最新超市双十一活动内容 超市双十一促销活动方案(优质5篇)

无论是身处学校还是步入社会,大家都尝试过写作吧,借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢?我们怎样才能写好一篇范文呢?以下是我为大家搜集的优质范文,仅供参考,一起来看看吧

超市双十一活动内容篇一

整个双十一营销计划表中我们可以把活动分成三个部分:

第一部分是打基础、增销售的部分,时间节点是在10月10日至10月31日,这部分主要活动是xx活动和店铺优惠券发送活动,当然这段时间也不局限于只是xx的商品团和品牌团,如果开通淘金币权限的[xx活动同样是可以参加的,另外像品牌特卖也是可以的,只要是一切能上的店铺活动,都可以申请参加。

第二部分是预热。预热活动也是直接影响到双十一当天业绩的关键部分,预热是双十一的前奏,预热的时间节点是11月1日至11月10日,活动内容主要包括双十一当天使用的店铺优惠券推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动[crm维护和营销[sns推广。

对于卖家来说,预热这十天除了通过合作预热活动拉新会员之外,对于用户群基数较大大大卖家,预热期间最最重要的事情是crm维护和营销。具体分成几步,每一步采用什么样的手段来激活、维护已有的老会员,吸引老会员领取双十一优惠券,提前把目标商品加进购物车,双十一当天能回来下单购买,是值得各位卖家要深思的问题。第三部分就是双十一当天。双十一当天的营销活动主要是根据当天官方赛马时

间点和规则来定,不同时间段有不同时间段的玩法,当然全场1-5折是必须要有,满就减也是不可缺少的。但是除了这些常规款外,我们是不是可以进行一些玩法的创新呢?以下是两个活动设计思路,可以作为参考: 刺激用户购买:

第1、88、888、1888.....用户的激励 限量购产品销售(稀缺感) 售罄产品公布(紧迫感) 赠送礼品 vip会员包装 提高客单价:

双十一关键指标

在做双十一营销计划指标内容的时候,明白双十一关键指标 所包括的是那几个信息维度,这里重点讲一下双十一营销计 划表纵轴中的几大关键指标:

会场位置:我们要根据双十一审核结果,明确自己所在的会场,双十一有主会场,分会场之分,当然,我们如果在分会场,也要通过赛买规则争取主会场。12年的时候还有一淘会场,另外就是双十一当天是否有xx的品牌团或者商品团支持。根据当天会场资源进行接下来的各项指标预估和制定。

业绩指标:这里的业绩指标有两部分组成:第一部分是通过自然流量带来的业绩指标,第二部分是根据会场预估所能实现的双十一业绩指标。业绩指标是可以根据上一年度相关数据,或者竞争品牌相关数据作为参考来预估和制定。

客单价指标:这里的客单价指标是指的双十一当天预估的客单价,同样也是根据不同会场的折扣要求和消费群的区分,以及商品价格的不同来制定相对应的客单价。可以参考上一年度双十一的客单价数据,或者竞争品牌的相关数据。

转化率指标:这里的转化率指标是指的双十一当天预估的转化率指标,同样也是根据不同会场的流量情况和消费群的区分,以及商品价格的不同来制定相对应的转化率。可以参考

上一年度双十一的转化率数据,或者竞争品牌转化相关的数据。

双十一货品准备是根据业绩指标,再结合商品品类架构、商品单价、售馨率等指标来进行核算和准备的。

在双十一货品规划的时候,要从两部分来考虑,一是在售商品的数量和品类,二是上新商品的数量和品类。不管是在售和即将上新的商品,总数有多少,哪些是重点品类商品,都要有具体的规划。

货品准备的关键指标: 售罄率、件单价、销售指标

一般按照女装的售罄率约40%核算,最低销售额800万,那么需要备货2000万。如果件单价100元,那么需要备货20万件。

备货量在自己可控的范围,原则是好产品才有好转化,首先选产品有以下几项参考指标:

- 1)好评率较高的产品;
- 2) 销量持续增长的产品;
- 3) 有利润空间打得起价格战的产品;
- 4)能否带来大流量的产品;
- 5)适合与多个套餐组合的产品;
- 6) 相对竞争对手具有差异化或者具有明显优势的产品;
- 7) 有强大库存供应支持的产品;
- 8) 具有价格吸引力的产品。

- 1) 货品大类占比(大类的库存深度区间、价格区间);
- 2) 货品主推大类的挑选;
- a[明确各类别的主推价格带、占比、款数、数量;
- b□主推款的提前赛马;
- c□畅销、滞销的货品占比分析;
- 3) 进行详细的库存盘点,根据不同类别产品的动销率来制定相应的安全库存。

超市双十一活动内容篇二

光棍节是一种年轻人的娱乐节目,1月1日是小光棍节,1月11日和11月1日是中光棍节,而11月11日由于有4个1,所以被称为大光棍节。本次活动围绕"光棍也要狂购物"这个活动主线,全力突出光棍节娱乐的节日特征,利用极富人情味的活动来打动消费者。通过宅男系列商品促销活动,我们将力求既争取商品的销售高峰,又赢得个性化的商品口碑、价格口碑,从而真正做深做透我们的节假日市场。

2020年11月x日——2020年11月x日

- "欢乐光棍欢乐颂, 联盛大礼乐翻天"
- "欢乐在联盛,光棍大采购"
- 1、"光棍欢乐颂"活动期间,每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。并针对单身宅男宅女群体最喜爱的泡面类商品统一实行优惠促销。
- 2、"联盛送情意,光棍礼上礼"凡在本超市购物满_x送精美

礼品一份并免费办理联盛超市会员卡。(礼品建议个性饰品等时尚物品)

- 3、"欢乐幸运颂"幸运转盘转不停,大礼连连送!凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会,132元两次,以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。
- 4、"欢乐会员颂"推出数百种会员商品,让会员能感到,拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处,也想成为我们的会员。要让联盛的会员卡变成随身必带的物品之一。
- 5、"欢乐时尚颂"时尚家纺又送礼,开心赠券送不停!凡在家纺购物满100元,便可得到20元的家纺购物券一张。购物xx元可得到两张,以次类推!

采购处:与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处:场地、地堆的提供。

企划处:场地的布置,海报的制作与发放,活动的监督执行。

礼品费用0.6万,宣传费用0.3万,人员费用0.5万。

超市双十一活动内容篇三

光棍惊喜多, 恭贺新年送大礼。

借助光棍假日消费,且光棍又正赶春节前销售旺季,推出一系列活动,让消费者有购买越多,实惠越多,只要购物就有惊喜的感觉,从而实现旺季提升销售业绩的目的。

活动主题[]xx光棍惊喜多,恭贺新年送大礼

惊喜一、1+1购物,实惠加实惠

活动期间,如顾客与其亲友(至少两人,最多限三人)在活动期间同一天一起购物,凭两人以上的购物小票,可享受团购优惠,优惠办法是都可享受"满xx即送xx现金"的特大优惠(可两人的购物小票加起来享受团购待遇)。可促使顾客拉亲友来商城购物。

惊喜二□xxxxxxxxxxx□

惊喜三、购物喜上喜,香港七日游。

- 1、在活动期间,顾客在一次性消费xx以上,可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖。
- 2、领取奖券时,每满xx领取一张,超过xx部分金额以xx的倍数计算(不足倍数部分不予计算,例如[xx可领取两张),以此类推,最多限领5张。
- 3、抽奖方式为公开抽奖,其奖项设置为:香港七日游(只负担旅游公司正常收取的费用,其他费用自负)。
- 4、此活动将在活动结束后公布,旅游时间另行安排。
- 5、最终产生幸运顾客xxx□

以上三个活动消费者可同时参与。

惊喜四、好东西,便宜卖,天天特价送给您!

针对不同人群,不同时间,不同特点进行商品特卖,以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖,逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

场内外布置:

场内外要精心布置,做到能烘托出,喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围,充分突显光棍与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼,并制作大红对联,门脸上方要制作巨型喷绘,中央有红底黄字"恭贺新年",左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样,门内正中央制作一个大型"福"字。

场内制作两个大型菱形的方盒,上边有黑色的"恭贺新年"字样,方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只,悬挂于二楼演艺台,另需印刷吊旗,吊旗的颜色字样等与场内外一致,做到从上到下,从里到外,统一形象,整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

超市双十一活动内容篇四

双十一,不管是网购,还是实体店,都是是旺季来临的标志,是全年营销的第一场大战役。**公司建议双十一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,双十一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,双十一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"只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此,我们要依据双十一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,双十一节相对其它大节来讲消费规模较小,商品需求面窄,所以双十一的促销期间不益太长,我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客双十一出游,及信息传递至顾客所需的时间,所以促销期应安排在11月01日起至11月11日止为益。

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,促销重客单价的提升;二是以提升客流量为目的,意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。双十一节关系到超市全年营销的影响力,所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点,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。当然因实际情况不同,还要仔细的进行前期数据分析,发现可提升的空间。

三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点,是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。双十一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;三是以促销活动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:双十一酬宾 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)超市双十一活动策划方案欢欢喜喜庆双十一 清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

双十一乐翻天 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 大规模的品尝买赠活动)

四、确定促销商品分类比重及促销价

五、确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富,在结合厂家提供的促销方式以外,还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式,或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销方式,当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单:

- 1、买赠(一单购物达××元赠××物品)
- 2、互动有奖游戏(一单购物达××元可参加游戏,积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3、刮刮卡(一单购物达××元赠卡一张, 刮开兑奖)
- 4、现场试吃试用(请厂家多提供)
- 5、演艺(请演艺队营造气氛)
- 6、小鬼当家
- 六、确定促销投入

我们建议双十一节促销费用投入不易太大,必要的投入到赠品和宣传海报上即可,有条件可在店头装饰上投入一些,最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5%。

超市双十一活动内容篇五

活动内容:

一、深呼吸海的味道

在11月01日到11月7日期间,凡在某超市各分店购物满300元的顾客,可进行现场抽奖,抽取幸运海南四日游的名额,到海南天涯海角去感受"海的味道"

特等奖2名(11个店共10名)各奖海南四日游名额一个

- 一等奖3名(11个店共111名)各奖美的吸尘器一个
- 二等奖10名(11个店共110名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(11个店共1100名)各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折自己做主超市双十一活动策划方案在11月01日到11月11日期间,凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客,凭电脑小票可转动幸运转盘,转到几折,顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动,每天举行两次,最低达到2折。

- 三、双十一惊喜三重奏
- 一重奏: 全城至低(各种商品价格全城至低,便宜至极)
- 二重奏:二十万积分卡顾客"双十一"倾情大回馈

4月28日至11月9日期间,所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏: 开心购物幸运有您

11月1日至11日,一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动,奖品丰富,永不落空。奖品有:精美盒纸、1公斤大米[]1100ml食用调和油。

四、超市"双十一"部分特价商品:双十一期间某超市共推出了近千种的特价商品,包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(具体定出特价商品的价格)。(本次活动最终解释权归某超市所有)