

## 超市活动策划方案案例范文模板

### 超市活动策划方案案例范文模板（优秀 20 篇）

制定方案可以帮助明确工作的具体目标，从而更好地进行工作计划和安排。好的超市活动策划方案案例范文模板应该怎么写？快来看看，本店铺给大家分享超市活动策划方案案例范文模板的写作技巧和示例，供大家参考！

#### 超市活动策划方案案例范文模板篇 1

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。因此，五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。

继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）
- 2、长假旅行消费（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）
- 3、近郊春游消费（饮料类、即食品类、休闲食品类、）（户外用品、运动用品、园艺用品）
- 4、家庭换季消费（夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季）（夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）
- 5、福利消费（夏季消夏用品团体福利消费）

我们促销始终应围绕一个理念，促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品只有商场的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

#### 一、确定促销期间：

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期在4月28日起至5月8日止。

#### 二、确定促销目的：

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销一是重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大商场影响力。

五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大商场所处地理位置影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

#### 三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是商场向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾，惊喜狂购（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣，低价有礼（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假，低价总动员（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏，低价风暴（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一、清清爽爽过夏季（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天，购物拿大奖（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣

吃上再拿上（游戏互动促销，大规模的品尝买赠）

四、确定促销商品分类比重及促销价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重。

## 超市活动策划方案案例范文模板篇 2

促销目的：

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。

促销主题：

闹春：三口全家海南双飞五日游！

促销时间：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日—\_\_月\_\_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：\_\_/\_\_-\_\_/\_\_

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买。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（\_\_/\_\_-\_\_/\_\_），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。

超市活动策划方案案例范文模板篇 3

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：20XX 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买。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—1/2（5），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 04 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——\_\_晚报，以海南双飞五日游促销情报，进行软消息报道（1/1（1）

都市报，以春节开心总动员的活动进行宣传（1/1（2）

温州日报、晚报、都市报、商报，以春节大联欢的软消息报道（1/1（8）

电视台报道，以企业形式进行春节报道。（1 月 12———2 月 1（2）

## 超市活动策划方案案例范文模板篇 4

20XX 年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾 20XX 年，我们\_\_有限分公司已成立有 X 年的历史了，在这段时间我们成功的开出了 5 家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立\_\_超市的品牌形象。届时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

活动主题：

- (1) 春节贺岁礼送新春
- (2) 元宵节情缘元宵节
- (3) 情人节感受温馨浪漫

活动时间：

20XX 年 X 月 X 日—20XX 年 X 月 X 日

活动布置策划：

卖场内外已暖色料为主（大红、橙色、黄色）

1. 场外布置：

(1) 10 家门店共制作 10 条大型巨副放于入口处（主题宣传和活动宣传）。

(2) 外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

(3) 门口处上方各挂大型灯笼（50cm），要求美观。

(4) 10 家门店各制作竖副 8 条，内容为七彩（各门店进行费用联系）。

(5) 各门店门口处统一放置红地毯一条（6mX2m）。

(6) 地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题（由营销科统一制作）。

## 2. 场内布置：

(1) 门店 pop 标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

(2) 门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

(3) 卖场内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

(4) 一条街制作喷绘一张（材料为 KT 板）（由营销科统一制作）。

(5) 制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计（详情见附图）。

## 通道：

(1) 挂春节专用吊旗（由营销部统一设计制作）。

(2) 根据卖场实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

## 年货陈列专区：

(1) 区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

(2) 货陈列进行食品、用品各进行专区的陈列，并在上方悬挂年货街字样的 POP，统一使用 KT 板进行制作到位。

(3) 专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以 POP 标注，商品建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

(1) 可用 KT 板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

(2) 楼道墙壁上可喷绘海报张贴（活动内容及喜庆图案），或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

(3) 有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮。

### 3. 员工布置及服务用语

(1) 营销科统一制作春节员工帽子，商场每位员工必须佩带。

(2) 春节期间员工服务用语：你好！新年快乐！欢迎光临！

(3) 收银台的收银员穿戴塘装。

### 活动陈列及商品的促销活动

#### (1) 特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中龙港店、鳌江大厦店，还增加箱包、服饰、鞋子、床铺上用品、生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

#### (2) 厂商的赠品促销

联系 30 种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中大卖场的服饰、鞋子、床铺上用品等，

赠品由厂商提供赞助。（由门店及营销科共同执行）

（1）厂商大型文艺促销活动。

（2）联系厂商做大型的文艺活动，主要有蒲公英、红桃 k、等厂商进行轮回演出，提高各商场的客流量和销售。

（3）联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

活动媒体宣传：

报纸：晚报

年货 DM 海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队

超市活动策划方案案例范文模板篇 5

一、活动主题：浪漫的五一?温馨的\_\_\_\_\_

二、活动时间：4 月 20 日—5 月 20 日

三、活动背景：

春节过后，五一节将是我们面对的第二个销售旺季。在此期间，五一长假，客流增加，需求旺盛。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

#### 四、活动内容：

1. 有奖购物促销。凡在\_\_\_\_购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如 t 恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在\_\_\_\_广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约\_\_元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2. \_\_\_\_采风，今夏清爽---淄博\_\_\_\_第\_\_届空调节。

(1) 购机抽奖，互赠空调。用户在\_\_\_\_购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2) 销售排行榜。\_\_\_\_购物广场联合消费者协会等有关部门，对 4 月 20 日—5 月 20 日之间\_\_\_\_购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3) 主题为空调与我?现代生活的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表相关文章。

(4) 免费保养、维护，大规模的进行电话回访。在空调节前十天，每天向新老用户赠送室外机的防雨罩，防雨罩统一印有\_\_\_\_倾情奉献字样。进行社区服务，真情奉献，树立形象，宣传带动。

(5) 大范围的赠礼、特价销售活动。此外，每天搞一个小时的竞价销售活动，提前预告，卖场拍卖。

(6) 空调节亲情电话——购买空调的用户，均可获赠一个月的气象信息，每天一次（晚上 7: 4 (5)。老用户可享受两个周的气象信息。此活动与电信公司合作，通过预交一定的费用，定时向客户留下的电话号码播放气象信息、穿衣指数、防晒指数、舒适度指数、空气污染指数、上下班天气预报等信息。

(7) 每天早 8: 00 第一个打入空调电话者，为幸运采风者，可享受半价优惠，让人惊喜，感受刺激。

(8) 盛大的开幕仪式和展销活动。

3. 会员购物积分假日游活动，从活动推出日开始，累计会员购物金额，凡购物满\_\_元者，赠价值 120 元旅游票一张；购物满 5000 元者，赠价值 120 元旅游票两张；购物满 8000 元者，赠价值 120 元旅游票三张。把活动方案与商品信息通过中邮专送广告，传达到每位会员，以期引起他们的广泛参与。

4. 买一件 t 恤，献一元爱心——淄博\_\_\_\_\_购物广场 t 恤义卖活动。五一节前后，在广场上举行义卖活动，每天拿出一定的件数，所卖款项将捐赠给希望工程，活动由团委组织实施。

5. 休闲运动系列时装展利用\_\_\_\_\_礼仪时装模特队，选择休闲、运动、时装

在广场表演，配合卖场销售，主推二商场休闲和三商场体育时装类，造势销售。

6. 糖酒副食、洗化类商品，是五一节消费的重头戏，为有效组合连带销售，推出\_\_\_\_食品周和\_\_\_\_关爱肌肤，靓丽生活洗化热买月。利用特价或半价拉动购买。

7. 建立\_\_\_\_购物广场网站。全程报道\_\_\_\_购物广场五一节的促销活动。

## 五、广告宣传

1. 经济台《\_\_\_\_信息港》栏目中全面介绍\_\_\_\_购物广场五一节的各项促销活动。

2. 广播电台新闻台、文艺台利用半点、整点广告分别对单项活动进行宣传。

3. 利用淄博晚报、鲁中晨报各做一次整版广告。

4. 营业现场广播滚动播出活动内容。

5. \_\_\_\_网站全程报道五一节系列活动。

6. 与邮政合作组合各厂家出刊一期专送广告

7. 利用上述媒体新闻报道。

## 六、营造卖场形象：

1. 装饰店面。利用绢花制作浪漫五一彩门，费用 600 元左右。

2. 天井和一楼天顶处，利用花球装点，撒下红灯笼。费用 1000 元左右。

3. 彩色气球装饰约\_\_元。

4. 绿色仿真植物装点 1000 元左右。

七、整改卖场形象，加强营业人员现场促销力度。

## 超市活动策划方案案例范文模板篇 6

## 一、活动目的

借\_\_这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立平价实惠的形象。

## 二、时间段

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日——X月X日，总计一周时间。

## 三、促销主题

欢天喜地贺\_\_，明礼守信待亲友。

## 四、详细方案

### （一）购物有礼

主要内容：凡于X月X日—X月X日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

### （二）执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

### （三）喜从天降

主要内容: 凡于 X 月 X 日至 X 月 X 日, 在本超市购物的顾客, 都有机会免费获得所购商品。在此五天内, 本超市将在每天的早、中、晚, 不定时举办两次喜从天降活动。在活动开始时, 当时每个收银台前的第一位顾客, 即为参赛者, 只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号, 那么您就是当次活动的幸运儿, 就会体会到一份喜从天降的喜悦。

#### (四) 执行要点

此活动所需道具为:

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。(可用商品包装箱, 但不要太大, 箱子须密封, 在箱顶上要开一小洞, 大小以能刚刚伸进一只成人手, 同时基本无缝隙为宜)

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时, 有签单权(购物免费)的负责人需在场。

此活动操作过程为:

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

（五）我为特价狂

一）主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的惠顾，本超市将在 X 月 X 日—X 月 X 日，推出为期 7 天的我为特价狂这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期 7 日，到期即恢复原价。

#### 1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这 7 天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

#### 2、梦想成真

##### 二) 主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至 X 月 X 日在本超市购物，并且购物金额在 50 元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于 X 月 X 日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。（具体详情见超市海报）

#### 1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台（两名）。

二等奖家用厨具一套（六名）。

三等奖手套或者帽子一份（十名）。

纪念奖纪念品 100 份。

注：纪念品要求供应商提供。

## 2、此活动需用道具：

(1) 抽奖箱一个。

(2) 抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

### 注意事项：

(1) 此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、住址、性别、购物金额、奖券号码；以方便核对。

(2) 此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

(3) 如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来；如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

(4) 在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

(5) 公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证；并邀请现场顾客协助抽奖；最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客（一等奖、二等奖）名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

## 超市活动策划方案案例范文模板篇 7

### 一. 策划思路

本次策划案共分三个阶段，第一波：圣诞狂想曲，第二波：春节购物乐翻天，第三波：富贵迎新年，第四波：猜灯谜闹元宵好邻居世纪莲花

### 二. 活动主题

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵好邻居世纪莲花

### 三、执行时间

第一波：圣诞狂想曲. 12. 24-. 1. 10

第二波：春节购物乐翻天. 01. 15-. 1. 30

第三波：富贵迎新年. 02. 01-. 2. 15

第四波：猜灯谜闹元宵. 02. 20-. 03. 7

好邻居世纪莲花

### 四. 商品营销

1. 营销思路：本次两店店庆营销的重点在于商品营销，商品营销的重点则在于低价形象的营造尝试，配合 1 元区、3 元区、8 元区版面配以三年感恩，低价先锋在莲花文字标题加以突出表现，并承诺海报商品价格比商圈内的任何一家超市高，差价二倍补偿

#### 2. 邮报总体安排

商品组织规划：

重点品项要求（注重低价形象）：

第一波：1 元商品（圣诞小礼品、圣诞帽、袜子、手套、毛巾、巧克力、饼干、八宝粥、沐浴绵）：10 个 3 元商品：6 个，8 元商品：3 个

第二波：1 元商品：5 个 3 元商品：3 个

第三波：1元商品：10个 3元商品：10个，8元商品：5个，注重年货商品的组织（炒货、葡萄酒、旺旺大礼包、白酒、整箱啤酒、整箱旺仔、王老吉、盒装饼干糕点）注重情人节产品的组织

第四波：学生开学、元宵速冻产品的销售

#### 五、陈列要求：

本次两店店庆活动商品的陈列起着较为关键的作用，低价氛围的体现除了宣传因素，重点则在于陈列。以地堆，花车陈列的，必须以绝对的量感配合，可以在食品、百货三个区域分别组成主题促销区，经过氛围装饰，形成二个不同区域的特卖点，必须重点提醒的是，邮报商品必须100%的在重点位置陈列，可适当搭配其它品牌的同品类商品进行组合，以对比出促销商品的更多价格优势。本次陈列主题必须明确，主通道产品必须适合当前市场需求。

第一波：以1元，3元，8元区为主要陈列对象

第二波：以1元，3元，年货为主要陈列对象

第三波：主要以年货为主要陈列对象

第四波：以文化用品为主要陈列对象。

#### 六、营销活动：

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵

#### 七、宣传及费用

## 超市活动策划方案案例范文模板篇 8

### 超市开业促销方案——主题

美好生活共同拥有——十店同日庆新张六重福礼送到家

### 超市开业促销方案——时间

快讯时间：快讯 16 天；

### 超市开业促销方案——执行门店

### 超市开业促销方案——活动内容

超市开业促销方案福礼一、开业大家喜来就送福礼

每天超市购物前 200 位顾客、便利店购物前 50 名顾客，可凭当日购物小票在超市总台领取价值 2 元的开业纪念品一份；

采购负责开业纪念品的准备，于 20XX 年 7 月 3 日前到位，至配送中心；

配送中心根据发展部提供配送比例，每晚 10 点前配送至各门店客服部或便利店店长；

门店负责统计和发放赠品，并每日进行赠品统计报营运部；

营运部负责整体活动的实施和监督工作；

发展部负责活动策划和赠品配比及活动解释；

赠品采购明细：

大店：2 元\_\_200 份/天\_\_4 店\_\_10 天=16000 元（8000 份）

便利店：2 元\_\_50 份/天\_\_6 店\_\_10 天=6000 元（3000 份）

合计：11000 份\_\_2 元=22000 元

赠品配送明细：

大店：20XX 份/店合计：8000 份

便利店：500 份/店合计：3000 份

费用预算：

赠品费用：22000 元

超市开业促销方案福礼二、同福有缘人一生伴幸福

顾客姓名中如带有福字者，凭当日购物小票（金额 16 元以上）和本人身份证明，送价值 10 元的中国电信+\_\_\_\_\_同贺开业手机长途卡一张（20XX 张送完为止）；活动期间每人每店限送一张；

门店负责赠品的登记和发放工作；注意小票加该赠品以领章；

营运部负责活动的整体发放登记实施和监督工作，负责活动总结；

发展部负责落实卡到位，并于 7 月 5 日之前到位交付营运部发放；

门店做好赠送卡的登记工作；

费用预算：

10 元面值卡\_\_20XX 份=20000 元

备注：中国电信提供；

门店配送比例：

大店：350 张\_\_4 店=1400 张

便利店：100 张\_\_6 店=600 张

合计：20XX 张；

福礼三、购物送晚报日久见人心

各店购物金额满 66 元以上者，凭当日购物小票获赠 20XX 年任意一季《\_\_\_\_晚报》一份（价值 34.50 元）购物满 106 元以上者，凭当日购物小票获赠 20XX 年半年期《\_\_\_\_晚报》一份（价值 69 元）；各店购物金额满 166 元以上者，凭购物小票获赠 20XX 年全年《\_\_\_\_晚报》一份（价值 138 元）；

发展部负责报纸派送流程培训及报社征订配合工作；负责媒体宣传及活动解释；

营运部负责活动具体实施和监督，并做好总结分析；

超市开业促销方案福礼四、数百低价品捧出莱福心

连锁店 100 多种半价品、数百种低价品任顾客选择；

超市仅有低价品项不够，

连锁超市真诚承诺：有质量问题商品包退换，不满意可再次销售商品包退换；

采购部快讯促销商品组织；

店面负责快讯商品具体售卖及宣传工作；

发展部负责快讯制作及商品报纸宣传。

超市活动策划方案案例范文模板篇 9

超市促销活动方案

选择合适的卖场；

1、店方对该产品较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合厂方促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等（尤对其素有砸价恶名的超市合作一定要小心）；

2、人流量大，形象好，地理位置好；

3、超市定位及其商圈的顾客群与促销产品的定位、目标消费群一致。

如：玻璃瓶汽水促销店最好选在家属区或学校附近；休闲用品促销最好选在市中心高形象超市或高尚住宅区、商务区超市。

定有诱因的促销政策；

1、师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、有效炒作：

①活动名要有吸引力、易于传播，如：某米酒厂家在酒店推广产品的加热饮用，促销命名为青梅煮酒论英雄；某加咖啡送咖啡杯名曰红杯欢乐送（颂）；

②赠品绰号要响亮，如：某快餐连锁店的球星塑料人起名为超酷球量派对

③赠品价值要抬高，如：缤纷夏日防紫外线秘笈太阳扇；

④限量赠送做催化：消费者总是买涨不买落，让消费者在活动现场看到赠品堆放已经不多，旁边赠品空箱子倒是不少，这种晚来一步就没有赠品的感觉会大大促进购买欲；

3、尽量不做同产品搭赠（如买二送一）免有降价抛货之嫌，结果可能打不到目标消费者，反而打中了贪便宜低收入的消费群。

4、可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形象陈旧就不可取）。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

如：买 1 袋/包送透明钥匙包一个；买 2 袋/包送荧光笔一支；  
买 5 包送飞镖玩具一套；买 1 箱送 T 恤衫一件。

6、限时限量原则：与超市合作的买赠、特价促销，一定要注意在促销协议中明确限时限量，否则在促销期间出现赠品/特价产品供货不足，会面临罚款、清场的危险。

选择合适的产品品项和广宣品、礼品；

### 1、广宣品设计原则

①广宣品风格应与目标消费群心理特点一致，如：运动饮料宣传品基调：与体育赛事结盟、活力、迅速补充体力；

中低价食品宣传方向：更实惠、更大克重、更多鸡蛋、更营养；

儿童用品宣传风格：产品好吃/好用，赠品好玩，卡通化的诉求方式；

②促销 POP 标价和内容：

促销价与原价同时标出，以示区别；

尽可能减少文字，使消费者在三秒之内能看完全文，清楚知道促销内容；

③巧写特价：

部分城市物价局规定不准在海报上标出原价特价对比字样、这种情况可把最不好销的口味写原价、其余口味写优惠价（如：海鲜味 2 元/包、其余口味 1.8 元/包）消费者自然明白；

④师出有名：冠以新品上市、节庆贺礼等借口；

⑥写清楚限制条件，如：限购5包/人、周末促销、限量销售，售完为止、号之前有效等。

## 2、赠品选择原则

①尽可能是新颖的常见用品。使消费者一看就知道是否实惠而且又受其新颖的造型外观所吸引（太生僻的赠品，如魔方笔、蹬山刀，消费者不知道用途或用途不广泛，难以接受）；

②高形象，低价位，如：挂表、围裙、T恤、计算器等价值感较强，但采购成本又较抵；

③最好有宣传意义。如围裙、T恤、口杯；

④与目标消费群的心理特点及品牌定位相符，如：运动饮料赠奥运小纪念品；碳酸饮料赠变形摩丝、滑板、透明钥匙包；

⑤赠品价值在产品价值5%—20%之间，过低没有促销效果，过高会起负面作用。

根据活动规模确定促销人员数量、产品储备数量及物料需求；

效果预估：指根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响，作出促销期间销量的预估。

费用预估：根据销量预估配备相应的物料：广宣品、礼品，并根据所选超市的规模和促销期长短，预估销量，准备相应的促销人员预算。

规定业代回访频率，维护活动效果；

说明：如果促销期大于 1 天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽，也很容易出问题的工作。所以有必要在促销案中将产品的备货、陈列、广宣品布置等责任落实到具体人身上；促销期内（如：业代对促销超市保持 2 天/次的回访频率，对超市全品项充足供货负责；驻场促销人员负责超市内的陈列、明码标价、广宣品推广、赠品管控和断货警示工作）。

### 超市活动策划方案案例范文模板篇 10

时间规划：

腊月初八——腊月十四腊八节喜庆年货早买早实惠

腊月十五——腊月二十四除旧迎新欢欢喜喜过大年

腊月二十五——除夕新年好礼精彩亮相

春节初一——初六猴年最炫礼福多运多财更多

节日和背景：

1 月 27 日腊八节，2 月 3 日腊月十五、2 月 11 日小年，2 月 18 日除夕，2 月 19 日—24 日春节假期

农历春节即将拉开帷幕，商业年度巅峰时刻来到。通过商品组合、风俗习性和市场需求等对商场商品进行整合，配合一些节日性活动链接刺激消费者的关注和信赖，促成业绩的高升。

销售工作重点和促销活动：

元旦活动后至春节期间应环环相扣，分段拟定不同的促销重点和主题，这样才能把人气和商品营销完美的结合在一起。

第一步

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。

## 第二步、1/25—2/2 腊八节喜庆年货早买早实惠

1月27日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顾客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\_\_商品一个

加5元换购价值8元\_\_商品一个

加10元换购价值15元\_\_商品一个

加15元换购价值25元\_\_商品一个

加 20 元换购价值 40 元\_\_商品一个

具体换购商品待定!

三、2/3—2/11 除旧迎新欢欢喜喜过大年

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/827101053110010005>