

超市生鲜春节营销方案(优质5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

超市生鲜春节营销方案篇一

“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据置于产品包装内，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。这种方式对顾客的刺激性强，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

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

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。

超市生鲜春节营销方案篇二

共七天（20日—26日大年夜）

千僖迎新，半价返还

（一）主要活动：千僖迎新半价返还。

- 2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；
- 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。
- 1、报纸广告：
 - 2、电台广告：
 - 3、现场横幅
 - 4、现场彩灯

超市生鲜春节营销方案篇三

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xxxx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xx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!

- 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

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。

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

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。

报纸：晚报

超市生鲜春节营销方案篇四

20xx年x月x日—20xx年x月x日共七天

辞旧迎新，半价返还

(一) 主要活动：辞旧迎新半价返还

2、单张购物小票返还金额不超过5000元；

4、年初一开始，至2月15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50%返还，相当于全场折。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。

1、报纸广告

2、电台广告

3、现场横幅

4、现场彩灯

超市生鲜春节营销方案篇五

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20__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

操作方法：

- 1、活动结束，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；
- 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