

超市春节促销活动策划方案 春节超市促销方案(大全8篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

超市春节促销活动策划方案篇一

20xx年xx月xx日—20xx年x月26日

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；

3. 正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；

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

超市春节促销活动策划方案篇二

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。

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。

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

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。

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

b□礼品主题：祝福心意表一表

主要商品为滋补品（含南北货）、礼品酒类、玩具、家居用品套件、小电器……

此部分商品要求供应商促销活动的支持

c□食品主题：佳肴美食齐送到

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……

f□分类版面主题：这个冬天不太冷

ii□火系列：火锅，火锅料，调味料

iii□暖系列：床上用品，内衣，取暖类电器

g□情人节主题：简单爱

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

凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店“特卖场”以一元价格自由选购以下任意一种商品：

1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐；

c□操作细则：

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；

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□常规装饰：横幅、吊旗、竖幅、活动海报□dm喷汇等

超市春节促销活动策划方案篇三

腊月十五—腊月二十四除旧迎新欢欢喜喜过大年

腊月二十五—除夕新年好礼精彩亮相

春节初一—初六鼠年最炫礼福多运多财更多

2月18日除夕，2月19日-24日春节假期

农历春节即将拉开帷幕，商业年度巅峰时刻来到。通过商品组合、风俗习性和市场需求等对商场商品进行整合，配合一些节日性活动链接刺激消费者的关注和信赖，促成业绩的高升。

销售工作重点和促销活动：元旦活动后至春节期间应环环相扣，分段拟定不同的促销重点和主题，这样才能把人气和商品营销完美的结合在一起。

第一步、元旦后应立即进入年节氛围的布置，第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

第二步、1/25-2/2腊八节喜庆年货早买早实惠

2、年货启动生鲜牵头：米、面、杂粮、油、生鲜肉类、腊制品、调味品、散干货、南北干货等单品镶嵌;3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

pr活动：甜蜜换购省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止！

加1元换购价值3元... 商品一个

加5元换购价值8元... 商品一个

加10元换购价值15元... 商品一个

加15元换购价值25元... 商品一个

加20元换购价值40元...商品一个

具体换购商品待定!

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间,对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打,礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销,团购提示随处可见。

pr活动: 新年好礼满额送(2月3日-2月14日)

一次性购物满398元,送15元新年贺礼一份;

一次性购物满698元,送20元新年贺礼一份;

一次性购物满998元,送30元新年贺礼一份;

一次性购物满1598元,送50元新年贺礼一份;

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间,公司福利和年节走亲访友的.礼品筹备高峰期,所以本阶段以食品类主打,尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售,到现在变为主推期开始大量走货,价格性占比在小年后要比前期更显惊爆,直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度,到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期,同时处理一下年前的库存。此时间段中包含情人节,情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动:

1、情人节互动活动:2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与,增加人气。

(1) 爱让我们相识：n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2) 爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3) 爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4) 爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止！

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的顾客在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动顾客的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下狠手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

1、开年最炫礼捧场送红包

大年初一和初二，前88位顾客进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得！

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动.....

超市春节促销活动策划方案篇四

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大

的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

超市春节促销活动策划方案篇五

超市春节促销广告语：1、好礼迎新年，佳节喜上喜。2、甜甜美美喜庆多，新春添喜好礼多。

超市春节促销方案活动目的：

- 1、扩大和提高“xxx超市”的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

超市春节促销方案市场分析：

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择的呢？随着生活水平的不断

提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注“全家一起置办年货”这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次“自主定价”的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

活动安排：

1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节，×××超市有很特别的活动dd海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

更多超市春节促销活动方案：

1. 2016年超市年货新年促销活动方案

2. 2015社区春节活动方案

3. 羊年春节超市促销活动方案
4. 2016大型超市春节促销活动方案
5. 2016年超市春节促销方案
6. 春节商品促销活动方案2016
7. 2016年超市年货促销活动方案
8. 2016年新年商品促销活动方案

超市春节促销活动策划方案篇六

旺季抢量，同时强化bbg音乐手机，完美音质的形象定位，通过主推音乐手机，提高中高端机型的比重达到40%以上。圣诞节与元旦节对于bbg品牌来说都是一个彰显品牌实力、品牌风格的重要节日!通过本活动刺激消费，促进销售，提高品牌知名度。由于圣诞、元旦两节时间紧靠，节日性质有较为雷同，所以将圣诞、元旦划为同一个促销阶段有利于活动安排。

主题：完美音质，随身畅响，霓光盛彩缤纷献礼

内容□20xx年12月25日-20xx年1月5日，凡购买bbg音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。

bbg新老顾客以及bbg的vip客户

开展方式：此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各卖场音乐手机完成率核销各商场礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

各卖场的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的

促销，不考虑补通路库存。配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在12月15日之前到达各一级仓库。

赠品配送方式：赠品必须由促销员控制，赠品的发放数量必须和活动开始之日到结束之日的实销量一一对应。

促销时间□20xx年12月25日——20xx年1月5日

促销地点：南宁市各大手机卖场

1. 活动期间，凡购买bbg音乐手机(k098/k028/k058/k128/k066/k059/k088)任意一款，均有便携式旅行小音箱赠送。
2. 活动期间□bbgvip顾客凭卡到原发卡店领取精美圣诞礼物一份，每卡仅限使用一次。(数量有限，送完即止。)
3. 新客户购满20x元送bbg精美礼品一份。(数量有限，送完即止。)

广告以海报与pop形式配合。终端店铺的海报□pop同样以红、绿、白圣诞色为主色调，装饰整个卖场□bbg公司市场部需在20xx年12月20号之前联系好南宁电视台、南宁市公交公司，以便我们在南宁电视台和南宁公交车上做广告宣传，确保本次的促销活动成功进行。

1. 促销活动现场节日气氛的渲染

圣诞节的主色调:西方人以红、绿、白三色为圣诞色，圣诞节来临时家家户户都要用圣诞色来装饰。红色的有圣诞花和圣诞蜡烛。绿色的是圣诞树。它是圣诞节的主要装饰品，用砍

伐的杉、柏一类呈塔形的常青树装饰而成。上面悬挂着五颜六色的彩灯、礼物和纸花。还点燃着圣诞蜡烛。所以，我们凯撒促销活动现场气氛的渲染围绕以上内容展开。

a.卖场氛围

整个促销活动期间bbg终端卖场以“圣诞歌”为音乐背景。长期以来，一直流行的圣诞歌主要有四个：《平安夜》
《silentnight》《圣诞之歌》《thechristmassongs》听，天使报佳音
《hark!theheraldangelssing》铃铛儿响叮当
《jinglebell》还有其他一些，用这些喜庆音乐营造一种圣诞节日的氛围！

b.橱窗布置

以圣诞元素为主，辅以其他元素，使该橱窗能延用至农历新年

2. 礼品开发bbg真皮手套

3. 圣诞新年陈列布置具体做法：

1. 陈列所需的物品：泡沫挂件、白色长毛地毯、雪花、透明背胶喷画、烛光灯箱。

2. 橱窗的布置：用白色长毛地毯铺在地面上，象征雪花飘落地面，泡沫挂件用鱼线错落悬挂在橱窗上，让人感觉季节的到来，产生温馨、浪漫的氛围，让人深切的感受到浪漫的圣诞新年就在身边；促销礼品的摆放及地面的泡沫挂件更好的衬托圣诞新年的主题；加上橱窗上粘上节日主题的透明背胶画，更好的突出了节日的氛围。

3. 收银台的布置：可用彩条横挂在收银台旁边，让顾客最直接的感受节日的氛围；顶部可悬挂一些雪花，更好的突出氛

围。收银台可用果篮放置一些糖果供顾客品尝。

4. 卖场的布置：顶部可悬挂雪花，（雪花每三组每组由两个交叉或上下错落为立体型）为一串，不可挂的太拥挤，以免让人产生太杂的感觉）；卖场的重要位置可做一些热闹展示，更好的吸引顾客的眼球。卖场死角的布置：卖场的死角是通常不被注意的地方，但对陈列来说也是较重要的地方，死角陈列的失败可以影响整个卖场的氛围。卖场的死角可用圣诞树来把死角激活，这样就可以做到整个卖场氛围的延续性、整体性。

5. 节日期间，店员可以戴上圣诞帽。口号：“圣诞快乐！欢迎光临”

1. 在操作过程中，所有vip顾客凭vip卡领取礼品一份，不可多领；新顾客购满20x元，送礼品一份。如顾客对本次活动有任何疑问，终端销售人员因详细说明。此活动最终解释权在本公司。

2. 礼品赠送只在活动期间执行

此次活动结束后，紧接着就是农历春节与情人节的促销活动。由于这几个重要的节日相距时间不长，所以可以把此次的促销活动延续到下个活动中来。也可利用圣诞、元旦较多的顾客人流，宣传情人节与春节的促销活动。

礼品数量与价格

礼品控制在每份100元左右，需要礼品份量600份左右。礼品所需费用初步统计约为60000元。

从全国来看，音乐手机80%以上的销售来自于促销员；另外，还有很大一部分的销售来自于经销商老板的绝对主推。因此，我们的促销活动重点在此类售点开展。

招聘临促：旺季临促是拦截客流，留驻顾客的最重要力量，并且能加大活动范围，加大成交面。各地要从暑假开始招募培养临促队伍，才能在旺季产生巨大作用。明确临促的职责主要在于拦截以及留驻顾客，协助试机以及替顾客排队交款。

促销员演示样机配备□k098□k028□k128必须配真机。

陈列和形象更新：为突出音乐手机的主题以及整体品牌形象，在促销开展之前，各地务必在大卖场，核心售点，专区中尽可能使用新的背板(音乐手机主题背板)；并且使用1-2节柜台做专门的音乐手机陈列。公司届时有专门的陈列示意图，各地务必按照示意图执行。各地征订的音乐手机演示音箱必须集中陈列于促销活动售点。尤其是人流量大的核心售点。

本次促销赠品，很好地和音乐手机完美音质的卖点相切合，可以在销售时加以演示，进一步突出完美音质的概念。因此，促销品的备货和补货非常关键。

抢占销售卖场的关键陈列位置。陈列位置越好，越多，越大，销量就会成倍提升。因此，各地在12月15日前，要设法拿下关键陈列位(人流大，留驻率高)。

注意资源的投放和集中优势兵力。旺季的时候，其他品牌也是重兵投入，估计各品牌的投入力度会更大。因此，各地要注意借力打力和集中优势兵力，必须抓住主动拦截顾客并带到柜台前这一关键环节。

业务团队销售竞赛和短信互动。在元旦三天高频度互动。其余时间每天短信通报省内各地销售。

注意圣诞节和元旦人流特点。对历次节假日旺季的观察表明，以国庆为例，第1，2天，省会城市，二级地市的人流量会大，第1天的销量会达到平时7-10倍，第2天达到平时的3-4倍；第3，4，5天，人流回落到地市，县城，乡镇，销量为平时

的1.5—2倍;第6, 7天, 一级城市又有所上市, 但总量增长不大, 和平时周末类似。各卖场注意根据此人流特点, 安排促销活动开展和资源调配。

圣诞和元旦当天要准备低价格机器冲量。比如□k218等。

预防问题: 赠品的流失问题, 必须有严格的流程控制, 促销员必须填写《赠品发放登记表》。每发放一个赠品, 都必须在表上做相应填写。

活动效果延续性的问题: 要设定促销目标, 开展分组竞赛; 促销活动过程中强化业务员户外推广以及站柜销售等推进促销效果; 利用销售奖励政策拉动乡镇客户持续关注和主推。附:

终端赠品发放登记表

售点名称: 填表人: 编号顾客姓名联系电话手机型号手机imei码赠品名称/数量赠品库存表期初库存实销数量送出赠品期间补货期末库存备注: 是否有其他损耗, 请在下面注明原因。

以王者通讯、鑫辉通讯、盛世通、南宁百货、三明五个综合大店为促销活动策划的后期跟踪对象, 调查通过本次促销活动, 调查各店去年同月销售对比, 考核此次促销策划活动的效果。

超市春节促销活动策划方案篇七

距离春节还有十天的日子, 这十天通常都是超市春节促销的高峰期, 为了迎接这个超市春节促销方案的高峰期, 超市必须要具备一套周详的超市春节促销方案。下面会超市春节促销方案的详细介绍。

春节对于商家的重要性用“一年之计在于春”来形容是再恰

当不过了。某些行业假期的销售额可占全年销售总额的20%~50%。做好了春节的买卖，不仅能为以后的营销开个好头，全年的销售任务也有了保底的本钱。所以，每逢春节，厂家、商家就早早拉开阵势，策划春节促销活动。

广告语：

- 1、好礼迎新年，佳节喜上喜。
- 2、甜甜美美喜庆多，新春添喜好礼多。
- 1、扩大和提高“xxx超市”的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择呢？随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注“全家一起置办年货”这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消

费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，

酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次“自主定价”的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

超市春节促销方案活动安排：

我们的选票分为两部份。

超市春节促销方案a□消费者自己填写3个自己心目中的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

超市春节促销方案b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节，×××超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

超市春节促销方案3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

超市春节促销活动策划方案篇八

20xx年12月20日-20xx年1月31日

“真情回馈，超值巨献”智能手机促销活动

爱我x12□荣事达v3等4.0屏智能手机

第一部分：宣传方案

(一)户外宣传

1、小区宣传单页派发：安排10人分组在县城、乡镇各手机卖场附近临街店面、小区、圩镇、行政村中心广场内进行宣传单页的发放，人员可以利用倒班人员进行此项工作，中原数码负责带队并监督发放效果。

2、广播：录制光盘和文件在宣传车、营业厅店广播进行全天循环播放。

责任部门：中原数码负责音频文件制作万安移动负责播放安排及播放效果监督

完成时间：12月26日前

录音内容：

热烈庆祝中国移动4g手机震撼上市，吉安移动跨年“真情回馈，超值巨献”促销活动正火热进行中：移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送永久山地车一部；移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送美的微波炉一台。“真情回馈，超值巨献”——如果您是移动客户，请马上进店咨询，心动不如行动，大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，等着您来拿！号码不变、套餐不变、资费不变，礼品数量在变，礼品有限，送完为止！

活动地址：万安移动各大手机卖场、指定专营店。咨询电话：。

完成时间：12月27日、12月28日、12月29日各一次

短信内容：万安移动跨年“真情回馈，超值巨献”大屏智能手机、永久山地车、美的’微波炉全免费赠送，如果您是移动用户，请马上到活动厅店领取。

4led显示屏：

动厅店领取，礼品有限，送完为止！”

责任部门：万安移动(自办厅班长，各活动厅店业主)

完成时间：12月26日前(播放时间截止到12月31日，具体看办理情况)

完成时间：12月26日前(悬挂时间至20xx年1月31日)

6、自行车灯箱宣传：安装活动喷绘(是否使用待定)

内容：“万安移动跨年“真情回馈，超值巨献”活动火热进

行中：大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，如果您是移动用户，请马上到活动厅店领取，礼品有限，送完为止！”等(待参考)

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：12月26日前

7、流动宣传车：

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：车辆联系12月26日前完成，车辆包装12月27日前完成(包车时间12月27日—12月29日)

责任部门：中原数码。

完成时间：12月26日前完成人员安排，12月27日开始派发

9、路演和户外宣传：联系舞台营销队伍进行299元的促销活动，穿插进行本次活动的宣传。

责任部门：万安移动，中原数码。

完成时间：12月27日前

(二)营业厅外宣传

3、帐篷、太阳伞摆

放：营业厅门前摆放6个3g帐篷，帐篷和太阳伞尽可能多布置，主要用于礼品展示和造势。(县公司负责联系场地)

责任部门：万安移动，中原数码、各厅店业主

完成时间：12月28日8点前

(三) 营业厅内宣传

- 1、营业厅内：适当位置用气球绑彩色丝带、吊旗进行软装饰
- 2、营业厅内橱窗：制作活动宣传方案
- 3、易拉宝：制作活动宣传易拉宝6个
- 5、条幅悬挂，展板：

内容1：“万安移动跨年“真情回馈，超值巨献”活动火热进行中

内容2：热烈庆祝中国移动4g手机震撼上市

内容4：大屏智能手机、永久山地车、美的微波炉全免费赠送，礼品有限，送完为止！

责任部门：自办营业厅班长，各活动厅店业主

完成时间：12月27日前

第二部分：活动促销方案

(四) 活动促销方案

1、活动时间□20xx年12月20日-20xx年1月31日

2、活动主题：“真情回馈，超值巨献”智能手机促销活动

3、活动内容：

a□移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送永

久山地车一部；

b□移动新老客户交699元话费，送大屏智能手机一部，还送美的微波炉一台。(299送手表以及卖场自身活动)

说明：

厅店业主做系统可得酬金，另外分享手机销售利润20元。

第三部分：活动安排

(六)活动安排

时间□20xx年12月26日早上8:10分

地点：万安移动公司

参加人员：全体参与活动人员

活动流程：

- 1、手机、山地车、微波炉配送流程。
- 2、收款流程。
- 3、导串号、做系统销售和售后安排等流程。

责任部门：万安移动，中原数码

完成时间：12月26日前确定各部门分工以及知晓总体活动具体安排等事宜

说明：活动主要分为三天，12月27日(周五)预热，28、29为重点促销日，具体看天气和客流量机动安排。

第四部分：其他事项

(七)具体人员分工明细表：万安移动，中原数码。

(八)餐饮安排：

根据人员情况提前预定午餐、晚餐，提供盒饭和饮用水责任部门：万安移动，中原数码

完成时间：12月27日中午前

(九)着装要求：

移动公司人员统一着装、淡妆上岗，中原数码、各厅店工作人员挂牌上岗

(十)费用预算

宣传费用分摊：待定