

# 2023年超市走进社区活动的标语(优质7篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 超市走进社区活动的标语篇一

20xx年x月x日—x月x日

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季

四重喜、惊喜连连看！

惊喜一：激情五一开门送礼！

x月x日当天前x名购物的顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖抽完还送！

x月x日—x月x日，凡在本商场一次性购物满x元即可凭电脑小票换取抽奖券一张；满58元换取抽奖券两张；多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡x元x名

二等奖：现金购物卡x元x名

三等奖：现金购物卡x元x名

四等奖：精美礼品一份x名

惊喜三：您购物，我送礼！

x月x日—x月x日，凡来本商场超市一次性：

购物满x元送牙刷一把；

购物满x元送xml茶饮一瓶；

购物满x元送xl可乐一瓶；

购物满x元送xl洗洁精一瓶；

购物满x元送xl调和油一瓶；

(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动)

惊喜四：超值换换换！

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满xx元，就可凭海报剪角加x元换购牙膏1支；一次性购物满x元，加x元可换购价值x元冲调礼品盒一盒；购物满x元，加x元换购价值x元保健品一盒。(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动；此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加)

## 超市走进社区活动的标语篇二

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。

## 超市走进社区活动的标语篇三

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。

## 超市走进社区活动的标语篇四

目前，好又多购物广场、宾隆超市和富万家三大超市在都匀呈三分天下的趋势，任何一方的没落和兴起都将给都匀的零售业带来巨大的变化。经济发展迅猛的今天，三家的竞争也是日趋激烈，现在的竞争不仅只滞留在消费环境、商品质量和数量上，企业知名度、企业文化等新兴力量也在悄然升起。但是，竞争的焦点往往会在不知不觉中集中在价格战上，事实证明，低价吸引来的顾客往往“价值”极低，且很容易被竞争对手用同样的方式抢走。所以，本次重装庆典活动应避免成为一次低价促销活动，而是应该借此次机会提升企业知名度、弘扬企业文化，真正使“好又多”这一品牌形象在都匀人的心中扎下跟，使“好又多”企业成为都匀人生活密不可分的好伙伴，让都匀人真真正正的感受到好又多的“让顾客永远满意，对自己永远不满意”的企业文化。

- 1、策动好又多的品牌竞争力与影响力；
- 2、树立好又多购物广场在业界的唯一性、权威性地位
- 3、展示好又多的新颖独特的文化魅力。

立足都匀，放眼全国，闭门造车、酒香不怕巷子深的时代已经过去，只有将自己展示出去，打造属于企业自身的知名度，让群众明白企业的所作所为，才能为大众所接受。宣传自身，也就成为当下企业必不可少的一种营销手段。作为一个好的合作伙伴，黔南电视台准备为好又多购物广场做360度的服务，同好又多人一起为好又多购物广场设计和共同创造一个美好的未来，树立成都匀零售业独一无二的典范。基于互相信任、互相协助的共识，一个好的契机与平台展现在彼此面前，我们将以重装庆典之事件为栈道，暗渡提升“好又多”品牌之陈仓。

作为一个超市，人脉和地缘是主要优势，即“天时、地利、人和”的概念。对于现在的零售业来说，中国的消费者是不忠诚的，是“唯利是图”的。那我们用什么来留住消费者的心呢？最有效的途径就是建立品牌通道。品牌的塑造其核心内容超不出独特的企业文化和企业经营理念，有了这种内涵的延伸，品牌才会与众不同。基于这种认知，我们便把好又多购物广场的重装庆典作为一个营销手段加以利用，以达到迅速提升品牌，扩大影响力与知名度。活动方案：

## 1、金点子行动

超市经营追求人气的聚集，追求消费者对超市产生亲近感。因此，本活动应以消费者为中心，充分围绕消费者做文章，尽最大可能与消费者有效沟通、交流，让消费者通过各种途径积极参与到活动中来，以此来增加好又多购物广场的亲合力。庆典之前我们就落实开展该项活动，利用电视媒体等手段告知消费者，让消费者将其在超市购物时的切身体会和真实感受或对超市经营的好点子与我们沟通（短信、电话、或邮件），经过评审评出金点子、银点子、铜点子。即有机会获取超值礼品。

## 2、同生缘

重装庆典日当天，凡生日为月日的消费者，凭身份证即可免费获赠会员卡一张、礼品（蛋糕）一份。凡20xx年月日出生的婴儿，由好又多购物广场赠送厚礼一份，并授予“终身荣誉顾客”称号，并授予相关证书。“终身荣誉顾客”在好又多购物广场消费时评证书均可享受打折优惠。

### 3、疯狂购物日，好礼送不断

100元，相应多获取一次抽奖机会。

奖品设置：

一等奖：2名大家电或超值大礼包（价值500元以上）

二等奖：4名小家电或礼包（价值200元到500元）

三等奖：4名礼包（价值50到200元）

纪念奖：若干

### 4、开业剪彩活动

新店新气象，庆典当天，邀请都匀市相关部门领导进行剪彩活动，剪彩活动热热闹闹，轰轰烈烈，既能给企业自身带来喜悦，又能令人产生吉祥如意之感。最主要剪彩可借自己的活动良机，向社会各界通报自己的“强势回归”，以吸引社会各界人士对企业的关注。

### 5、好又多百姓才艺大舞台

该项活动为此次系列活动的重点，暂拟定于都匀市人民广场举行，人民广场为都匀市广大市民休闲娱乐的聚集场地，人流量大，驻足观看的群众数量巨大。庆典当天，在人民广场开设属于老百姓自己的舞台。



**参与人员：**参与人员不分年龄、不分性别，只要有才艺绝活就可参加，个人、团体均可。**活动形式：**唱歌、舞蹈、乐器、绝活等，形式不限。上台就有机会获得好又多购物广场购物券一张（具体奖品由好又多购物广场决定），面值不等，台上表演时间越长，面值越高，活动时间大约为两个小时。

**活动规则：**参与人获得奖品价值的高低取决于参与人在台上的表演时间，表演时间由评委决定，时间越长，获得奖品价值越高，表演时间没有超过40秒的获纸巾一包等价值不高的鼓励奖。奖品可在超市内寻求赞助。

**报名地点：**好又多超市服务台换购处

**活动前期准备：**

- 1、时间：
- 2、地点：都匀市人民广场（暂定）
- 3、音响、舞美

略

活动期间，我们将以电视媒体这一主流媒体进行全方位宣传报道。黔南电视台《12在线》和《综艺大看台》两大老牌栏目将强强联手、通力合作，以此打造属于都匀市人民和好又多购物广场的盛大节日。

1、金点子行动、同生缘、疯狂购物日，好礼送不断、开业剪彩活动中，黔南电视台王牌栏目《12在线》将会进行前期宣传和对活动内容进行新闻报道或视频录制。

2、“好又多百姓才艺大舞台”的活动中，黔南电视台收视率最高的《12在线》栏目将以新闻的形式对活动进行前期宣传，

为活动的宣传添一把火。活动中，黔南电视台将提供专业的摄像团队进行录制，活动结束后将进行包装后重播，并制作影像光盘赠送作资料保存。

一品牌，牢牢抓住春晚这一台中国人最为丰盛的文化大餐，最终使之深入人心；其二，提高企业形象和品位，良好的企业形象，不仅可以扩大企业的知名度，增加消费者的好感和信心，还可以得到消费者的信赖，为企业的商品和服务营造出一种良好的消费心理。总而言之，活动的开展肯定会给企业带来形象和品位的急剧提升以及最强大的宣传效果，给企业带来最大化的效益。

## 超市走进社区活动的标语篇五

公司建议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。

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，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

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。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。

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。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：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活动)

辐度生鲜包装熟肉装210%—20%

散称熟肉、面包、散称饼干610%—20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯410%—20%

粮油色拉油25%—10%

10公斤代大米、面粉25%—10%

调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型)25%—10%

代干货(腐竹、粉丝)210%—20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%—10%

酒饮白酒（当地婚庆常用型） 23%—5%

啤酒（单支、罐装） 23%—5%

饮料（纯水、果汁、乳酸、茶） 105%—10%

冲调（柑粉、固体果味冲饮） 230%—50%

茶叶（散装、袋装） 420%—30%

休闲饼干 210%—15%

膨化 410%—15%

果冻 210%—15%

干果蜜饯 410%—15%

山楂 210%—15%

五一期快讯，各类促销品量，非食品类分类，主要品种促销品数让利辐度：

洗化洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化 810%—15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂 410%—15%

香皂（润肤型） 210%—15%

护肤膏霜（防晒、保湿型、换季护肤品） 1020%—30%

牙膏、牙刷 410%—15%

卫生巾、卫生纸 410%—15%

家居收纳整理袋、衣架410%—15%

居室清洁用具210%—15%

冰品制作模具、凉杯水具210%—15%

雨具210%—15%

家电夏凉家电（电扇、空调）45%—10%

摄影器材（像机、胶卷、电池）45%—10%

家纺内衣、睡衣、丝袜（夏凉型）1010%—15%

床品（凉枕凉席）210%—15%

毛巾（浴巾、毛巾被）210%—15%

运动服、鞋420%—30%

凉拖420%—30%

文体运动器材（羽拍类、球类）320%—30%

户外玩具类（风筝、摇控模型）420%—30%

## 超市走进社区活动的标语篇六

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。

## 超市走进社区活动的标语篇七

“xx超市“是位于xx省xx市xx镇一家小型超市，主要位于梨河镇初级中学西，七里堂小学北侧，经营面积xx余平方米，主营学生用品，居民生活日用品等，店内环境整洁，设施齐全，管理到位，很受顾客欢迎。本店拒绝一切非正规厂家的产品，拒绝一切“三无”产品，拒绝一切假冒伪劣产品流入超市。

现代社会的发展日益加快，人们的生活水平也不断提高。但是，人们之间的贫富差距也在不断拉大，现在随着物价的上涨以及巨大的就业压力，人们挣钱也越来越不容易，大多数老百姓在日常生活中不得不把节俭放在第一位。

因为他们知道，大多数消费者越来越在乎产品是否物有所值，在现今消费水平较高的社会，自己每月的收入并不多，在日常的生活消费中必须要节俭。而的出现正适应了这种生活消费状况。

xx超市货架上的商品的质量优良，产品种类也很丰富，最重要的是xx超市里的商品很便宜，也很实用，只要花几元钱就能买到适合自己需要的商品，跑到大商场里白白花掉好几倍的钱买同样的产品是多么的不划算。这些xx超市的设立主要



是迎合了讲究时尚但口袋又少钱的年轻人、省吃俭用的家庭主妇和日益增加的老年人的需要，因此也越来越受到他们的欢迎。

开这种xx超市并不需要多大的投资，规模不需要太大，只要两万块钱就可以开，本店主要是以薄利多销为经营模式，利润也是积少成多。全部产品都是从正宗的厂家直接进货，质量有保证，价格维持在最低价位。超市在当今有着广阔的市场前景，有着无限的发展潜力。

通过市场调查和统计，大家就本店共同关心的问题进行了广泛的交流和探讨，为今后商贸的发展，搭建平台、规模经营、规范管理提出了不少建设性意见，并形成了一定的共识。如何提高和改进这方面的工作，成为后勤服务保障体系和后勤管理创新的一个新课题。我们归纳了以下几点：

1. 扩大经营规模
2. 增加产品种类
3. 提高顾客满意度

#### （一）swot分析

1. 优势“xx超市”竞争优势表现以下几个方面：

- 1) 地理环境优势，交通便利，邻近几所学校。
- 2) 顾客人流量固定，多以在校学生为主。
- 3) 规模较之旁边商店大，品种齐全。
- 4) 大量购进商品，具有讨价还价能力，成本降低。

5) 竞争能力优势，占据市场份额大。

2. 劣势□“xx超市”竞争劣势表现以下几个方面：

1) 人力资源优势没有充分发挥，缺少内部员工。

2) 无型资产优势缺乏，欠缺良好的品牌形象。

3) 未能及时掌握部分货物的缺货或陈旧情况。

4) 节假日或寒暑假期间流失大量主流顾客。

5) 缺乏适量的宣传推广、获利回赠的促销活动。

3. 机会□“xx超市”市场潜在机会表现以下几个方面：

1) 住宅区住户的引进，市场需求份额增长，超市可快速扩大。

2) 超市可利用牢固的本地经销经验抗击新进竞争者。

3) 住宅区新进住户成为超市扩大发展的客户群体。

4) 住宅区成为超市引进其他货物的销售方向。

5) 超市实施宣传推广、推出获利回赠的促销活动扩大客户群和增加顾客购买量。

6) 可发展超市外顾客关注力度强的货品，提供更多的服务优惠。

4. 威胁□“xx超市”外部威胁表现以下几个方面：

1) 顾客来源单一，商品的品种发展因顾客条件而有所受限。

2) 超市与消费者没有建立良好的关系、欠缺商品形象，引来

消费者抱怨。

3) 顾客群体将有所改变或增加，进驻的的竞争者竞争能力强  
大。

4部分替代品冲击造成超市的销售额下降。

5) 假期造成出现周期性销售额下降。

1、时间紧

2、人员紧张

3、资金不足

1、响应自主创业的号召

2、提高学生社会实践能力

3、助学扶贫

4、支持学校活动

5、为全校师生服务

1、市场需求容量分析

xx大学是一个非常特殊的市场，有特定的消费群体（老师和学生）。目前有在校学生xx人左右，而且随着学校的壮大，人数也逐年递增。这是一个不可忽视但又尚未被充分合理开发的消费市场，市场容量巨大，潜力无限。

2、消费者分析

(1) 消费人群分析（学校师生□xx人左右）

高校学生是一个高消费的群体，有固定的来自家庭的经济支持，消费习惯易受他人影响。同时购物也是当代高校学生的一大喜好。

## (2) 购买力分析（估计人均月生活费xx元）

调查发现，在校学生每月的生活费在xx元以上的占xx%[]伙食费、通讯费，形象设计费，交通费，其他固定消费除外，他们在校内小买部、面包店、水果店平均每人每月的消费是xx元。由于校内的店面少，市场不够饱和，所以市场购买力很大。

## 3、竞争分析

校内有另外两家超市。

## 4、优势分析

(1) 更大范围的靠近宿舍区和教学区，能给消费者带来很大的方便。

(2) 价格合适，容易受到消费者的青睐。

(3) 商品较为综合，基本能满足学生的需求。

## 5、劣势分析

(1) 时间紧，资金不足。

(2) 没有经营管理经验，没有采购经验，不能有效的控制初期成本，不完全了解学生的消费水平和消费习惯。所以在以后的很长一段时间还需要学校和专业指导老师的支持、帮助。

采用集中采购模式，是指超市设立专门的采购机构和专职采

购人员统一负责超市的商品采购工作，如统一规划同供应商的接洽、议价、商品的导入、商品的淘汰、商品的补货等。同时每次采购临时任选一名采购助理，起监督和协助的职能。超市门店只负责商品的陈列以及内部仓库的管理和销售工作，对于商品采购，店面工作人员有建议权，可以根据自己的实际情况向总部提出有关采购事宜。

- (1) 选择商品；
- (2) 选择供应商及让供应商了解本公司及操作流程；
- (3) 供应商报价及商品相关证件；
- (4) 洽谈供货交易条件（合作形式，结算方式）；
- (5) 决定销售商品进价及促销事项及入场费等；
- (6) 报备采购人员审阅（供应商及商品准入）；
- (7) 签定购货合同；
- (8) 建供应商档案，入电脑存档备案；
- (9) 商品信息入电脑部存档备案；
- (10) 合同入电脑部存档备案；
- (11) 下初次定单；

本超市在为校园师生服务的同时也要最求一定的效益，在运行过程中以平价销售为主，由于超市的商品可能会受到需求、库存、季节变差等诸多因素的影响，所以需要偶尔做出一些价格反应。具体将运用到低价、促销价、季节性变价策略。

校园超市的主要销售渠道为：终端店面销售、学校单位联合

行销、开展各种促销活动三种。

1、终端店面销售：超市销售主要采用零售方式。通过学校减少进入壁垒。学生和老师一般较为相信校内的超市，发生问题处理及时，且信誉有保障。

2、学校单位联合行销：学校对办公用品需求较大，学校学生需要的学习用具较大，学校开展活动所需的道具、装饰用品较多。为了能给学校师生服务，为了能给他们带来方便，本超市可与学校合作，为他们带来方便的同时为他们节约一定的开支。

3、开展各种促销活动：为了刺激消费者的需求，为了提高超市的效益，超市除了打折、特价以外还需要开展其他的促销活动。如抽奖、积分、赠送礼品、赞助等。