

# 最新超市营销策划方案活动形式 超市营销活动策划方案(实用5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 超市营销策划方案活动形式篇一

春节超市促销活动1全场商品3折起部分商品限量特卖

春节超市促销活动期间，全场商品3——8折销售(六楼百元街全场8折)，对于部分不能进行折扣销售的品牌，也可以自活动之日起每天推出2款应季商品特价销售，每天限量销售3——5件(原则上按成本价销售)。

注：

- 1、年春节超市促销活动期间商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或供应商要根据实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；
- 5、年春节超市促销活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；
- 6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

春节超市促销活动2购物送券超值实惠

活动期间，在1——5楼累计购物满500元(现金部分)(活动期

间消费金额均可参加累计)，再送50元全场十足抵用券(a券)，满1000元送100元全场十足抵用券(a券)，以此类推，多购多得(以300元为整数单位，零头不计)。

注：

1、年春节超市促销活动期间所送礼品券(b券)由商场和接受方各承担50%；

5、赠券(a券)、礼品券(b券)领取地点：6楼促销服务台；

6、赠券(a券)、礼品券(b券)领取时间：当日营业时间；

8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动；

春节超市促销活动3吉祥年欢喜月幸运日

在xxxx年春节超市促销活动期间，在4号门附近设三个抽奖箱(暗箱)，内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1——5楼当日累计购物满300元(现金部分)均可参加抽奖活动。

1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动；

3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

1、顾客需持当日完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)参加本活动

3、促销服务台在发放完奖后，收回收银机制小票第一联(白色联)并做好登记；

- 4、抽奖地点：4号门(肯德基侧)；
- 5、抽奖时间：当日营业时间；
- 6、领奖地点：6楼促销服务台；
- 7、领奖时间：当日营业时间；

### 春节超市促销活动4六楼百元街酬宾送礼

春节超市促销活动期间，在六楼百元街同一柜组累计购物满500元(现金部分)(20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日之间消费部分都可重复累计)的'顾客，可到该消费柜组领取价值50元礼品一份;xx月xx日、xx日、xx日期间，每天前30名光临六楼百元街的顾客将免费获赠精美礼品一份;xx月xx日、xx日、xx日每天9：30——10：30，六楼百元街头饰区全部6折。

## 超市营销策划方案活动形式篇二

20xx年12月28日，在人们的关注之中，世纪莲花超市七甲店隆重开业□20xx年12月28日又是其三周年店庆，同时，她的另一家兄弟门店————扶贫店也于20xx年3月14日隆重开业。自20xx年开业以来，七甲店三年内未做整体调整，至今每年的销售增长相对较为缓慢。原因在于，七甲店经过三年的运作，其主要客流还局限于外地打工者，随着20xx年的金融危机，导致民工流的回乡，加上本地消费群体未能及时抓住，制约了七甲店整体销售额的上升，扶贫店位于工业区，其主要客流更加明确，本次两店店庆重点将从商品营销入手，希望通过对部分特色商品的的重点渲染，尝试营造出新的低价形象，通过供应商活动的支持及营销活动的相互配合，为销售的提升打开新的上升通道。

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵好邻居世纪莲花

第一波：圣诞狂想曲20xx年12月24—20xx年1月10

第二波：春节购物乐翻天20xx年01月15—20xx年1月30

第三波：富贵迎新年20xx年02月01—20xx年2月15

第四波：猜灯谜闹元宵20xx年02月20—20xx年03月7

好邻居世纪莲花

1、营销思路：本次两店店庆营销的重点在于商品营销，商品营销的重点则在于低价形象的营造尝试，配合“1元区、3元区、8元区”版面配以“三年感恩，低价先锋在莲花”文字标题加以突出表现，并承诺“海报商品价格比商圈内的任何一家超市高，差价二倍补偿”

2、邮报总体安排

商品组织规划：

重点品项要求（注重低价形象）：

第二波：1元商品：5个3元商品：3个

第四波：学生开学、元宵速冻产品的销售

本次两店店庆活动商品的陈列起着较为关键的作用，低价氛围的体现除了宣传因素，重点则在于陈列。以地堆，花车陈

列的，必须以绝对的量感配合，可以在食品、百货三个区域分别组成主题促销区，经过氛围装饰，形成二个不同区域的特卖点，必须重点提醒的是，邮报商品必须100%的在重点位置陈列，可适当搭配其它品牌的同品类商品进行组合，以对比出促销商品的更多价格优势。本次陈列主题必须明确，主通道产品必须适合当前市场需求。

第一波：以1元，3元，8元区为主要陈列对象

第二波：以1元，3元，年货为主要陈列对象

第三波：主要以年货为主要陈列对象

第四波：以文化用品为主要陈列对象。

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵

略

## 超市营销策划方案活动形式篇三

提高xx品牌形象，提高销售。

xx年12月1日开始。

xx超市所有门店四。

xx超市从20xx年12月1日起，会员卡系统将会全面升级[]xx超

市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

1、顾客申请入会时，必需有相关证件(如：身份证/身份证复印件等)详细填写《xx超市会员申请表》，并支付办理费5元则给予办理。

2、办量方式分：个人办理，单位集体办理。团体办理优惠20%的办理费。

3、会员如以团购形式来购买的个人或单位，则不能享有的会员权利。

4、顾客一次性购物满288元，可免费申请办理会员卡一张。

5、会员卡有效期为二年，顾客会员卡如有到期或遗失申请补办时凭原会员卡或“顾客保留联”给与补办，补办工本费为2元，原会员卡并同时作废。

6、原会员卡积分按10比1的比例切换，会员积分礼品以每月1至4号进行兑现。

针对会员积分换礼品共设置八个等级，礼品费用按营销费的0.6%的比列计算，等级分别如下：

一级好礼(80分)：5元同等价值商品

二级好礼(100分)xx元同等价值商品

三级好礼(200分)xx元同等价值商品

四级好礼(600分)xx元同等价值商品

五级好礼(800分)xx元同等价值商品

六级好礼(1200分)□xx元同等价值商

七级好礼(2500分)：250元同等价值商品

八级好礼(8000分)：800元同等价值商品

1、各分公司根据积分方式的内容确定换礼商品，每级积分礼品的商品范围在(1--10个单品内)。

2、各门店利用海报把积分换礼品的方式贴入商场进出口确保宣传力度。

3、会员积分换礼的礼品在兑换前必需到位，在兑换时的商品要列在商场门口，礼品的陈列确保量大美观。

4、积分礼品的兑换专由一人负责，兑换负责人要做到服务态度真诚，充分利用服务六大用语，并做好解释工作。

5、执行中各分公司营销科对所辖的商场进行辅导及监督。

(1)说明会员卡今后的用途，这些用途包括：享受积分，兑换礼品，定期参加会员卡号的抽奖活动，享受会员卡联谊单位的优惠待遇等。

(2)已登记办理过会员卡的顾客，如果会员卡没过期，仍可继续使用，但积分会清为零。

(3)强调商品的价格是十分低价位的，任何消费者都可以享受平价甚至更低价的商品。

(4)说明我超市在调价的同时更注重商品的质量。

(5)如果可行的话，可以让持有会员卡的顾客，如果对购买的商品(需规定是哪些商品)不满意，或是商品有质量问题，可

在15天以内退换货，而其他的消费者一般只有7天的时间。

(6)永久会员：指从顾客积分达到8000分，并到商场来换此礼品时，他就成为xx超市的会员，且在今后每年的会员卡更换过程中，不用交纳2元钱的办理工本费，则为永久会员，并且我们要对永久会员的资料做单独的记录。

拿张会员卡积分礼多多

亲爱的顾客朋友□xx超市从20xx年12月1日起，会员卡系统将会全面升级□xx超市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

如果您是xx超市的持卡会员，当您拥有一定的积分，您将会获得意想不到礼品□xx超市将会带给您“一样的消费，不一样的体会”。如果您还没有加入我们的会员，那就赶快行动吧！

## 超市营销策划方案活动形式篇四

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

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日

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。

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。

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。

## 超市营销策划方案活动形式篇五

本人促销方案是主要紧贴“七夕”主题的促销方案，以配合店内各商家、卖场促销活动，营造浓郁的情人节消费氛围。

### (一)、活动主题

心心相印，浪漫七夕

### (二)、活动时间

即20xx年8月15日至8月17日

### (三)、活动地点

休闲食品区

### (四)、活动办法

1、凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。

2、凡于活动期间在本店购买商品满520元，即可凭购物小票参与9:00—12:00的情人节幸运大抽奖。

奖项有：

一等奖：情侣装一套

二等奖：金装巧克力一盒

三等奖：心心相印抽纸一袋

参与奖：心形气球一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

### (五)、商品计划

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

### (六)、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来，根据可视经费的.多少而选择

最恰当的传播媒体。如：

- 1、传单
- 2、海报、彩旗、气球、电子滚动字幕
- 3、店内播音

#### (七)、卖场布置

- 1、店外的活动装饰，如：海报、布旗等；
- 2、店内的气氛布置，如pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

#### (八)、特别企划活动

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其他的情人节趣味活动，例如：

- 1、情人默契大考验；
- 2、“真心话大考验”或“敢爱你就说出来”，挑战自己的勇气，许下爱的誓言；
- 3、在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。

更多七夕情人节活动策划方案推荐阅读：

1. 超市七夕节活动策划方案
2. 2018年七夕节网吧活动策划方案

3. 2018七夕大型商场活动策划方案
4. 七夕情人节主题活动策划方案
5. 商场七夕活动策划方案精选
6. 最新社区七夕节活动策划方案
7. 房地产七夕活动策划方案
8. 2018年超市五一劳动节促销活动策划方案