

超市春节活动方案(集锦15篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，就常常需要事先准备方案，方案的内容和形式都要围绕着主题来展开，最终达到预期的效果和意义。那要怎么制定科学的方案呢？以下是小编整理的超市春节活动方案，仅供参考，欢迎大家阅读。

超市春节活动方案1

抽奖促销，通常为一些大型超市销售库存商品所采纳。抽奖促销是通常利用顾客“以小赢大”的心理，通过抽奖赢取现金或商品来刺激顾客的购买欲望。这种促销方式面对的消费者数目众多、范围广泛，抽奖本身也是宣传产品很好的广告形式，一方面能加强顾客对商品的了解；另一方面也有利于为自己的店铺形象作宣传。

活动主题

“春节到，好运来”抽奖促销活动

活动时间

春节节假日

活动内容

1. 活动期间，凡在本超市购物累计满××元的顾客，即可凭当日购物小票到服务台抽取奖券一张，每张小票只能抽取一张奖券，抽奖后小票回收。

2. 本次抽奖活动共设置6个等级的奖励，具体设置如下。

一等奖：××洗衣机一台

二等奖：××豆浆机一台

三等奖：××挂烫机一台

四等奖：××压榨花生油一壶

五等奖：××洗衣液一瓶

纪念奖：××保鲜盒一套

3. 本次活动采用现场开奖方式，中奖者凭借中奖的奖券到服务台领取奖品，领奖最后期限为购物当天超市停止营业之前。

活动细则

1、活动的成本预算

商家在策划抽奖促销活动时，应根据自身店铺的可承受促销活动的规模制定抽奖促销时的奖品价值。同时，要预算好在整个活动期间进行的广告宣传费用以及其他辅助费用（活动处理费用、公证费、汇编人员费用等）。

2、奖品的选择

（1）奖品要具有特色

商家在选择奖品时，不要以为奖品是额外送给顾客的，就随意选择应付了事。要知道，在某种程度上而言，奖品也代表了商家的形象，因此，应选择质量好、符合商家形象、具有时尚感的奖品。如果还能够考虑到当下顾客的需求，则更好不过。

（2）奖品与产品的价位要相匹配

商家在选择奖品时，要注意奖品与产品的价位要相匹配。如果是售价低的产品，最好采用中奖率低，但中奖面广的方式；如果是售价高的产品，则可以采用适当设置大奖，但是中奖面小的方式。

（3）大、小奖的数量设置要适量

商家在奖品数量的设置上，大小奖品要适量。据调查，顾客最感兴趣的奖项就是最高奖，如果没有大奖，则无法引起顾客的参与欲望。因此，一定要设置适量的大奖。同时，要多设置小奖，这在很大程度上能够刺激顾客的购买欲望。

3、抽奖促销的方式

（1）回寄式抽奖

回寄式抽奖要求顾客将自己的姓名、地址等信息填写好放入信封内，邮寄到指定地点参与抽奖活动，有的商家还要求顾客提供购买商品的凭证。这种抽奖方式的优势在于，可以获取顾客的资料，便于今后继续开展促销活动。但是这种方式也有不可避免的劣势，邮寄的方式需要一定的时间，再加上还需要顾客自己承担邮费，难免会让许多顾客望而却步。在如今这个通讯业发达的时代，商家可以选择将邮寄到指定地点改成发短信到指定号码，或者是发邮件到指定邮箱。最后需要注意的一点是，商家要对顾客的真实信息保密，不要随意透露出去。

（2）当场兑现式抽奖

当场兑现式抽奖也叫“即开即中式抽奖”，一般商家将奖券或其他中奖凭证置于产品包装内，顾客在购买商品的同时就能够知道自己是否中奖，中小奖在当就能够领取到奖品，而中大奖则需要到指定地点领取。这种抽奖促销的方式符合现代人们追求方便快捷的心理，所以很受消费者欢迎。这种方式对顾客刺激性大，有较强的吸引力，但是也存在不足之处，运用的次数多了，顾客就会渐渐失去兴趣，如若想一直保持顾客的新鲜感，就要在不改变其本质的基础上，创造出新的模式。

（3）多重机会式抽奖

参与多重机会式抽奖促销的顾客享有多次抽奖的机会，如果第一轮没有抽到奖，就会自动循环到下一轮的抽奖环节中。这种方式持续的时间较长，一般分多期进行，目的是为了提提高消费者中奖机率，从而激发顾客的购买积极性。这种抽奖式促销的优势在于，能够调动起那些觉得自己运气不好，或是因为奖品价值小而不愿参与的顾客的积极性。但是需要商家提前做好周密的计算和安排，避免同一个顾客多次中奖。

（4）定期兑奖式抽奖

定期兑奖式抽奖促销的方式是在顾客参与抽奖一段时间后才公开摇奖，而顾客粗腰等待一段时间才知道自己是否中奖。商家在使用这种方法时需要注意的是，兑奖之后要将顾客的奖券回收。

（5）无购物式抽奖

无购物式抽奖的主要目的在于对商家进行宣传，因此不需要顾客购买商品，只需要顾客从商家的宣传中取得奖券。填好个人信息后，即可参与抽奖。

4、活动策划的注意事项

商家在进行抽奖活动前，为了避免引起一些不必要的纠纷，有以下事项需要告知消费者：标明活动的开始和截止日期，一方面促使消费者把握机会踊跃参加，另一方面为商家减少不必要的纠纷；选用何种抽奖方法、什么时间在什么地点抽奖、什么时间以什么方式公布中奖者名单，以及用什么方式通知中奖者领奖地点等，都要明确标示出来；制定抽奖资格，如：“消费满××元，即可参与抽奖”；禁止主办企业、经销商和聘用的广告公司的工作人员及直系亲属参加抽奖，此举是为了向顾客证明抽奖活动的公正性；具体设立的奖项、奖品数量、开奖次数、开奖时间、中奖公布方法及时间要清楚明白地告诉顾客；说明顾客可以参与抽奖的次数，是每人仅限一次还是不限次数可循环参与；告知顾客对抽奖活动进行监督公证的具体公证机关名称；说明大奖得主是否需要自行缴纳个人所得税；告诉顾客领奖时必须携带证明材料，按照规定领奖时间和地点领取奖品；说明活动会请公证处公证，与举办方有关联的人员不在本活动参加范围内、所有参与者的资料将归举办方所有、举办方保留活动解释权等。

流程要求

1、公布中奖者名单要及时

商家如果没有采用即抽即中式的抽奖促销方式，就一定要及时公布中奖者的名单。通常是在当地的大众媒体上公布中奖者名单（包括身份证号码，但中间几位则需要隐藏，避免泄露顾客真实信息），同时逐一打电话或者发短信告知中奖者本人。与此同时，要在卖场内设置一张

展板，上面写明中奖者姓名和具体的中奖信息。这样就可以增强抽奖活动的可信度，便于下一次再举行抽奖活动时吸引更多的顾客参与进来。

2、抽奖形式要具有趣味性

商家如果能在抽奖活动中增加一些游戏环节，则能够很好调动起顾客参与的积极性，例如：将普通的抽奖箱变成大转盘、投飞镖、摇乒乓球等。在吸引顾客的同时，还能够起到宣传造势，扩大影响的作用。

3、扩大纪念奖的比例

顾客愿意参加抽奖促销的活动，很大程度上是希望能够获取一定利益，如果多次参加却分毫未获，难免会让他们对活动失去兴趣。如果偶尔能够得到一些纪念品，顾客的内心就会感到满足和快乐，从而增强对商家的好感。

4、抽奖促销方式要丰富多样

抽奖促销如果只有一种抽奖方式，未免有些单调，因此商家可以选择多种促销方式与抽奖相结合。例如：抽奖与优惠券组合，能够保证如果顾客参与抽奖活动没有中奖，还可以将抽奖凭证作为下次消费的优惠券；抽奖与积分换物组合，未中奖的抽奖券积累到一定数量，则可以到卖场换取一定数量的奖品……

5、不要泄露顾客的个人信

抽奖促销活动不仅要将在中奖信息对广大顾客如实公布，也要保证不泄露中奖者的个人信息。例如：在公布电话号码时，可以只公布前3位和后4位，隐藏中间4位数，则能够做到两者兼顾。

方案评估

抽奖促销活动虽然被商家广泛运用，但仍存在着一些不足之处：参与者不一定是目标顾客，有的仅仅是单纯为了抽奖而参加；无法预估参与人数，在成本控制上难以把握；活动过程需要经过精心的策划和准备，活动周期较长，后续工作也较多，实施起来需要格外严谨有些顾客会因为屡次未中奖而对商家产生不信任的心理。如此看来，商家在进行抽奖促销策划时，一定要量力而行，认真考虑以上问题，避免在活动中出现差错，甚至导致亏本。

超市春节活动方案2

主办：共青团寿宁县委

协办：润家超市(东区廊桥国际大酒店负一楼)

时间：正月初四上午10：00——15：30

地点：县体育场(职专体育场)

本次活动可以自由报名(届时由组委会统一组队)，也可以以小组为单位报名(每小组3至5人，限5—60周岁，鼓励浪花们带动亲戚朋友组队参加)。

活动议程安排

10：00

搭帐篷比赛：

每组选出一人参赛，选一个人作为监督员，监督其他组有无违规操作，五组为一轮，每轮比赛选出第一名晋级比赛，以此类推，最后选冠、亚、季军各一名，鼓励奖三名。

注：为了公平起见，报名参加搭帐篷比赛的必须报名参加帐篷烧烤组，使用统一的帐篷。建议有帐篷的驴友自带帐篷，壮大帐篷节景观。

11: 00 自助烧烤活动:

预购者到组委会领取一次性烧烤炉(烤盘规格为31*25*5cm、含600克木炭、适用2至5人)、定量调料(椒盐粉、纯孜然粉、黑胡椒粉、特制烧烤粉、辣椒粉等)、烧烤工具。烧烤食材由组委会统一腌制，网友们根据需要到总台购买。

友情提示：时间很充足，请不要跑太远，吃累了请躺帐篷里休息，太阳太大了请躺帐篷里休息，困了请躺帐篷里休息，保存好体力参加下午的运动会，保存好体力拉一车奖品回家：)

13: 00 趣味运动会:

方案附后

15: 00 颁奖、抽奖:

- 1、颁发“20xx年度十大杰出网友”证书及奖品
- 2、颁发搭帐篷比赛及趣味运动会各项比赛奖品
- 3、抽奖

15: 30

清理广场卫生

注意事项

- 1、参加者不得乱扔垃圾，不恶意破坏自然环境，注意防火。
- 2、烧烤有危险，请看管好自己携带的儿童。
- 3、若因天气下雨等不可抗拒的外力影响，将调整活动日期，请时刻关注活动公告，报名时请留下联系方式，以方便通知。

个人赛

一、套圈

二、趣味保龄球：

(1)规则：相同规格的饮料10瓶按三角形排好。(2) 距离饮料8—10米划一条横线。(3) 游戏者站在横线后把排球球滚向饮，倒下的饮料就是游戏者所得。

团体赛

一、双腿夹球接力：

将球放在两膝上方用劲夹住，走到对面终点处，过线后将球交给对面队友，循环反复至全队结束，时间最短者为胜。

规则：

- (1)：必须从起点线后起步。
- (2)：如中途皮球脱离身体，拣起球必须根据裁判指定回到原地把球夹好，裁判发令后才可以继续比赛。

(3)：双手五指交叉夹住放脑后。

(4)：每队限报3人，(至少要有一名女生)。

二、车轮滚滚

成一路纵队站在起跑线后，线前20米放一标志物。比赛开始，排头手推轮胎跑出，绕标志物返回，将轮胎交给第二人，自己站到排尾依次进行了，以先完成的队为胜。

三、纸衣往返接力

用双手将海报(A4大小)放在前胸，裁判发令后，松开双手，在奔跑过程中保持不掉，如果掉下重新捡起继续奔跑，跑到对面交给另一名同伴，以最快完成为胜利。

四、鲤鱼戏珠

制作四个鲤鱼头饰。拿一个网球、纸篓(背在背后)，跑到指定地点后将网球用力掷向地面，网球弹起来后用身后的纸篓接住，什么时间接住什么时间往回跑，以此类推完成比赛。

超市春节活动方案3

活动时间：2月13号--到2月23号

活动地点：大润发超市

活动主题：“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

一、

活动策略

促销商品

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)

百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)

日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

二、广告支持

1、DM海报：

① 规格：16K12P，数量：*万张。 ②

DM版面分标题及商品品类重点：

封面(1P)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品2-5款或二级营销活动内容)

生鲜(2P)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品(3P)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)

百货(2P)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品) 2、

主题设计：(1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计；

(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

春节style衣食住行玩

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计 (7)收银台设计

(8) 其他一些 (例如: 装饰海报、装饰品等等)

三、促销活动方案

活动口号：春节大派送 会员更省钱

活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5L食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

超市春节活动方案4

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：

1月27日—1月31日

活动一：

迎新春，贺新年，送春联

活动时间：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20xx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：1月27日—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:12月31-1月18日

活动内容:凡在**超市活动店购买xx系列纸单张收银条金额满20元即可凭收银小票领取价值2.8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、活动结束后,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: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

超市春节活动方案5

一、元旦后应立即进入年节氛围的布置

第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

二、 腊八节喜庆年货 早买早实惠

腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让客人产生此处可买到便宜年货的感觉。

1、本期内以保暖防寒类、洗化清洁护肤纸品类为主，厨房用品为辅的非食、小百货作主打；

2、年货启动生鲜牵头：米、面、杂粮、油、生鲜肉类、腊制品、调味品、散干货、南北干货等单品镶嵌；

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

PR活动：

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-

2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止！

加1元 换购价值3元xx商品一个

加5元

换购价值8元xx商品一个

加10元 换购价值15元xx商品一个

加15元 换购价值25元xx商品一个

加20元 换购价值40元xx商品一个

具体换购商品待定!

三、 除旧迎新 欢欢喜喜过大年

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购提示随处可见。

PR活动：

新年好礼满额送

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份；

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份；

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份；

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份；

四、新年好礼 精彩亮相

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

PR活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1) 爱让我们相识：N位参赛者每人代表一个1-N的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2) 爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3) 爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4) 爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止！

五、最炫礼

福多运多财更多

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的客人在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动客人的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

PR活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位客人进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得！

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

超市春节活动方案6

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确。因此，在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息，抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”，求富贵，祈平安。

张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣。春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。买气氛、买感觉、买服务、买实

惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动(也是超市销售新特商品的好时机)。

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3

. 人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，

促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3. 春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的

问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。

超市春节活动方案7

一、促销活动时间

20××年x月x日—20××年x月26日

共七天（20日—26日大年夜）

二、活动主题

千僖迎新，半价返还

三、活动内容

（一）主要活动：

千僖迎新半价返还

1、7天中一天半价返还：

即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还；

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；

4、1月26日（初一）开始，至2月5日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

（二）可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

（三）辅助活动

1、男女装特卖场；

2、儿童商场购物送图书；

3、厂方促销活动。

四、活动推广

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

五、费用预算（略）

超市春节活动方案8

促销目的：

春节是中国的传统节日，受关注面广，潜在消费群体相对其他节日来说，要多得多，而对消费金额要比平常提升的多，这一来，就是很好的促销好时机——提高销售业绩和提升形象的时期。

促销主题：

骏马闹春：三口全家海南双飞五日游！

促销时间：

20××年1月12日—1月25日

促销地点：

超市各分店

促销内容：

商品促销与促销活动两种

第一部分：商品促销

1、促销时间：

1/12—1/25

2、促销商品：

促销总品种数为216种左右，食品为100种，平均毛利下降5—8%，用品为80种，平均毛利下降5—15%，生鲜商品30种，平均毛利下降7—15%。

（说明的是上DM的商品，店内特价不做计算。）

3、促销方式：

以“海南五日游”为主打主题，推出送礼礼品等节日商品，同时做出相应组合的商品特卖。及各门店也推行的大量会员商品。选择30—40种商品，作为“有买有送”的促销商品，同时做“专刊推广”“春节商品大集会”“会员独享”等专案。

4、厂商促销安排：

场外，食品5家、用品3家。场内，食品10家、用品2家。联合厂商做相活动。

（操作时间为特价活动日内）

第二部分：促销活动

一、超市—海南双飞五日游

1、在活动日内（1/12—1/25），顾客在一次性消费100元者，参加抽奖。

2、抽奖凭有效收银小票，每满100元抽一次，超过100元部分金额以100元的倍数计算抽奖次数（不足倍数部分不予计算），最多限抽5次。

3、抽奖方式在抽奖箱放置奖券，其中奖项为6个。

（一等奖50个，二等奖200个，三等奖1000个，四等奖5000个、五等奖10000个、六等奖50000个），以抽出的券决定中奖与否。

（注明：分公司参与本次活动内容，数量由分公司定，温州数量为下）

4、若抽中奖券，有的则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖全家三口海南双飞五日游5000元*5

二等奖：奖**购物券1000元*25

三等奖：奖**购物券价值100元*390

四等奖：奖**购物优惠10元*780

五等奖：奖**购物优惠1元*10000

六等奖：奖新春大吉奖。

5、购物券仅限在**超市购买，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

6、活动门店：**超市。

7、活动门店，按营销处规定表格填写得奖人员内容。

同时上交相关资料。

8、注：活动内顾客积到六张六等奖的的奖券均可得到吉祥猴一只（价格5元*10000）

二、旅游有礼伴游天下

1、在活动时间内（止1月21日），持××年度与**旅游公司签定的旅游合同（不限人数）均可获得本公司赠送的精美礼品一份。价值50元的健康称。

2、同时在活动时间内（止1月21日），参加人本旅游公司组织的春节旅游的游客均可获取新春贺年红包一个（包括小孩）。红包为10港元。

宣传推广

门店布置

在1月9日，各门店海报等宣传物资布置到位

在1月11日，各店宣传的DM出台，进行投递、发放完成；

在1月2日，春节布置完成。

媒体推广——

温州晚报，以“海南双飞五日游”促销情报，进行软消息报道（1/11）

都市报，以“春节开心总动员”的活动进行宣传（1/12）

温州日报、晚报、都市报、商报，以“春节大联欢”的软消息报道（1/18）

电视台报道，以企业形式进行春节报道。（1月12日——2月12日）

费用预算

项目数量赞助备注

DM费用：18万14万份/上DM商品费用不做统计

奖券：24000元30.5万张/

促销海报：1200元28张/各店进行门口促销宣传（1*1。5M）

奖箱：1000元28个/抽奖工具

活动奖项：16万//包括物资采购费用及吉祥猴

奖箱包纸：1100元29张/

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：[https://d.book118.com/198070006003007
006](https://d.book118.com/198070006003007006)