

物美超市促销方案

一、活动主题：

红红火火新世纪、热热闹闹吃元宵

二、活动时间：

2月28日（正月十一）——3月4日（正月十五）

三、活动方案：

活动一：庆团圆吃元宵 开门见礼送红包

活动期间，对每天进店前100名顾客免费分发红包，红包内有免费“元宵券”一张，顾客凭红包内元宵小票+满10元以上的购物小票，到服务台领取元宵。

活动二：过年七天乐 元宵也快乐

正常商品88折后满100元，棉鞋、棉服类5折、特价、削价品满200元，化妆品95折满100元（超市商品不打折满88元（参与会员卡积分），）送4、50元汤圆1包，满200元送2包，限单张小票，多买多送，以此类推，限量1000名。

（黄白金、名烟酒、手机不参加此次活动）

活动三：正月十五元宵灯谜会 有奖灯谜猜！猜！猜！

正月十一——正月十五期间，在各楼层均开辟悬挂灯谜，来新世纪的顾客无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品一份，猜中谜底的顾客请到总服务台按编号对证领取奖品。

游戏规则及兑奖办法：

- 1、必须由本人将谜底贴于谜面之上。
- 2、按编号对证确认后方可领取。
- 3、凭有效证件（身份证、学生证、驾驶证等）登记后方可领取，每证限领3份。

卖场内外装饰计划：

- 1、元宵节灯谜会印刷灯谜条8000—10000张
- 2、跨路彩虹拱门1个（红红火火新世纪、热热闹闹吃元宵）
- 3、灯谜会的布置：灯谜10000条
- 4、电视台、气象局广告
- 5、手机短信（全县用户）
- 6、彩色宣传单10000份

7、吊挂写真看板：一楼东、圆门、南门共3块

8、超市布置元宵节的氛围

9、超市布置“元宵美食街”

10、条幅：

①正月十五元宵灯谜会 有奖灯谜猜！猜！猜！

②庆团圆吃元宵 开门见礼送红包

③过年七天乐 元宵也快乐

④热热闹闹吃元宵 红红火火新世纪

⑤我陪爸爸妈妈逛新世纪有奖征文大赛（正月初六始——正月二十止）

11、活动看板：大看板2块，小看板12块，一拉宝10块

12、一楼玻璃门贴红装饰

活动主题（一）：冰爽夏日回馈（会员优惠）

一、活动时间：

7月21日—7月31日

二、活动内容：

1、增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。

2、宣传海报增加优惠角，通过购物，凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品，每人限一份，可以提升海报宣传的有效率和拉动刺激部分消费群来本超市购买商品。

3、推出一批特价购买量大的时令商品。

活动主题（二）：购物风光无限 天天特价不断

一、活动时间：

7月20日—7月30日

二、活动内容：

1、夏季商品全场特价销售。（1元啤酒饮料、蚊香、杀虫剂等）每天不定时推出不同商品做活动。

2、天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。

3、在活动期间一次性购物满 38 元，即可享受“惊爆”价啤酒抢购，每日限量供应 100 提，每人限购 1 提（1 提 9 瓶装）。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。

一、活动时间：

20xx 年 12 月 25 日——20xx 年 2 月 13 日

二、活动地点：

珠宝全国各地专卖店/柜

三、活动主题：

恒久钻石见证美满婚姻

四、活动背景及目的：

随着珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的钻石以签约的形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大珠宝的知名度和美誉度，提高珠宝的品牌情感附加值。

五、活动形式：

1、活动内容：

（1）三年之约：

我们签约的形式担保凡购买珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经珠宝全国加

盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款(在购买前协议离婚者不在退款范围之内)。

(2) 牵手十年:

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得珠宝送出的精美婚庆纪念首饰,而且会在婚庆纪念日获得珠宝的祝福及精美礼物,还可经常参加珠宝举办的各种联谊活动等等。

2、 造势宣传:

(1) 20xx年1月1日(元旦)、20xx年1月15日(周六)、20xx年2月5日(周六)以报纸软文的形式炒作(1/8版—1/4版),主题是:“钻石销售突现钻石恒久文化”,在活动开始后5日左右以新闻的形式报道此次活动以宣传造势;

(2) 20xx年12月23日、20xx年1月1日(元旦)、20xx年1月15日(周六)、20xx年1月29日(周六)、20xx年2月5日(周六)在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告(1/8版—1/4版),扩大活动的覆盖面和影响力,主题是“珠宝恒久钻石保障婚姻”

(3) 活动期间不定期在电视台做活动宣传广告,还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

六、 活动经费预算

- 1、 x 展架: 65元×2=130元, 条幅: 150元;
- 2、 宣传页(dm): 0.5元/张×1000份=500元;
- 3、 婚庆纪念日礼物费约: 30×100=3000元;
- 3、 媒体宣传费: 5000元左右(各地不同可根据当地情况重新预算);
- 4、 总计: 8780元。

前言

春节是一年当中最重要的节日,对于客流量较大的超市业态,即是不做活动生意也不会淡,但是在有竞争的情况下,好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径,同时也是增强顾客好感度,提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前,我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类——

第一类:普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不

等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以 100 为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应该在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=? 钱 或牛奶+桶油=? 钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在 DM 单上详细的进行宣传，明码标示，刺激消费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：

佳美精品年货节

二、活动时间：

xx 年 2 月 10 日（农历十二月二十三）——3 月 5（正月 16）

三、整体活动广告语——

欢乐佳美中国年 购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

四、活动内容

（一）新春到，“福”送到！ 活动时间： 2 月 10 日开始

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断！

凡在佳美各店购物满 50 元者，送价值 5 元的金字“福”联一个（共 20xx 个送完为止）

（二）新年送“鲤”年年有“鱼” 活动时间：2 月 7 日——2 月 17

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满 200 元送一条！

（三）特别企划 情人节专版 活动时间：2 月 7 日——14 日

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少！

买情人节特供商品满 38 元送情装玫瑰一支

凡购物满 60 元者免费包装情人节礼物

服装区购物满 300 元送价值 38 元的巧克力一盒+玫瑰花一支

（三）新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：2 月 18 日——2 月 27 日（初一至初十）

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满 100 元抓一把

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000 元礼券 2 名（1 名）二等奖：500 元礼券 5 名（2 名）三等奖：100 元礼券（3 名）四等奖：50 元礼券 20 名（10 名）五等奖：20 元礼券 50 名（30 名）

（四）团购价低更有礼，财运吉祥送到家！

活动时间：2 月 7 日——2 月 27 日（初十）

团购满 20xx 元送价值 50 元的一件

团购满 3000 元送价值 99 元的酒

团购满 5000 元送价值 150 元的酒

团购满 10000 元送价值 280 元的礼盒

一、活动主题：

礼情款款欢度国庆

二、活动时间：

三、活动目的

（一）以国庆节为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传企业的整体形象，提高企业在顾客及供应商中的知名度和美誉度；

（二）借助国庆节促销活动，刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，限度地扩大销售额；

（三）加深超市与消费者的相互了解与情感沟通；

（四）扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

四、活动内容

（一）买 99 元送 30 元现金

1、活动时间：9 月 20 日——10 月 7 日

2、活动内容为庆祝国庆节的到来，回报广大顾客朋友，活动期间，凡在超市购买服装、鞋类商品满 99 元即可返回 30 元现金，满 198 元可返回 60 元现金，多买多返，依此类推，欢迎广大顾客朋友前来选购。（注：此时刚好到了换季的时候，又正值国庆，顾客也为选择在哪里购买服装而忧郁不决的时候，吸引顾客，不让顾客外流、拉动人流、推动销售）。

3、注意事项

（1）顾客购买活动商品后需保留购物小票，凭购物小票到总服务台领取返现现金。

（2）单张购物小票方可参加活动，不可多张小票累计参加。

（3）顾客领取现金时，需由工作人员加盖“现金已领”字样章后方可领取。

（4）该返现活动只限活动期间消费的顾客，以小票机打日期为准。

（二）国庆狂欢

大礼疯狂送国庆狂欢，狂欢

活动时间：

9 月 20 日——10 月 7 日 2、活动内容活动期间，公司在第四期促销手册（时

间：9月15日—10月15日）封面上印刷中秋、国庆现金券，现金券面值10元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超市购物满100元可使用一张，直接省8元现金，购物满200元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

注意事项：

(1) 顾客凭现金券消费时，需保持现金券完好，出现破损、模糊等现象不得使用。

(2) 现金券为一次性使用，消费结账时需由工作人员将现金券收回。

(3) 顾客使用现金券消费，退货时只退回现金部分，现金券部分不予退回。

(4) 现金券不找零、不可兑换现金。

(三) 国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销黄金周

1、活动时间：9月20日——10月7日。

2、凡是在活动期间购买旅游商品的顾客，凭会员卡均可享受最低3折优惠。

活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

注意事项：

(1) 购买特价商品的会员，不可同时使用代金券

(2) 特价商品已经售出，概不退换

(四) 同岁同贺，大礼赠送同岁同贺，同贺

1、活动时间：10月1日—7日

2、活动内容活动期间，凡是年龄为61岁的顾客在本超市购物，不论购物金额多少，均可凭身份证到总服务台领取精美礼品一份。每位顾客在活动期间只可领取一份。

3、注意事项

(1) 顾客需凭身份证领取礼品，并由工作人员登记身份证号码。

(2) 每位顾客在活动期间只可参加活动一次。

(3) 本活动最终解释权归x超市所有。

一、活动名称：

迎新贺岁，元旦疯狂送

二、活动时间：

12月31日（周六）——1月23日（周日）

三、活动说明：

1、市场概况及分析

1月3日元旦恰逢双休，根据惯例，势必会引发一波新的购物狂潮，而在此期间商场和大厂商也会紧握此良机展开强势促销，以期强占更多的市场份额。

竞争对手方面，已日趋成熟，xx处于萌芽状态。其肯定会在元旦期间开展“一元拍卖”、“来就送，抽奖送”等集聚人气类的案子；

2、营销策略概述：

拟定由三个企划完成：

a、疯狂来就送：1月1日当天共有1500份大礼免费赠送

b、会员来店礼：

①、1月1日—1月15日当日凭会员卡获赠精美礼品

②、20xx年1月1日（周日）—1月8日（周日）、1月14日—1月22日期间整合馆内商家为vip金卡会员推出各类特价商品。

c、会员满就送：会员购物按品类送大礼。大礼包括折叠车、数码产品、小彩电等

d、极限气球满就抽：抽奖大礼包括34寸液晶彩电、暖瓶、洗衣机、数码相机、精美礼品等构成活动以强有力的产品折扣力度、dm单密集宣传制作轰动效应，强占新华路地段元旦消费群体，预计可以吸引人流25000人。

四、活动内容：

（一）、人气活动：

1、迎新疯狂来就送

活动时间：20xx年1月1日

活动地点：外广场

活动目的：形成大排长龙的气势，提升当天的人气与买气。

活动内容：20xx年1月1日，活动事先准备大量的礼品，礼品包括手套、化

1500 份大礼送完为止。

活动预算：

制作物：300 元

礼品费用：手套 4 元/付 x400 付=400 元

暖瓶 10 元/付 x400 付=1000 元

化妆镜 2 元/只 x400 只=200 元

杯组 5 元/只 x300 只=500 元

2、现场演艺活动

活动办法：20xx 年 1 月 1 日下午 2：00—3：00，在广场举行极限运动大赏活动，现场邀请小轮车手进行表演。并且邀请乐队进行现场伴奏。

费用演算：乐队：1200 元

小轮车手：200 元/人 x6 人=1200 元

小计：2400 元

备案：

30 秒速递篮球赛

活动办法：20xx 年 1 月 1 日下午 2：00—3：30 期间，在一楼正门广场进行速递篮球挑战赛。在 30 秒内，球员站在 2 分线上进行定向投篮。10 名顾客为一组。以进框最多的顾客为冠军。冠军即可获得价值 20 元寒冬三件套一套。

预算：

租赁球架 300 元/天

购买篮球 5 只 x60 元/只=300 元

小计：600 元

(二)、买气活动

1、十分友礼，购物满额赠

活动办法：20xx 年 1 月 1 日当日，凡会员光临本店购买馆内商品凭会员卡及消费凭证即可获得心动大礼。当日共限 50 名，先到先得。

买床用满 1000 元即可获得折叠自行车一辆，共 20 辆 x400 元/辆=8000 元

买电脑类商品即可获得笔记本电脑音响一套，共 20 套 x200 元=4000 元

买手机类商品即可获得暖手宝一只，共 50 只 x15 元/只=750 元

买服装类商品即可获得小型吹风机一只，共 100 只 $\times 8$ 元/只=800 元

小计：13550 元

2、心跳极限，气球大抽奖

活动办法：20xx 年 1 月 1 日当日顾客不限金额购物即可参加抽奖活动。在活动区内，设置两个抽奖点，每个抽奖点上方悬挂 100 个氦气球，每个气球上均设有奖品名称。顾客至活动区域内，工作人员审核票据无误后，将抽奖卡发给顾客。顾客凭抽奖卡至门前气球抽奖处选中要抽取的气球线绳。气球线绳上方均加以固定，使顾客不能拉动。顾客选中气球绳后，工作人员即将球绳解开，查看气球上的商品名称。顾客即可领取奖品。工作人员遂将气球放回气球群。每位顾客凭购物发票及质保卡即可参加一次抽奖活动。每位顾客限制抽一次。抽奖流程：

顾客购买奖品完毕—>至活动区领取抽奖卡—>至活动现场参与抽奖

当日限 100 名顾客参加。

奖品及费用预算：

1、24 寸液晶彩电 5000 元/台 $\times 2$ 台=10000 元

2、500 万像素数码相机 1500 元/台 $\times 2$ 台=3000 元

3、mp3 8 台 300 元/台 $\times 8$ 台=2400 元

4、暖手宝 20 元/个 $\times 40$ 个=800 元

5、精美礼品 146 个 5 元 $\times 146$ 个=730 元

小计：16930 元

(三)、会员活动

vip 主顾客营销活动

a、vip 新年感恩回馈礼

目的：有力提升 vip 的使用价值。利用 vip 和周边商场形成差异化营销。

活动办法：20xx 年 1 月 1 日（周日）—1 月 22 日期间，馆内将推出各类特价商品。vip 主顾客凭 vip 卡方可购买商品。每卡限购一件。

1 月 1 日—1 月 8 日推出服装类商品，每日 100 件。

1 月 14 日—1 月 22 日推出鞋类特价商品，每日 100 双

b、卡友新年来店礼

活动办法：20xx 年 1 月 1 日（周日）—1 月 22 日（周日）期间，卡友至本店

四、活动预算：

略

一、促销时间：

20xx—05—06——20xx—05—13

二、促销目的：

背景：

学校只有一个超市，垄断了学校的超市消费市场，在一定程度上学校超市占有一点优势。就是这样，学校超市的经营模式松垮，没有一点促销手段。使学生都在学校外面购买，从而使学校超市的销售量下降。为了使我们的市场占有率提高，我们利用了五一假后开学这段时间，进行校园超市促销活动。

我们针对消费者的用促销目标有：

- (1) 以现有顾客群体为基础，增加销售量、扩大销售；
- (2) 吸引新客户、巩固老客户；
- (3) 树立企业形象、提升知名度；
- (4) 提升超市整体外在形象；
- (5) 清理库存，新产品系列推广；

三、促销主题：

方案设计的核心是利用价格折扣、实惠、儿时产品回忆的方法来带动学生光顾从而提高销售。

促销主题：超时代的消费，超时代的安享冰凉享受

宣传口号：还记得小时候的零食吗？让我们再回忆一下吧！

四、促销活动：

学校现在的超市虽占有校园的垄断市场，对于在学校来说没有什么竞争的压力。但现在外面超市的进行了促销方案，这对学校的销售还是有一定影响。我们为了使校园超市立于不败之地，从而进行这次促销活动。

我们主要是先让同学们看到我们的海报。回忆味道，会让他们感觉到好奇，也有些同学想去尝试一下。通过这个我们把顾客拉拢过来，同学在购买商品的同时，还会有很多食品的价格是比外面的价格底的，而且还会有礼物赠送。所以他

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/377003000041006164>