

月末特价超市活动方案策划 超市活动方案 (精选6篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

月末特价超市活动方案策划篇一

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理（大批量购物、一站购物），体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

110期

本阶段的活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的'形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。活动以团购特价商品为主，以dm为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养05年的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1. 特价团购商品dm a) 规格：小8k□4p□共计80个商品； 食品：40个 百货：30个 生鲜：10个 b) 要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%□ c) 商品选择要求历年春节团购需求

量大的单品或品类。

2、享受团购价前提：一次性团购满500元，即可以dm团购专版上的特价购买；

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

5、市外门店活动：一次性购买商品满500元，可获赠05年会员卡一张，单笔销售限送1张； 6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

111期

主题：新春 联华抢购

第一站 时间：1.28—2.15（2.9年初一，2.14情人节）共计19天 由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过dm商品的组合推荐，形象生动具体的诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

1、商品组合以及dm要求

a) dm规格：小8k□20个p□400余件商品

d) 百货：开门迎新 床上用品、服装、服饰配件、家用杂件……

e) 生鲜：鲜美啧啧过大年 调味品、生鲜中的日配、冷盘、熟食、蔬菜……

情人节主题：简单爱

情人节推荐商品，考虑到这部分商品可能与春节推荐商品重复，建议dm排版上，可以在相关商品在可以作为情人节特色的商品上，标注特殊记号，代表情人节推荐商品，以做提示作用□ h) 长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场“为你所想”的亲民形象。

2、一元风暴 快速抢购 事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最行之有效的手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节这个特殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时期，因此设计活动以买大赠小（买礼品类商品送调味品）为主要手段，刺激消费。时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a) 时间：1.28-2.2

c) 操作细则□ i. 有场地条件的门店单独开辟特卖场，面积比较小的门店在总台赠送，但都统一要求门店在活动开始前特卖场所位置的醒目标识，并做好活动内容宣传□ ii. 赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱□ iii. 请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品□ iv. 所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加□ v. 若购“特卖场”商品后退超市所购商品，需凭购物小票办理退货手续，并将“特卖场”商品一同退货□ vi. 所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐□ vii. 本活动解释权归本超市所有。

d) 宣传文案：一元钱能买什么？一瓶酱油？一袋味精或是四袋盐？能！只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实！2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。一元风暴快速抢购，心动吗？那就快快行动！

3、装饰 a) 卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果□ b) 收银台采用大红绸和福字装饰□ c) 卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式□ d) 货架笑脸设计□ e) 井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案 f)

月末特价超市活动方案策划篇二

20xx年x月xx日至xx日

“孩子是祖国的未来”，儿童节现在不仅仅是孩子的节日，更是家长的节日、也是绝好的商业机会；不仅仅能带动人气、促进相关商品的直接销售，而且能构建良好的企业形象、增强品牌的势能。

1、少儿遥控车大赛□x月xx日开始报名□x月xx日开始布场熟悉场地及赛道□x月x日上午开始预赛□x月x日晚上参加决赛；
(黄州商场、黄商购物中心同时进行)。活动说明：

a□指定赛道、指定路线、跑完一圈；时间最短为获胜者；

b□可自带遥控车也可用商场提供的赛车参加比赛；

c□遵守比赛规则听从裁判安排维护好现场的秩序；

d□跑完整个赛道一圈时间不得超过4分钟超过为淘汰；

e□在比赛过程中不得用自己的遥控器控制干扰比赛人员，否则取消比赛资格。

2、陀螺战斗王挑战赛□x月x日开始报名□x月x日开始布置场地试练□x月x日开始挑战、以优胜者为挑战者、连登挑战者10局可获得儿童节礼品一份。截止x月x日晚x点x分的胜利者为冠军获得者，奖品：黑暗蛇妖攻击型脱落一套（含托盘一个）（在黄商购物中心门前举行）。

3、邀请幼儿园小朋友参加庆“六一”儿童专场□x月x日至x月x日期间）；

4、厂商儿童节文艺汇演（各部门经理在x月x日前报到办公室徐德胜经理处登记、安排具体时间。

5、商品促销辅助活动：（快乐儿童节、开心转奖人人有礼）

a□x月x日至x月x日在黄商两卖场购物满61元可参加转奖；多买多转单票3次封顶；100%中奖。

b□奖品设置：一等奖：61元儿童节购物礼券一张；二等奖：跳绳或望远镜；三等奖：智慧魔方一个；四等奖：毽子或口哨。一个重要说明：本次转奖活动力度比较小、要求各个部门向厂商支援拿出强有力的商品促销价格或折扣6.1折至8折；（以儿童用品为重点，内容精、力度大）。

6、特别的宝宝特别的爱□x月x日当天出生的小朋友可到黄商两卖场领取儿童节礼品。

7□x月x日各个部门商品促销内容交广告部□x月x日开始电视字幕集中宣传。

月末特价超市活动方案策划篇三

2、以[新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

所有在校大学生以及周边小区居民

时间□20xx年3月1日——20xx年3月10日地点：校园超市内

尽享超低价，新学期巨献”

一等奖：超市500元购物卡（3名）；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元（5名）；三等奖：

高档毛巾一条（20名）。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、限时购买，将品牌化妆品和睡衣作为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台；

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放传单；

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

人员安排：（1）安排足够数量的服务人员，并佩带工作卡或

绶带，便于识别和引导服务；

(2) 现场要有一定数的秩序维持人员；

(3) 现场咨询人员，销售人员既要分工明确又要相互配合；

(4) 应急人员（一般由领导担任，如遇职能部门干涉等情况应及时处理）。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

1、工作人员第一个到达现场，各就各位；

2、宣传人员派发宣传单，介绍活动和产品，引导顾客至进入超市内；

3、掌握好活动节奏，维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外，以免造成负面效应；

4、销售人员准备销售事项，介绍销售产品；

5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚，发放时登记个人资料，签字；

6、结束时清理现场，保留可循环物品以备后用。

总结，才能更好的发展；

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

1、活动现场横幅、咨询台，海报、现场装饰1000元；

2、活动宣传单打印1000元；

3、校园期刊或报纸广告500元；

4、发传单工作人员，在活动前派发，300元；

3000元；

6、康师傅饮品300瓶，750元。合计成本：15450元左右

1、如果出现促销商品缺货情况，要尽快用其他商品替补，避免不必要的纷乱；

2、如果出现疯抢等混乱情况，做好疏通工作，必要时可以安排一定数量的保安人员；

3、做好各种意外发生的防范措施，维护好现场的秩序；

4、做好应急人员安排，必要时可以与公安及保安联络，请求其支援。

借助新学期这个契机，由于大学生们在开学之初资金都比较充裕，而且都需要购买一些生活用品等展开此次促销活动，采用一系列的促销手段，预期会产生满意的效果。

月末特价超市活动方案策划篇四

活动主题：健康老爸

活动内容：一、购物满18元以上均可获赠父亲节精美礼品一份。（扇子或剃须刀片）二、凡6月18日出生的父亲凭有效证件可在麦吉利享受购生日蛋糕6折优惠。三、送给父亲的祝福（顾客持会员卡购男士用品可享受免费礼品包装。）四、想看到平时温文尔雅的爸爸，豪情万丈，豪饮美酒的样子吗？快和

爸爸到超市发超市来吧!只要在喝啤酒的比赛中胜出的话,就可以获得丰富的礼品.

具体操作:

时间: 6月16日(周六)、17日(周日)每天分两个场次上午10:30—11:00;下午17:00—17:40地点:大厦店换购处
细则□a□凡持本店当日单张38元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛□b□每场次分两组,每组5人。由主持人下令,能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听钟楼啤酒,商品准备:水杯,男士内衣,吉列系列,酒类,凉席,凉枕卖场布置:换购处吊挂父亲节吊牌,卖场内制作父亲节提示。

一、营销目的

由于父亲节和端午节只相差几天,并在同一快讯档期,而父亲节相对端午节来说,仅仅是一个小节日,两者只能选择其一做为促销重点,因此,今年父亲节的促销不做主题式促销,主要以商品促销为重点,来达到销售的目的。

二、快讯档期

6月10日—6月24日

三、促销主题

- 1、扮靓父亲,重返年轻
- 2、给老爸一个温馨的父亲节
- 3、真情实意送父亲,健康礼品更贴心

四、促销方式

一) 商品选择

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

- 1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；
- 2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀、体育用品、高档礼品等；
- 3、烟酒类。

二) 商品特卖

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

- 1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀等特卖；
- 2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；
- 3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖；

三) 商品促销

四) 商品陈列

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

二. “神气老爸”孝子亲情绘画大赛

活动内容：父亲节即将来临，为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸最具特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：“健康老爸”、“快乐老

爸”、“帅气老爸”等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下（含18岁），画体风格不限。6/5---6/12为作品收集期，6/13为作品评选期，6/14---6/16为获奖作品展示期，6/16进行现场颁奖。

三. “巧手老爸”手包粽子比赛

活动内容：父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

四. “勇敢老爸”旱地龙舟比赛

五. 父子闯关趣味赛

活动内容：父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报30队。比赛分为：父子颠足球接力、父子卡拉ok对唱(伴奏带自备)、你做我猜--父子默契大考验，真情传递。参赛先手需按要求完成以上内容，比赛采用计分制，根据部分评出冠、亚、季军。

奖项设置：

冠军：1名价值400元的礼品

亚军：1名价值200元的礼品

季军：2名价值100元的礼品

参与奖：26名精美礼品一份

月末特价超市活动方案策划篇五

春节过后进入了淡季，关于这一情况我们应化被动为主动，利用尽可能多的节日来降低淡季期间各门店的业绩下滑幅度。

“三八·妇女节”是女性的节日，而女性消费又是商场消费的主流。借助本次促销活动拉动年初销量，塑造企业外在形象。

健康的女人最美丽

3月1日——8日

一、健康女人街——组织商场内与女性健康有关的商品(如：太太口服液、补血口服液等药用饮品，养颜美容茶类，日用保健品，美体塑身内衣，家庭保洁用品……)搭建堆头，形成女人用品一条街并布置好。

二、美丽特惠——女性商品特价优惠(冬季服装出清特价、春季服装折扣酬宾、女鞋、化妆品、珠宝首饰等等)都可在此期间推出优惠活动(参展商品可根据各门店具体情况定)。

三、评选健康好“煮”意——由女性顾客参加，根据商场内所出售的食品或佐料，制定一份有益身体的食谱，要求：新颖、易操作、健康指数高、所有配料均可在商场内购买。凡参加者提供详尽的文字内容一份交各门店服务台报名参与，并可领取精美礼品一份。再经美工书写编号刊登在门店外，并接受顾客的评定投票，以半月为限(3月1日——3月15日)得票最多的健康食谱成为健康好“煮”意得主，获奖金二百元。

月末特价超市活动方案策划篇六

农历五月初五，是中国传统的节日——端午节，为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的

促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的；并回馈顾客，希望能提高超市知名度，吸引人潮，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，让顾客感受一个难忘的端午节。

**年6月x日—x日

端午节靓粽，购物欢乐送

1、《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡在端午节活动期间，在本超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2、商品特卖

在促销期内，粽子和其节日相关商品（如黄酒，冷冻食品，饮料等食品，透明皂，沐浴液，杀虫水，蚊香等用品）均有特价销售。

3《xxx猜粽，超级价格平》

1) 活动时间：6月x日—x日

2) 活动内容：凡在6月x日—x日促销时间内，在超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

3) 活动方式

在超市入口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子，让顾客进行粽子品牌及价格竞猜；商品由采购部落实价格一定要相当低，以顾客意想不到的价格出售给顾客，使顾客感受到真下的实惠，为节后下一步的销售立下口碑打

下基础。

4、《五月端午节，刺激包粽赛》

操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——组织比赛；参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

2、场外海报和场内广播宣传。