在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能从消费者角度出发，艺术化去处理，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震憾力和排他性。

>四、活动方式：

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：

拉上一个强大的组织做后盾，还是挂上和媒体联合，以获得更大的资源?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促销的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

>五、活动时间和地点：

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与工商等有关部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

>六、广告配合方式：

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒体投放?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

>七、前期准备：

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与机构、媒体的沟通?谁负责文案写作?谁负责现场管理?谁负责礼品发放?谁负责顾客投诉?要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的小区域试行方案等。

>八、中期操作：

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

>九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?

>十、费用预算：

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。要杜绝直到活动开展后，才发现促销计划公司根本没有财力支撑诸如此类的状况发生。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

>十一、意外防范：

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、供应链和物流的配合，甚至天气突变导致的意外原因等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

>十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的的`活动方案，才能让公司高层支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，从而最大化促销的效果。

**电商促销文案书法范文 第十八篇**

>一、制定促销方案要遵守的原则

第一，注重策略性。

促销是营销中的一个要素，它不可以单独操作，要和其他要素如产品、区域、渠道、品牌、费用、人员、竞争环境等一起服务于销售，所以促销活动必须要站在整合营销的角度来考虑。一个有策略性的促销活动方案，要考虑全年的促销活动有没有规划、各项促销活动能不能发挥联动作用、与其他市场活动如何联动、促销费用如何计划、促销活动能整合哪些营销资源、如何应对竞品的促销活动以及促销活动方案是否能吸引消费者参与等。当然，在实际工作中要考虑的问题还远不止这些。

第二，注重可执行性。

企业中销售部和市场部往往很难相处，常常会为一个促销活动方案的执行结果互相指责。销售部的人会说市场部的方案是闭门造车，市场部的人会埋怨销售部执行不到位。为什么会出现这种现象呢?

其原因大致有以下几个方面：

一是促销活动承载了太多职能;

二是促销活动方案没有考虑到市场的实际情况;

三是执行环节过于繁杂;

四是促销活动方案本身不完善，如细节考虑不到位;

五是企业的资源配置跟不上;

六是执行团队抓不到促销活动方案的关键;

七是损害了执行团队的利益，使执行团队产生抵触情绪;

八是促销活动方案的制定者不对促销活动方案的结果负责。

>二、促销方案的内容

一份完整的促销方案至少应该包括以下几个方面的内容：

第一，促销目的。

即为什么要做这次促销。供应商的业务员在销售受阻时，最先想到的就是向领导要求提供销售支持，促销就是销售支持的一种手段。其实促销的目的不仅仅是为了提高销量，还有如提升终端表现、降低库存、推广新品、打击竞品、客情维护等目的。有时因为竞争对手在做促销，我们也要做促销;有时为了讨好采购，我们也要做促销。需要注意的是，每一次促销不要承载太多的目的，因为所有的方面都要兼顾很难，如果做不好反而影响促销效果。

第二，促销对象。

即选择对谁去做促销。可以是针对零售商，如可以做联合促销、买赠促销等;也可以针对购买者，如在包装内放刮刮卡等;还可以针对竞争对手的消费者、从未购买过本企业产品的消费者等。促销资源是有限的，所以促销资源的投入要集中，否则达不到效果。

第三，促销主题。

即在面对消费者时，为促销活动找一个合理的理由，掩饰赚钱的真实意图以及降价、变相降价带来的负面影响，如以节庆贺礼、新品上市为名降低降价促销的负面影响。赋予促销活动一个合适的主题对吸引消费者有很大作用。促销主题有点儿像散文的“神”，有了主题，就能把其他环节如平面广告、产品组合、活动方式等都统一起来;没有了主题，整个促销活动就会“魂飞魄散”。

第四，促销商品。

即用哪些商品来做促销。可以是新品、销得最好的商品、销得最差的产品、知名度最高的产品、企业主推产品、直接针对竞品的策略性产品等，这与促销目的直接挂钩。例如，要做销量，用销得最好的产品来做活动最有效果;要打击竞品，用策略性产品最好;要加强与消费者的沟通，用企业主推产品最好;等等。

第五，促销时间。

即什么时间开始进行促销，要进行多长时间。一个档期若跨两个周末可能平均日销量会比只跨一个周末的要高。与商超合作的买赠、特卖等促销活动，在促销协议中要明确限时限量，否则一旦在促销期间出现赠品、特价产品供货不足，就会面临被罚款、清场的危险。促销时间首先考虑节假日，还有企业的整体促销推广以及竞争对手促销活动的周期，掌握最佳促销时间，从而有效借势和造势。

第六，促销地点。

要选择人流量大、门店形象好、地理位置好的商超，并且要选择对该产品较重视、有较强合作意愿以及愿意配合供应商进行促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等的商超。此外，是在商超店内还是店外进行促销、让哪几个商超门店联动促销等，这些都是需要选择的。

第七，促销方式。

主要是解决促销优惠形式、执行方式以及促销参与条件的问题。可采用的形式有：买赠、降价、捆绑销售、派送、特殊陈列、抽奖、现场活动等，每种形式都能做出很多创新的活动，而且各种形式可以在一个活动中组合使用。促销方式有创意可以吸引消费者更多地参与，但是执行起来会很麻烦。对于大多数中小企业而言，更适合选择一两种常规性的、便于执行和复制的促销活动。

第八，促销物料。

即促销活动需要哪些助销品、赠品、宣传品等。如特殊陈列形式、特定促销活动需要的道具、各种助销用品、各种地面宣传用品、礼品、赠品等，这些东西一样都不能少。

第九，促销推广。

即在促销前、促销中甚至促销后的推广方案及活动告知。没有这个环节，就没有人气，就得不到目标群体的关注。

第十，促销预算。

即计算整个促销活动需要的费用。首先是对销量进行预测，基于销量计算本次活动的销售费用和市场费用。这不是一件容易的事。做预算大体有两种方法：一种是正推法，即以促销活动为中心计算要花多少钱;另一种是逆推法，即准备用多少钱做活动。

第十一，促销准备。

良好的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成的时间，避免因为某项工作出现疏漏而影响整体进程。

**电商促销文案书法范文 第十九篇**

活动目的：引入流量，针对小资人群，宝宝和妈妈一起短途郊游的需求，进行相关产品的推荐。

针对人群：时尚小资人群

活动位置：商城首页和母婴频道

投放时间：大概会放2到5天不等。(具体需要和韩湛这边确定)

费用：

活动周期：4月12日至4月22日

参加活动产品推荐：

具体活动文案：

作为一个现代家庭主妇，我容易吗我?

鸭梨山大的20xx年，我们要对抗蒜你狠豆你玩，到了20xx年大核民族又让我们无盐以对，好在神马都是浮云，给力的大喊一声我勒个去，一切都闹太套，我心爱的宝宝才是最重要的，伤不起啊，让我们时尚的春游去!

活动描述：

主题1：高高兴兴穿新衣，换了衣服，也换了心情

1.男童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.女童时尚新装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题2：出行要舒适，更要安全，我们不差钱

1.高档儿童推车一件大图，2行小图，每行4件。

2.高档儿童汽车安全座椅左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题3：这里阳光真好，我们玩游戏吧

1.爬行毯，野餐垫左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.儿童对战软弹抢办家家娃娃玩具儿童桌面游戏左侧一件大图，2行小图，每行4件。

主题4：好饿啊，我要吃饭我要吃饭

1.儿童食品左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2。婴幼儿奶粉左侧一件大图，2行小图，每行4件。

5.标题：一个好妈妈春游的准备，万无一失

1.户外便携包纸尿裤口水巾左侧一件大图，2行小图，每行4件。

2.孕妇装左侧一件大图，2行小图，每行4件。

**电商促销文案书法范文 第二十篇**

>第一：适当备货

淘宝小卖家普遍是库存量不足，也不敢多备货，生怕卖不出去造成库存积压，但双11是盛典，备货是必然的，怎么备货才安全呢?其实也不难，可以根据店铺平时的销售情况，敲定出几个主推款热销款即可，这几款产品可以适当多备点库存，就算双十一没有卖完，平时也可以消化掉，关于库存，一定要针对性上货，不要浪费资金在其他产品上面;此外，就是备货时间问题，双11很多工厂订单量暴增，出货货期比以往任何时候都要长，如果我们把订单放在前15-20天下达给工厂是远远来不及的，一定要适当的提前准备，建议在10月20日之前库存就应该备货70%以上。其他非主推款热销款也要上架，其作用不是为销售，而是为了衬托我们的主推款热销款，要让客户有所比对才行，再说了，店铺商品太少，客户留驻时间很短，购买的欲望也基本就没有了。

>第二：理性促销

双11活动，其实很多卖家都事先做了功课，对于自己喜爱的商品都进行过比价对比，就等着双11最低价的时候出手，所以，店铺参加双11的商品在最好双11前的一个月左右的时间不要参加聚划算、天天特价的促销活动，以免双11商品价格过低，超出自己的承受范围，不能为客户提供更好的购物体验，致使双11当天损失大量的流量搜索。

>第三：店铺预热

店铺预热主要是为店铺积攒人气，预热的方式也是很多的，常见的有收藏店铺、收藏宝贝送双11当天的优惠券、限量大礼包等你来抢的活动，这样有助于为店铺提前积累人气，避免双11店铺流量不足等现象或是和其他店铺硬碰硬的抢流量。

>第四：店铺装扮

店铺装扮非常重要，双11是店铺流量最大的时候，不仅仅是为了在当天给客户提供爽的购物体验，也是店铺宣传的最佳时机，精美的店铺装扮，让人赏心悦目，客户会不自觉多停留一点时间，也会不自觉的收藏店铺。

>第五：店铺流量

双11，什么最重要，流量最重要，为了这一点，花点钱也是值当的，不管是找第三方流量软件还是参加直通车或是钻展，都可以尝试，一年之际在于此，最重要的时刻值得我们为此劳心劳力花钱财。

第六：工具的使用

双11，订单量飙升，小卖家们还打算手工做单吗，累死不说，发货不及时导致客户不满意，这好不容易到手的客户资源不能进行二次营销，犹如昙花一现，好桑心，要是在出现个发错货什么的，那就完蛋了，所以，工具是一定用的，全途进销存，订单快速处理，发货单快递单批量快速打印，不仅有效率，更有准确率，绝不漏单，大公司富润科技出品的，绝对有保障，而且不会增加掌柜们的成本预算，因为全途进销存是富润科技公司的市场回馈产品，免费使用。

**电商促销文案书法范文 第二十一篇**

>一、策划书名称：

>二、活动背景：

>三、活动目的和意义：

>四、活动内容：

1、店面的装修与整体感觉：对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满双十一大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双十一大促的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注;

(2)双十一：店面要体现出在尽最大力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务;

(3)节后：体现“双十一过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到双十一带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

2、促销方式：

(1)直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

(2)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。

(3)两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4)满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了。

**电商促销文案书法范文 第二十二篇**

>  1、老板电器：双11大有可为力求“破亿”

  老板电器表示，公司非常看好今年双11活动，从8月份就已开始了备货。在流量导入上，线上方面和天猫合作开展了showcase活动，线下方面也开展了各种事件营销活动，共同为双11造势。

>  2、小狗电器玩前戏“嗨修”服务做噱头

  据悉，小狗电器的双十一大促活动从10月中旬便开始了“前戏”。在10月15日至10月31日期间，每天上线三款秒杀产品，11月1日至11月10日则是推出一些列送优惠券、秒杀、抽奖、打折、买赠等活动。

>  3、亿家净水：三大平台同时开搞祭出闪电安装

>  4、海尔：打怀旧牌晒老照片换新机

**电商促销文案书法范文 第二十三篇**

>一、活动规划

1、活动主题

俗话说：好题一半文；一个好的主题能够给迅速吸引消费者眼球，起到很好的宣传效果。犹如一个人的灵魂，贯穿活动的始末。

活动主题一般要求简洁、扼要，最好控制在5个字以内，突出新颖与特色，避免冗杂与单调。就像“天猫新风尚”、“遇见\*秋”等主题。

2、活动时间

自主发起的活动时间犹如结婚定日子一样，要选一个“良辰吉日”，确保这个活动期间不会与其他的一些活动产生冲突或者向官方活动“借力”，保证活动效果；活动时间一旦确定后，最好不要随意更改。以便团队人员有充足时间做相关准备工作

3、活动产品

确定参加活动的产品、价格、库存等信息；为活动产品进行分类，包括引流款、基础款、形象款等，给消费者呈现不同形式的产品与服务。

4、促销方式

确定活动的促销方式，比如满减、满送、包邮、抽奖等；促销方式要结合当期季节与产品特色进行，促销形式不求多、只求精，否则会让消费者感觉眼花缭乱，找不到方向。

促销形式在结合店铺特色的基础上，还要学会换位思考，从消费者的角度出发，制定切实可行的促销方案，让买家能够积极参与进来。

5、推广资源

确定活动期间所需要的推广资源支持，比如直通车、钻展、短信、淘客等营销媒介，这样可以让推广部门有更多的时间为活动的开展做相应的准备与推广工作。

根据活动方案制定广告投放形式、位置、数量、预算、时间等，进行有计划、针对性投放。对于需要淘宝小二审核的广告位如钻展，需要提前3-5个工作日提交审核；

6、效果预估

对本次活动的UV、转化率、销量、销售高低峰、物流等进行预估，制定活动目标。

>二、页面准备

1、页面视觉

确定好活动主题后，对店铺页面进行设计、调整，以符合活动风格和相关要求，提升客户的体验，提高转化率；

做好宝贝描述工作，提高顾客的对店铺和产品的信任度，吸引顾客购买；

对活动海报进行设计和悬挂，营造活动氛围；

2、价格修整

活动开始前，对参加活动的商品价格进行统一调整；同时有专人检查商品首页图片上价格标签、包邮信息与宝贝详情页、活动方案的价格是否一致；避免因页面前后信息不统一导致顾客的投诉。

3、库存调整

调整商品库存，避免买家拍下后仓库无货，引起客户投诉；

4、页面测试与复查

**电商促销文案书法范文 第二十四篇**

>>  一、活动目的

  为了活跃公司的文化气氛，增进同事之间的了解，增强公司凝聚力和团体合作精神，体现人文关怀，进一步推进公司企业文化建设，让每位员工切实感受到公司大家庭的温暖，增强大家娱乐的同时也培养大家各方面能力，激发大家的创造力。

>  二、具体流程

  1、活动时间：20\_\_年6月\_\_日，\_\_点

  2、活动地点：等领导通知

  3、策划准备：

  (1)\_\_点集合全体人员，有公司安排车辆载人到指

  定的地点就餐。

  (2)\_\_点聚餐正时开始，领导致词。

  (3)\_\_点聚餐结束，转至娱乐目的地。

  (4)\_\_点K歌开始。

  (5)\_\_点活动结束，然后公司安排车辆送每个人回家。

>  三、活动经费预算

  1、餐费：500元/桌酒水另计

  2、 KTV包房费：200元/间酒水零食另计

  3、车费：\_\_元

  预计支出：\_\_元左右

**电商促销文案书法范文 第二十五篇**

>一、活动背景

>二、活动目标

（1）线上产品接洽，进一步拓宽产品渠道。

（3）电商经验交流，搭建一个相互学习交流的平台。

4电商服务接洽，增进电商与仓储服务业，物流，金融的联系，完善产业链条。

>三、活动组织：

五维度信息科技有限公司

>四、活动需要：

活动场地（公司会议室）、观影设备、烧烤食材

>五、活动开展：

（1）电子商务企业展示，人才招聘，主要展示电商企业风采，讲述企业创办历程，吸纳电商人才。

（2）交流电商经营心得，分享心路历程

**电商促销文案书法范文 第二十六篇**

>一、活动背景：

>二、活动目的和意义：

>三、活动内容：

1、店面的装修与整体感觉：对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满双十一大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双十一大促的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注;

(2)双十一：店面要体现出在尽最大力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务;

(3)节后：体现“双十一过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到双十一带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。

2、促销方式：

(1)直接打折：原价300元，现价5折150元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的20款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。

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！