

超市策划

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/16776235191173.html>

范文网，为你加油喝彩！

小学生小制作-如何增加手机内存



红软PPT 更多PPT模版、PPT课件尽在 rsdown.cn

2023年3月1日发(作者：动物寓言故事大全)

超市营销活动策划方案

超市营销活动策划方案（通用6篇）

为了确保事情或工作有效开展，通常会被要求事先制定方案，方

案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。那么制定方案需

要注意哪些问题呢？下面是小编精心整理的超市营销活动策划方案

（通用6篇），仅供参考，欢迎大家阅读！

超市营销活动策划方案篇1

活动目的:

- 1、扩大和提高某某超市的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

市场分析:

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商

家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，

消费者又是如何选择的呢?随着生活水平的不断提高，消费者的消费观

念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这

种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首

先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密

切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消

费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售，从而使消费者

认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜

的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，

根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通

过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市

惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐

渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，

超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外

一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，

由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分

利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得

湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全

新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

活动安排:

1、选票的设计:

我们的选票分为两部份。

a、消费者自己填写3个自己心目中的商品参加超级商品评选。根据

选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b、消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，

前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争

取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌

知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消

费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票

和宣传单印上广告词:这个春节，您当家。

效果目的:为了让消费者知道，今年春节，某某超市有很特别的

活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定

金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门

口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与

投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久

会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商

品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们

超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某

个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

超市营销活动策划方案篇2

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。

超市营销活动策划方案篇3

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xx月xx日—20xx年xx月xx日

活动布置策划：

卖场内外已暖色调为主(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)地贴春节专用地贴张贴在出入口，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。

超市营销活动策划方案篇4

活动主题一：我爱我家

活动时间：6月21日

活动内容：

1.凡在本超市消费满38元及以上均可获得父亲节精美礼品一份；

2.凡在6月21日（父亲节当天）出生的父亲凭有效证件可享受面

包、蛋糕类产品6折优惠。

活动主题二：我爸是巧手

活动时间：6月21日

活动内容：父子/女免费组队报名参加比赛，在规定的时间内，包

粽子的数量最多、最好看的获胜。

奖品设置：

第一名：价值300元的礼品一份；

第二名：价值200元的礼品一份；

第三名：价值100元的礼品一份；

参与奖：凡参与比赛者均可获得精美礼品一份。

活动主题三：您划我猜

在父亲节当天举办“亲子游戏，您划我猜”游戏活动，凡参赛者

均有礼品相送，获奖者更有价值100元超市通用购物券一张。

活动规则：

1、报名时间：6月21日

2、比赛要求：6周岁-12周岁的小朋友。报名总人数40人，分两

组，一组是6周岁-8周岁，20人；另一组是9周岁-12周岁，20人。

比赛规则：

家长与主持人面对面站，参赛小朋友站在主持人身后边，主持人

出示卡片，家长用肢体描述出卡片上的内容，小朋友来猜。

在限定3分钟内，看谁猜对的最多，予以奖励价值100元超市通

用购物券一张（购物券全场通用，不找零，不兑现）。

活动主题四：超值购

在6月19日—21日活动期间，超市内保健酒类、保健品类、茶

叶、其它老年用品特价销售。

铁观音250g半价出售；

购营养保健品均有好礼相赠；

特价销售：蜂蜜、核桃粉、奶粉、无糖食品。

宣传推广举措

主要通过自媒体平台，微信、微博以及超市入口、停车场等部位

发放促销宣传单，在超市外张贴大幅海报，并加强导购员宣传推广。

活动主题五：大奖等你来拿

父亲节活动期间，商品全场88折，折后满128元以上者，可凭小

票参加“闯关中大奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精

美的父亲节礼物。

奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；

一等奖：送指定商品一个；

二等奖：购买商品再打8折；

三等奖：购买商品再打7折；

四等奖：精美礼品一份；

活动细则：

1、在卖场收银台处放一促销长桌，并铺上红布；桌上放置两个抽

奖箱，每个箱上都装着5种颜色的乒乓球共11，分别是白色4个、蓝

色3个、绿色2个、黄色、红色各1个。

2、只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，

即可获得相应的中奖奖品；红色球代表特等奖；黄色球代表一等奖；

绿色球代表二等奖；蓝色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

超市营销活动策划方案篇5

一、活动思路

很快就进入岁末商家黄金季节，圣诞节(元旦节)，为人们尽情购物

与狂欢留有足够多的时间，策划好圣诞节和元旦节促销活动自然成为

提高下半年销售的重头戏。本次策划以“狂购风暴，圣诞、元旦先下

手为强”为主题，着重周末，顾及其它，以12月为营销月，打一场漂

亮的促销战。

二、促销主题

狂购风暴，圣诞、元旦先下手为强

三、促销时间

12月20日—12月25日

四、活动方法

1、狂购风暴，圣诞、元旦先下手为强

只需要100元，100部手机任你选，先下手为强;几十款手机，款

款让利100元，超值100。

100件知名保暖内衣，100台知名品牌电热水器1元起拍，最高

100元限价，等你来赚。这个冬天不会冷。

晚8：00前在xx购物的顾客均可领取一个乒乓球写上自己的名字

及联系方式，投入店前抽奖箱(长宽高均为1米，透明有机玻璃制作)。

xx年12月31日上午9点，统一抽奖。

来者都是客，大家都有礼。顾客凭购物小票即可领取开年金鼠红

包一个，内装市内各知名餐饮、娱乐、服装、宾馆等商家的折扣券、

代金券、赠品券及本商场现金1元。吃喝玩乐，食行住行尽在其中，

这个鼠年真快乐

幸运100(1月3日—6日)

dm促销

本次活动着重突出“狂购两节”概念，但同期推出两期dm快讯。

第二期：1月1日—1月6日

几百款商品超炫低价，惊爆出击

2、(或其他新晋小鲜肉)，xx年的最后一场激情(圣诞狂欢夜)

上午10：30—11：30(或其他新晋小鲜肉)，签名合影(或其他新

晋小鲜肉)，xx年的最后一场激情

五、广告宣传

(略)。

六、费用预算

(略)。

超市营销活动策划方案篇6

圣诞节为西传的最受中国百姓瞩目的大型节日，已经被中国百姓

逐步所接受，圣诞节时间虽短，但前期准备时间较长，只要商品选择

的好，操作得当，既可收到良好的效果，针对本次节日，主要从以下

两个方面进行：

1、卖场布置

卖场布置的进行应围绕营运商品的选择进行，本次根据谢总意见，

百货处的圣诞节的季节性商品主要围绕小型的贺卡等礼品性商品，

配合杂货处的相关休闲食品和礼品，在卖场相关位置开辟集中的圣诞

节礼品区，并进行布置，为了减少费用，卖场的气氛布置尽量简化，

着重进行客服中心的布置，在客服中心设置3.30米圣诞树一个，上面布置半铃、雪球、彩灯、彩条等装饰物品，在客服中心的边缘集中布置彩灯，正面服务台布置大型的圣诞气氛POP。同时为了增加卖场内的气氛，集中为超市内促销员购买圣诞服装三件套（服装、帽子、腰带），费用由人事部协调采购向厂家收取，其他员工由公司购买圣诞帽，在圣诞节期间佩带。客服中心的员工统一穿着圣诞服装，除女装外，应另行购买一套男装（圣诞老人服），由客服中心的一名员工穿着，负责发放赠品。

2、促销活动

由于圣诞节的延续性不长，应注重各种活动的气氛的延续，遂做如下的策划，集中购买1000个圣诞老人玩偶，单价在1.00元左右，1000个圣诞帽，单价在0.50元左右，在圣诞节期间，凡在好又多仓储超市购物满25元者即可凭收银小票在好又多仓储超市客服中心领取圣诞老人一个和圣诞帽一顶。活动时间为12月20日——12月26日，发完既止，集中购买5000支摇花，在12月24日、25日、26日晚5：00开始进行发放，消费满10元者即可获得摇花2支。配合这样的

促销活动，一方面可以营造浓烈的圣诞节气氛，另一方面也可以使消

费者领略到潮湿独特的文化气息。

铃儿响叮当，圣诞老人送吉祥，22日~26日，超市派出8位圣诞

老人在卖场派送“小气球、年台历、挂历、小礼品包、钥匙链”。

购物颂吉祥，在超市购物满25元，就可获赠超市圣诞帽一个，同

时有机会在祝福卡上表达对你所爱的人的一份新年祝福并将他系在超

市内外的圣诞树上或直接送给你祝福的人，24、25两日200顶免费的

超市圣诞帽送给小朋友。

22日~26日购物满48元的单张小票在服务台换取“火鸡腿、散

糖果、散果冻”三种商品的5折优惠卡，此卡只对应一种商品，每日

100张，大家电、团购小票除外，小票不做累加。

22日~29日，每日前100位满18元的单张小票（累加小票除外）

可在发卡处免费获得超市会员卡一张！

疯狂圣诞夜，邀您共渡，活动自24日下午14：25分正式开始，

22：00结束精彩内容见详单。

14：25~17：00的外场演出开始，15：00巨型圣诞蛋糕

（80cm180cm）在店堂展出（专人看护），圣诞老人频繁在蛋糕附

近油动，16：00告示蛋糕派对开始的时间（21：00），16：00~19：

00场内大型促销活动要拉动大量顾客，18：00~21：00的演出开始，

店堂里圣诞老人要拉拢小朋友跳舞（兔子舞或蝴蝶舞）到场外，同时

场外演出队伍要能够配合（负责）。

21：00蛋糕派对准时开始，场内广播要及时，乐曲在21：00准

时切换到“铃儿响叮当”！

先开香槟酒庆祝（负责）、蛋糕开切分吃（负责），保安要维护

好现场秩序（负责）。

22：00广场燃放烟花。

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发