

# 生鲜超市开业包装方案 生鲜超市开业活动促销方案(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 生鲜超市开业包装方案篇一

通过生鲜购物节的系列活动，促进xx店的整体销售能力，提高销售业绩。

20xx年月日——20xx年月日，分三个阶段进行。

xxx生鲜购物节

xxx生鲜购物节生鲜真新鲜，日子越过越新鲜！

新鲜果菜、质量好、计量足、价格实惠

1. 海报宣传：主题□xxx生鲜购物节

2. 环境布置：

a场外升空气球4个，气球条幅用广告语。

b场外广告牌公告生鲜特价商品及活动内容。

c入口处悬挂条幅，内容为生鲜购物节广告语。

d在促销单品上粘贴“购物节”促销商品爆炸号。

e卖场内外用广播、喇叭宣传。

## 1. 活动主题：

xxx生鲜特价周

活动时间：

20xx年月日——20xx年月日

a□活动内容：

活动期间，选择水果、鲜鱼、面包、蔬菜、熟食等40—50个商品进行特价销售，其间5—8个品种以超低价销售。粘贴促销商品爆炸号，并用喇叭叫卖。

b□活动内容：

加一元多一件。凡活动期间，一次性购生鲜满元，凭电脑小票（副券）加一元多一件商品。商品另附。

## 2. 活动主题：

xxx百禽宴

活动时间：

20xx年月日——20xx年月日

a□活动内容：

活动期间，主通道生鲜部禽、鸟类熟食柜一条街及主题海报陈列一条街。并用特大爆炸号告示超低价，场外制作一幅xxx百禽宴广告。

### b□活动内容：

凡活动当天一次性购物满元即可凭小票报名参加吃鸡比赛。每天上午10：00和下午16：00各进行一场，比计时。每场5人，每天10人，香香喷喷好吃，心动不如行动，先报名先获奖，额满为止。

一等奖1名奖2只鸡，

二等奖1名奖1只鸡。

### c□活动内容：

“八仙过海，各显神通”——抓鱼比赛。月日，当天购物满元即可凭小票报名参加比赛。

当天上午11：00—11：30和下午15：00—15：30各进行一场，限时30秒，抓住越多袋回报越多，快快行动。

### 3. 活动主题：

生鲜购物大回报

活动时间：

20xx年月日——20xx年月日

### a□活动内容：

活动期间，购生鲜商品满元可获礼品一份，满元可获礼品两份，以此类推。

每天限500份。快快行动，快快收礼，快快好心情。

b□活动内容：

活动期间，购生鲜商品一次性满元即可获抽奖券一张，满元即可获抽奖券两张，以此类推。

参加“快乐周末”大抽奖活动。

抽奖时间：

20xx年月日。

设：

特等奖1名奖1500元奖品一份

一等奖3名奖800元奖品一份

二等奖5名奖500元奖品一份

三等奖30名奖100元奖品一份

1. 海报：元

2. 升空气球：元

3. 大条幅：元

企划用材料：元

5. 奖品：元

合计：元

1. 活动总指挥：

2. 企划部：负责活动宣传、实施与跟踪。

3. 生鲜部负责现场布置宣传工作。

所有活动的最终解释权属xxx超市，如遇不可抗因素，本超市拥有终止活动的权力

## 生鲜超市开业包装方案篇二

小编语：纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。以下关于超市生鲜促销活动方案两篇，仅供参考。

### 超市生鲜促销活动方案(一)

生鲜作为超市里最为吸引入气的品类，从而带动客流量和客单价，而且通过各种促销活动来达到低价，新鲜的目的，然后树立起商场的低价高品质以及高享受低消费形象。生鲜经营是现代超市不可或缺的经营品类，那么怎么通过此次生鲜节来真正树立起超市的低价高品质以及高享受低消费形象，拉动客流量，提高客单价，现建议如下方案给决策层以及生鲜部相关人员：

#### 生鲜组合建议：

根据消费者的特点和本地化需求，不同的季节有不同的生鲜组合，一般来说，春节和春节前后品种最齐全，在销售旺季(1月份和11月份)注重品种的组合。应季商品很多,特别是与季节相对应的菜肴大量上市。宜推荐对预防感冒等相应的适合病人的特殊食谱,推荐对于常外出的人方便又省事、省时的食谱，推荐多种花样的火锅，推荐便于保存的部分应季食品原料。

生活特性：让家人感到家庭的温暖，食谱宜以炖菜、红焖火

锅为主。11月份人们户外活动减少，呆在家的时间增多，开始准备年底的各项活动，做收支计划如寄贺年片、制订采购计划等。

## 1、主要商品

海产品：螃蟹、草鱼、鲤鱼、带鱼。

蔬菜类：大白菜、蘑菇、山野菜、南瓜、丝瓜、土豆、生菜、冬瓜、青笋等。

页脚. . 页眉. 水果类：苹果、梨、香蕉、柑桔、柿子、栗子、哈密瓜等。

## 2、商品配置

### 鱼

类：用各种各样的鱼火锅螃蟹火锅来吸引顾客，同时陈列8种至10种螃蟹火锅和鱼火锅配料。螃蟹火锅可推荐相干蟹，有生的和熟的，有1只包装，也有切块包装，还可作成蟹肉包装。鱼火锅可用草鱼等高脂鱼作为原料。其他鱼可分成鲜的、咸的两种，咸的又可分成整条包装和切开包装，各摆出2行，鲜的包装突出鱼脊背、眼睛、让人看起来很新鲜。

### 肉

类：本月以鸡肉作为重点推荐，如清炖鸡肉、鸡腿和鸡胸肉拚盘，可分包成带骨和去骨2种。鸡肉有滋补身体之功用，用此题目来吸引顾客，将鸡翅、鸡腿、鸡块等作为清炖的原料推出，可做成10种不同形式包装，鸡脯可用于清炖，也可作鸡排、干炸等用，注意同时配上生姜和调味汁。

对于一些特殊的食谱，要用pop写出制作的方法以及功效。超

市2015年清明节促销活动方案及超市“生鲜节”活动促销方案活动方案。可以采用与一贯制作方法不同的制作方法制作配菜，让消费者去自己制作。

可采用生鲜试吃方法或者散装食品试吃：

## 1、生鲜试吃流程

适用范围：用于生鲜商品质量的检查。

页脚..页眉.试吃情况：管理层试吃生鲜商品：生鲜部门的主管、楼面经理、店经理、值班经理等可以试吃商品。

检查商品的质量和口味，并作出书面的试吃意见；

试吃范围：只能取少量的商品进行试吃；只能在操作间的后区范围内进行试吃。

收货人员试吃生鲜商品：收货的质量检查人员可以试吃商品。

试吃目的：收货时为检查商品质量而进行试吃；

试吃范围：只能在收货现场检验商品时，在收货的区域内试吃；只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分；试吃的商品不能计入收货的重量内。

生产岗位人员试吃生鲜商品：本岗位的生产人员可以试吃本岗位自制的商品；

试吃目的：检查自制生产商品的质量时，可以试吃；

试吃范围：只能在操作现场的区域内试吃；只能试吃本岗位生产的自制商品：只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分。

## 2、消费者试吃：

可专门用小盘放置需要让消费者进行试吃的食品，包括现场展示和加工。但必须能通过工作人员的解释，不能一吃到底。

## 三、新鲜度和价格的控制：

一般来说，消费者对生鲜食品最为关心的是新鲜度和价格两个因素。建议超市的生鲜政策是：保证商品新鲜、价格优惠，并注重对顾客的服务。对于价格，要保证全县第一低价。为了证明这里的价格是最便宜的，专门用统一大小的pop进行标识，明确标上全县最低价的字样，并用醒目的颜色来区别。要十分自信地告诉消费者：这里的商品是最低的，是经得起比较的。

### 1、低价形象的树立：

页脚. . 页眉. 可以选择一些消费者相当敏感的而且经常购买的商品，例如新鲜鸡蛋，一元一斤：购物满xx元，可以凭收银条购买鸡蛋，每人限购三斤，这个可以适当的拉动客单价，但是一般情况下也许效果不会很好，但是可以通过以下方法解决：

#### (2)

在收银台前摆放低单价商品，如饮料，口香糖，顾客买满四十元，可以告诉他还差几元就可以参加活动了，不如再添些钱买个什么什么吧，这样也就会有顾客随手买些什么的(3)

员工的宣传以及相关海报的宣传力度要大，要让每个员工都知道买多少钱东西可以花一元钱买一斤鸡蛋，而且限购三斤，这样让消费者感觉比买什么送什么东西要实惠的多。因为赠品有限，那么后来的消费者就觉得超市在欺骗他们，而且送的东西根本有的对他们没有吸引力，所以通过这样的活动，



他们也觉得实惠。具体的商品需要生鲜部的建议后具体实施方案。

## 2、新鲜度与损耗的控制：

因预估的订货与实际销售有较大出入时，要第一时间处理尾货，因为生鲜食品的保质期非常短，并且销售旺季过后通常是销售淡季。生鲜商品在销售的当天晚上，即可通过降价等手段来处理余货，这样既可以减少损耗，又可以引起一个销售高潮。但是通过降价的方式很多种，如果只是通过单纯的降价，让顾客感觉到东西不行了，宁愿不买。我建议可以用这个方法实施降价，达到同样的目的：

例如蔬果有损耗，可以在闭店前做个买一斤，送二斤活动，总之要想办法在这个时候拉动客量，先拉动客量，再发扬特色提高客单价。

生鲜促销企划的意义在于对现有和潜在顾客，通过促销达到与消费者的信息沟通，再运用各种积极的方式、各种促销手段，以增加商品价值或提供便利性服务为主要诉求，吸引消费者且抓住消费者视线，从而刺激其购买需求，以增进生鲜各类商品的销售，从而达到提高销售额、增加盈利的目的。

1. 生鲜促销目的在一定的期间内，提高营业额并提升毛利额。

稳定现有顾客并吸引新顾客，以提高来客数。

及时清理店内存货，加速资金运行回转。

提升生鲜形象，提高门店的知名度。

与竞争对手抗衡，降低其各项活动开展后对本超市经营的影响。

## 2. 生鲜促销活动的种类

有分长期性促销活动与短期性促销活动两种，长期性促销活动：是进行期间多在dm期间或一个月左右。其主要目的是希望塑造本店的差异优势，增加顾客对本店的向心力，以确保顾客长期来店购物。短期性促销活动：如店内促销、公司周促销，主要目的是希望在有限的期间内，借助具有特定主题的促销活动，以提高来客数，达到预期的营业指标。

例如：庆祝元旦、十一国庆、中秋节、清明节、开幕促销、周年庆、五一节、春节等。

## 3. 生鲜促销活动的方式

页脚. . 页眉. 折价促销：利用商品降价以吸引消费者增加购买。

限时抢购：推出特定时段提供优惠商品刺激消费者购买的活动。

有奖促销：购物满一定金额即可获得奖券进行立即兑奖。

免费试吃、试饮：对于季节性商品、新商品、高利益商品的推广，现场提供免费样品供消费者使用。如：现场制作、现场演说，使顾客有安全感，让顾客有满足感，拉近顾客与卖场的距离。

面对面销售叫卖：叫卖是面对面最好的一种方式，也是卖场内拉近顾客最好的手段，最能满足顾客的购物欲望。叫卖的重点商品为特价商品、价格低商品、新商品与制造卖场活跃气氛为目的的方式。

赠品促销：消费者免费或某些代价即可获得特定物品的活动。

折扣券促销：顾客凭超市发行的优惠券购物，可享受一定的

折让金额的活动，其目的是为了吸引顾客再次上门购物。

竞争促销：提供奖品鼓励顾客参加特定的比赛以吸引购买人群的活动。

#### 4. 生鲜促销活动的营运

在生鲜人员方面，生鲜人员必须都了解促销活动的起始时间、促销商品及其他活动内容，以备顾客询问。生鲜部门主管必须配合促销活动，安排适当的出勤人数、班次、休假及用餐时间，以免影响高峰时段对顾客的服务。生鲜人员必须保持良好的服务态度，并随时保持服装仪容的整洁，留给顾客良好的印象。

其次是促销商品必须齐全，以免缺货造成顾客抱怨及丧失销售机会。促销商品标价必须正确，以免使消费者产生质疑被骗的感觉及影响收银作业的正确性。商品的陈列位置必须正确且能吸引顾客，畅销品应以端架陈列来吸引消费者注意或大量陈列来表现丰富感。对上市新品促销应搭配试吃的方式，以吸引顾客消费，以免顾客缺乏信心不敢购买。促销商品页脚、页眉应搭配关联性商品陈列，以引起顾客对相关产品的购买。

再次生鲜广告宣传方面必须确认广告宣传单已发放完毕，以免闲置逾期作废。广告海报、红布条等媒体应张贴于明显处，如入口处或布告栏上，以吸引顾客入内购买，要特别注意特价品pop广告应悬于正确位置，价格标示应醒目，以吸引顾客购买。卖场不定时广播促销活动，以刺激顾客购买。

最后生鲜气氛方面可利用海报、旗帜等用品来标示商品特性，以增加顾客购物的气氛。也可利用灯具、电视播放、隔物板、模型等用品，以刺激顾客购买的欲望。

方法虽多且各有其效果，但若要使促销活动成功，最重要的

还是要靠人员、商品、广告宣传、气氛布置等各方面的配合，才能使生鲜促销活动火爆有效、红红火火，以达到促销目标。

## 二、生鲜pop的布置

生鲜pop的作用主要在于简单的介绍商品的特点：告知消费者商品的位置、新商品、推荐商品、特价品等，并通过pop将整个生鲜卖场的气氛烘托出来，让消费者有一个良好的购物气氛，从而促使顾客消费购买。

### 1. 生鲜pop的设置

生鲜的pop广告要达到理想的宣传效果，不能仅靠pop广告物品自身成功的设计，还必须要合理的设置。

在设置pop应考虑以下几点：

从天花板往下挂pop广告物时，轻一点的东西可以用鱼线来吊挂，这样看起来比较美观，但要注意吊挂pop广告不要和该商品离得太远，以免顾客不知是哪个商品的pop广告。

要把pop广告物放在陈列架上时，要注意广告物绝对不能遮挡商品。

页脚.. 页眉. 在设置pop广告物时，不能贴于商品上，也不能将商品打开小口插入，更不可直接在商品上描绘广告图案。

### 2. 生鲜pop色标示

要根据物价局指定的标示，包括有明确标示品名、规格、产地、单位、销售价外，在做促销时还须标明原价、特价提供给消费者，在做促销时可以作为比较，更可刺激消费者，提高购买力度。

### 三、生鲜的现场展示形式与气氛渲染

生鲜的现场展示与气氛的制造，目的就是“活跃卖场、生鲜鲜活化”。让顾客来到能从耳中、眼中、嘴中体会到为顾客准备的生鲜商品，完全感受到“一切为顾客精打细算、样样新鲜天天平价”，也就是所谓的“要顾客购买”，就要让顾客知道“好”在哪里。

#### 1. 生鲜现场展示有以下几种可供参考

“现烤”、“现炸”、“现包”…各种现场示范、各种现场制作。提供多种口味的选择，介绍各种食用料理，辅助有关食谱的赠送，让卖场活性化无时无刻的进行着。

叫卖，面对面贩卖最直接的方式，也就是拉近顾客的最好的方法，如何制造活跃气氛就从叫卖开始。

叫卖商品时的重点：

a. 特价或季节性商品

b. 每日一鲜或特别低价商品商品

c. 新上市或季节开始商品

试吃、试饮、试用

超市陈列商品大部分均非计划性购买，如何能将商品陈列展示于顾客面前，甚至于让顾客亲自品尝，让顾客感受满足感，拉近顾客于商品的距离，必须配合促销试吃、试饮、页脚.. 页眉. 试用，使顾客对商品有商品有认同感，进而产生购买意愿；现烤出炉的面包、熟食、比萨饼透过试吃，其销售数量均可增加数倍。

## 现场销售创意

### 1. 蔬果

- a. 可将西瓜大堆陈列，将西瓜剖开，让顾客了解西瓜质量及熟度
- b. 开榴莲的方法，将其切割图用pop显示给顾客
- c. 强调商品是由生产基地直送、绿色食品、净菜…
- d. 摆放榨汁机，现场操作榨汁，果汁百分百原汁，顾客可将新鲜带回家…

### 2. 鲜肉

- b. 现场处理、分割、烹调…

### 3. 水产

- a. 活鱼的展示，强调鱼保鲜方法
- b. 提供杀鱼、清洁服务
- c. 提供各种烹调食谱与烹调方法
- d. 举办现场试吃…

### 4. 熟食、面包

- a. 标示每日现烤、每日出炉时间
- b. 现场举办试吃、并且外带服务

c.为员工穿上大厨师的服装，塑造专业形象

d.可借由推出熟食餐、便当或各种便利简单

页脚.. 页眉. 2. 现场气氛的制造与渲染

卖场气氛的塑造可以体现顾客对卖场的看法：“这家超市感觉很有气氛、清洁、很适时、服务很好。”“这家超市的鱼很新鲜、干净。”“这家超市的肉吃起来很放心。”“这家超市卖的蔬果很新鲜、质量很好。”……这些除了利用现场展示形式之外，还必须利用“促销手段”来达到现场气氛制造及宣传的目的。

配合季节与月份来营造生鲜

春季：举行“新春见面礼，来就送”活动，“春之颂”

冬季：“冬冷进补”、“火锅、烧烤”，将火锅、烧烤料与补品大量促销；

加上春节、五一节等长假期，必须安排大型促销来营造卖场销售气氛。

配合商品组合来营造：

特产展——例；大连水产品特产展、山东苹果展、北京水蜜桃大特卖、海南西瓜“夏一跳”。

商品展——例：新西兰的西兰果展、泰国榴莲山竹展、美国牛肉展。

促销手段来营造：

大赠买活动——来店有奖活动，购买满××元抽电视机活动。

大赠送活动——购买满××元送××元活动，买甲鱼送鸡骨架活动等。

现场竞赛活动——包饺子活动、喝啤酒比赛、吃西瓜比赛等。

限时抢购活动等

页脚..的利用

气氛布置：季节性(换季)或国庆(周年庆)的pop要有活性化。

装饰物：用生鲜鱼、肉、蔬菜的道具或精美图片来介绍生鲜商品的特性。

页脚.

## 生鲜超市开业包装方案篇三

[目的]营造开业气氛，为开业聚集人潮，本着超市的“新鲜、干净、丰富、便宜”的宗旨；宣传新百盛超市的“购物到新百盛，欢乐带回家”的购物理念。为新百盛超市在临淄树立一种全新的超市形象。

本文来自

### 1. 抽奖活动

时间：5月1-5月5日

内容：抓住机遇，抓住欢乐

凡在新百盛超市购物满40元都有机会抽奖；

(注：小票不分解)



奖品：

一等奖□mp3一台；

二等奖：猴王卷烟一盒；

三等奖：康师傅饮料四等奖；

四等奖：绿箭口香糖一盒；

特等奖；wp3一个；

## 生鲜超市开业包装方案篇四

### 超市生鲜促销活动方案(一)

生鲜作为超市里最为吸引入气的品类，从而带动客流量和客单价，而且通过各种促销活动来达到低价，新鲜的目的，然后树立起商场的低价高品质以及高享受低消费形象。生鲜经营是现代超市不可或缺的经营品类，那么怎么通过此次生鲜节来真正树立起超市的低价高品质以及高享受低消费形象，拉动客流量，提高客单价，现建议如下方案给决策层以及生鲜部相关人员：

生鲜组合建议：

根据消费者的特点和本地化需求，不同的季节有不同的生鲜组合，一般来说，春节和春节前后品种最齐全，在销售旺季(1月份和11月份)注重品种的组合。应季商品很多，特别是与季节相对应的菜肴大量上市。宜推荐对预防感冒等相应的适合病人的特殊食谱，推荐对于常外出的人方便又省事、省时的食谱，推荐多种花样的火锅，推荐便于保存的部分应季食品原料。

生活特性：让家人感到家庭的温暖，食谱宜以炖菜、红焖火锅为主。11月份人们户外活动减少，呆在家的时间增多，开始准备年底的各项活动，做收支计划如寄贺年片、制订采购计划等。

## 1、主要商品

海产品：螃蟹、草鱼、鲤鱼、带鱼。

蔬菜类：大白菜、蘑菇、山野菜、南瓜、丝瓜、土豆、生菜、冬瓜、青笋等。

页脚.. 页眉. 水果类：苹果、梨、香蕉、柑桔、柿子、栗子、哈密瓜等。

## 2、商品配置

类：用各种各样的鱼火锅螃蟹火锅来吸引顾客，同时陈列8种至10种螃蟹火锅和鱼火锅配料。螃蟹火锅可推荐相干蟹，有生的和熟的，有1只包装，也有切块包装，还可作成蟹肉包装。鱼火锅可用草鱼等高脂鱼作为原料。其他鱼可分成鲜的、咸的两种，咸的又可分成整条包装和切开包装，各摆出2行，鲜的包装突出鱼脊背、眼睛、让人看起来很新鲜。

类：本月以鸡肉作为重点推荐，如清炖鸡肉、鸡腿和鸡胸肉拚盘，可分包成带骨和去骨2种。鸡肉有滋补身体之功用，用此题目来吸引顾客，将鸡翅、鸡腿、鸡块等作为清炖的原料推出，可做成10种不同形式包装，鸡脯可用于清炖，也可作鸡排、干炸等用，注意同时配上生姜和调味汁。

对于一些特殊的食谱，要用pop写出制作的方法以及功效。超市2015年清明节促销活动方案及超市“生鲜节”活动促销方案活动方案。可以采用与一贯制作方法不同的制作方法制作配菜，让消费者去自己制作。

可采用生鲜试吃方法或者散装食品试吃：

## 1、生鲜试吃流程

适用范围：用于生鲜商品质量的检查。

试吃情况：管理层试吃生鲜商品：生鲜部门的主管、楼面经理、店经理、值班经理等可以试吃商品。

检查商品的质量和口味，并作出书面的试吃意见；

试吃范围：只能取少量的商品进行试吃；只能在操作间的后区范围内进行试吃。

收货人员试吃生鲜商品：收货的质量检查人员可以试吃商品。

试吃目的：收货时为检查商品质量而进行试吃；

试吃范围：只能在收货现场检验商品时，在收货的区域内试吃；只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分；试吃的商品不能计入收货的重量内。

生产岗位人员试吃生鲜商品：本岗位的生产人员可以试吃本岗位自制的商品；

试吃目的：检查自制生产商品的质量时，可以试吃；

试吃范围：只能在操作现场的区域内试吃；只能试吃本岗位生产的自制商品：只能取少量的食品试吃或只能试吃其中的一部分。

## 2、消费者试吃：

可专门用小盘放置需要让消费者进行试吃的食品，包括现场展示和加工。但必须能通过工作人员的解释，不能一吃到底。

### 三、新鲜度和价格的控制：

一般来说，消费者对生鲜食品最为关心的是新鲜度和价格两个因素。建议超市的生鲜政策是：保证商品新鲜、价格优惠，并注重对顾客的服务。对于价格，要保证全县第一低价。为了证明这里的价格是最便宜的，专门用统一大小的pop进行标识，明确标上全县最低价的字样，并用醒目的颜色来区别。要十分自信地告诉消费者：这里的商品是最低的，是经得起比较的。

#### 1、低价形象的树立：

页脚. . 页眉. 可以选择一些消费者相当敏感的而且经常购买的商品，例如新鲜鸡蛋，一元一斤：购物满xx元，可以凭收银条购买鸡蛋，每人限购三斤，这个可以适当的拉动客单价，但是一般情况下也许效果不会很好，但是可以通过以下方法解决：

#### (2)

在收银台前摆放低单价商品，如饮料，口香糖，顾客买满四十几元，可以告诉他还差几元就可以参加活动了，不如再添些钱买个什么什么吧，这样也就会有顾客随手买些什么的(3)

员工的宣传以及相关海报的宣传力度要大，要让每个员工都知道买多少钱东西可以花一元钱买一斤鸡蛋，而且限购三斤，这样让消费者感觉比买什么送什么东西要实惠的多。因为赠品有限，那么后来的消费者就觉得超市在欺骗他们，而且送的东西根本有的对他们没有吸引力，所以通过这样的活动，他们也觉得实惠。具体的商品需要生鲜部的建议后具体实施方案。

#### 2、新鲜度与损耗的控制：

因预估的订货与实际销售有较大出入时，要第一时间处理尾货，因为生鲜食品的保质期非常短，并且销售旺季过后通常是销售淡季。生鲜商品在销售的当天晚上，即可通过降价等手段来处理余货，这样既可以减少损耗，又可以引起一个销售高潮。但是通过降价的方式很多种，如果只是通过单纯的降价，让顾客感觉到东西不行了，宁愿不买。我建议可以用这个方法实施降价，达到同样的目的：

例如蔬果有损耗，可以在闭店前做个买一斤，送二斤活动，总之要想办法在这个时候拉动客量，先拉动客量，再发扬特色提高客单价。

生鲜促销企划的意义在于对现有和潜在顾客，通过促销达到与消费者的信息沟通，再运用各种积极的方式、各种促销手段，以增加商品价值或提供便利性服务为主要诉求，吸引消费者且抓住消费者视线，从而刺激其购买需求，以增进生鲜各类商品的销售，从而达到提高销售额、增加盈利的目的。

1. 生鲜促销目的在一定的期间内，提高营业额并提升毛利额。

稳定现有顾客并吸引新顾客，以提高来客数。

及时清理店内存货，加速资金运行回转。

提升生鲜形象，提高门店的知名度。

与竞争对手抗衡，降低其各项活动开展后对本超市经营的影响。

2. 生鲜促销活动的种类

有分长期性促销活动与短期性促销活动两种，长期性促销活动：是进行期间多在dm期间或一个月左右。其主要目的是希望塑造本店的差异优势，增加顾客对本店的向心力，以确保

顾客长期来店购物。短期性促销活动：如店内促销、公司周促销，主要目的是希望在有限的期间内，借助具有特定主题的促销活动，以提高来客数，达到预期的营业指标。

例如：庆祝元旦、十一国庆、中秋节、清明节、开幕促销、周年庆、五一节、春节等。

### 3. 生鲜促销活动的方式

页脚. . 页眉. 折价促销：利用商品降价以吸引消费者增加购买。

限时抢购：推出特定时段提供优惠商品刺激消费者购买的活动。

有奖促销：购物满一定金额即可获得奖券进行立即兑奖。

免费试吃、试饮：对于季节性商品、新商品、高利益商品的推广，现场提供免费样品供消费者使用。如：现场制作、现场演说，使顾客有安全感，让顾客有满足感，拉近顾客与卖场的距离。

面对面销售叫卖：叫卖是面对面最好的一种方式，也是卖场内拉近顾客最好的手段，最能满足顾客的购物欲望。叫卖的重点商品为特价商品、价格低商品、新商品与制造卖场活跃气氛为目的的方式。

赠品促销：消费者免费或某些代价即可获得特定物品的活动。

折扣券促销：顾客凭超市发行的优惠券购物，可享受一定的折让金额的活动，其目的是为了吸引顾客再次上门购物。

竞争促销：提供奖品鼓励顾客参加特定的比赛以吸引购买人群的活动。

### 4. 生鲜促销活动的营运

在生鲜人员方面，生鲜人员必须都了解促销活动的起始时间、促销商品及其他活动内容，以备顾客询问。生鲜部门主管必须配合促销活动，安排适当的出勤人数、班次、休假及用餐时间，以免影响高峰时段对顾客的服务。生鲜人员必须保持良好的服务态度，并随时保持服装仪容的整洁，留给顾客良好的印象。

其次是促销商品必须齐全，以免缺货造成顾客抱怨及丧失销售机会。促销商品标价必须正确，以免使消费者产生质疑被骗的感觉及影响收银作业的正确性。商品的陈列位置必须正确且能吸引顾客，畅销品应以端架陈列来吸引消费者注意或大量陈列来表现丰富感。对上市新品促销应搭配试吃的方式，以吸引顾客消费，以免顾客缺乏信心不敢购买。促销商品页脚、页眉应搭配关联性商品陈列，以引起顾客对相关产品的购买。

再次生鲜广告宣传方面必须确认广告宣传单已发放完毕，以免闲置逾期作废。广告海报、红布条等媒体应张贴于明显处，如入口处或布告栏上，以吸引顾客入内购买，要特别注意特价品pop广告应悬于正确位置，价格标示应醒目，以吸引顾客购买。卖场不定时广播促销活动，以刺激顾客购买。

最后生鲜气氛方面可利用海报、旗帜等用品来标示商品特性，以增加顾客购物的气氛。也可利用灯具、电视播放、隔板、模型等用品，以刺激顾客购买的欲望。

方法虽多且各有其效果，但若要使促销活动成功，最重要的还是要靠人员、商品、广告宣传、气氛布置等各方面的配合，才能使生鲜促销活动火爆有效、红红火火，以达到促销目标。

## 二、生鲜pop的布置

生鲜pop的作用主要在于简单的介绍商品的特点：告知消费者商品的位置、新商品、推荐商品、特价品等，并通过pop将整

个生鲜卖场的气氛烘托出来，让消费者有一个良好的购物气氛，从而促使顾客消费购买。

## 1. 生鲜pop的设置

生鲜的pop广告要达到理想的宣传效果，不能仅靠pop广告物品自身成功的设计，还必须要合理的设置。

在设置pop应考虑以下几点：

从天花板往下挂pop广告物时，轻一点的东西可以用鱼线来吊挂，这样看起来比较美观，但要注意吊挂pop广告不要和该商品离得太远，以免顾客不知是哪个商品的pop广告。

要把pop广告物放在陈列架上时，要注意广告物绝对不能遮挡商品。

页脚.. 页眉. 在设置pop广告物时，不能贴于商品上，也不能将商品打开小口插入，更不可直接在商品上描绘广告图案。

## 2. 生鲜pop色标示

要根据物价局指定的标示，包括有明确标示品名、规格、产地、单位、销售价外，在做促销时还须标明原价、特价提供给消费者，在做促销时可以作为比较，更可刺激消费者，提高购买力度。

## 三、生鲜的现场展示形式与气氛渲染

生鲜的现场展示与气氛的制造，目的就是“活跃卖场、生鲜活化”。让顾客来到能从耳中、眼中、嘴中体会到为顾客准备的生鲜商品，完全感受到“一切为顾客精打细算、样样新鲜天天平价”，也就是所谓的“要顾客购买”，就要让顾客知道“好”在哪里。



## 1. 生鲜现场展示有以下几种可供参考

“现烤”、“现炸”、“现包”…各种现场示范、各种现场制作。提供多种口味的选择，介绍各种食用料理，辅助有关食谱的赠送，让卖场活性化无时无刻的进行着。

叫卖，面对面贩卖最直接的方式，也就是拉近顾客的最好的方法，如何制造活跃气氛就从叫卖开始。

叫卖商品时的重点：

- a. 特价或季节性商品
- b. 每日一鲜或特别低价商品
- c. 新上市或季节开始商品

试吃、试饮、试用

超市陈列商品大部分均非计划性购买，如何能将商品陈列展示于顾客面前，甚至于让顾客亲自品尝，让顾客感受满足感，拉近顾客于商品的距离，必须配合促销试吃、试饮、页脚.. 页眉. 试用，使顾客对商品有商品有认同感，进而产生购买意愿；现烤出炉的面包、熟食、比萨饼透过试吃，其销售数量均可增加数倍。

现场销售创意

### 1. 蔬果

- a. 可将西瓜大堆陈列，将西瓜剖开，让顾客了解西瓜质量及熟度
- b. 开榴莲的方法，将其切割图用pop显示给顾客

c.强调商品是由生产基地直送、绿色食品、净菜…

d.摆放榨汁机，现场操作榨汁，果汁百分百原汁，顾客可将新鲜带回家…

## 2. 鲜肉

b.现场处理、分割、烹调…

## 3. 水产

a.活鱼的展示，强调鱼保鲜方法

b.提供杀鱼、清洁服务

c.提供各种烹调食谱与烹调方法

d.举办现场试吃…

## 4. 熟食、面包

a.标示每日现烤、每日出炉时间

b.现场举办试吃、并且外带服务

c.为员工穿上大厨师的服装，塑造专业形象

d.可借由推出熟食餐、便当或各种便利简单

## 页脚.. 页眉. 2. 现场气氛的制造与渲染

卖场气氛的塑造可以体现顾客对卖场的看法：“这家超市感觉很有气氛、清洁、很适时、服务很好。”“这家超市的鱼很新鲜、干净。”“这家超市的肉吃起来很放心。”“这家

超市卖的蔬果很新鲜、质量很好。”……这些除了利用现场展示形式之外，还必须利用“促销手段”来达到现场气氛制造及宣传的目的。

配合季节与月份来营造生鲜

春季：举行“新春见面礼，来就送”活动，“春之颂”

冬季：“冬冷进补”、“火锅、烧烤”，将火锅、烧烤料与补品大量促销；

加上春节、五一节等长假期，必须安排大型促销来营造卖场销售气氛。

配合商品组合来营造：

特产展——例；大连水产品特产展、山东苹果展、北京水蜜桃大特卖、海南西瓜“夏一跳”。

商品展——例：新西兰的西兰果展、泰国榴莲山竹展、美国牛肉展。

促销手段来营造：

大赠买活动——来店有奖活动，购买满××元抽电视机活动。

大赠送活动——购买满××元送××元活动，买甲鱼送鸡骨架活动等。

现场竞赛活动——包饺子活动、喝啤酒比赛、吃西瓜比赛等。

限时抢购活动等

页脚..的利用

气氛布置：季节性(换季)或国庆(周年庆)的pop要有活性化。

装饰物：用生鲜鱼、肉、蔬菜的道具或精美图片来介绍生鲜商品的特性。

页脚.

## 生鲜超市开业包装方案篇五

：扩大宣传告知新老顾客超市新店开业，让顾客在参与公司活动的过程中了解、熟知超市进而使周边小区的居民到我们超市固定消费，通过对老会员的回馈吸引新顾客办理会员卡。

### 1. 贵宾卡回娘家

目的：通过对老会员的反馈活动，吸引新顾客主动了解我们公司的会员卡办理，为公司带来更多的会员。

操作流程：凡持有公司会员卡来本超市消费任意金额均可凭电脑小票在指定位置(可在超市门口空地)领取小礼品一份，活动期间每张会员卡限领一份。

活动礼品可设置为金额较小的刚需物品例如：香皂。

活动费用：香皂(进价3元左右)×300份(每天)×3天=2700元

### 2. 开业光顾“来就赠”

目的：提高周边市民对超市的认知度，提升公司的品牌形象，增加活动人气、营造热闹的购物氛围。

操作流程：超市开业前三天进行dm单页的宣传，为超市开业预热。超市开业活动期间50岁以上的顾客凭借dm宣传单来门店减角领取5个鸡蛋每天限额200份先到先得；50岁以下顾客转

发固定宣传语和图片到朋友圈即可获得瓶装饮料一瓶，每天限额200份先到先得。

活动费用：鸡蛋(三元)×200×3=1800元；瓶装饮料(2.5元)×200×3=1500元。

### 3. 开心红包大派送

目的：引导顾客进行消费，提高客单价，诱导顾客二次消费，产生营业额。

操作流程：凡到店顾客消费满38元即可参加抽奖活动。活动期间每天2元奖卷500个，10元奖卷10个，30元奖卷3个，50元奖卷1个。奖卷在第二次消费时可抵现金使用，奖卷不兑现不找零，一次性消费完。每位顾客活动期间只可参加一次。

活动费用：1240(每天)×3=3720元

### 4. 储值卡充值活动

目的：留住固定的消费群，产生持续的消费，在短时间内获得较大的流动资金。

操作流程：在顾客消费结账时向顾客进行储值卡推销，让顾客来接办理储值卡的好处，并向顾客讲解活动力度大，机会难得，鼓励顾客办理储值卡。储值卡档位暂定为储值200送20、储值500送50、储值1000送100，即时到账。

### 5. 换购活动(此活动可长期做)

目的：通过购物之后的换购活动，让顾客二次消费，消减较大库存的商品，满足顾客占便宜的心理，让顾客产生经常光顾的心理。

操作流程：顾客进店购物满38元，即可在收银台出××元换

购指定的商品(为刚需商品)，换购额金额可为该商品的进价，活动时间可为每周五、周六、周日每周活动商品不同，每间隔一到两周可推出低于进价1到2元的日化商品，让顾客有不同的新鲜感和惊喜感，诱导顾客经常光顾，养成到本店购买的习惯。