

超市活动促销方案 超市促销活动方案(实用6篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

超市活动促销方案篇一

为了不断提高学生的生活和实践能力，提高学生的环保意识和节约意识，促进学生的全面发展，在学校艺术周期间，在总结前几年的“校园小超市”活动的经验的基础上，举办e五小第六届“校园小超市”活动。通过“校园小超市”的模式让学生实践体验营业员、顾客等不同社会角色，增强学生的社会适应能力，培养学生的交往能力，提升学生的自我管理能力和市场意识。

二、活动组织形式：

各班设摊位交易

三、交易内容：

(各班不许经营与自己年级无关的商品，如：三、四、五年级不许经营六年级特卖如棒冰之类的冷饮。)

三年级：玩具总动员

四年级：水果一条街

五年级：小吃大串烧

六年级：冷饮大热卖

四、活动主题：

实践体验、环保生活、奉献爱心

五、活动时间：

6月1日上午

六、活动地点：

学校大操场(场地由体育组统一划分，自己的场地卫生自己随时保洁，而不是结束了统一打扫。)

七、活动安排：

1. 发放通知，做好宣传——丑小鸭电视专门播出一期节目，以丰富的形式(如：小品、相声、快板)强调卫生与文明。

2. 5月12日前3-6年级各班做好宣传发动工作

3. 5月23日前3-6年级各班做好交易物品的征集工作，并做好物品的整理和分类，并登记做好提供人姓名，物品的编号、价格。

4. 6月1日上午8：30之前3-6年级各班各设立摊位一个，摊位自行布置(可以根据本班的特色，开办特色店，包括店名和布置格局)，每个摊位设销售员3-5名(分工)；吸引顾客的光顾，进行交易活动。

5. 销售完物品后，各班做好整理、总结，并及时将钱由班委和全班的讨论做合理的安排(学校决定各班将盈利的30%作为爱心基金上交学校“红领巾爱心基金”)，做到账目两清，各班将本班销售点的销售情况上报到少先队大队部，大队部则

根据各销售点的销售业绩、摊位的布置和销售人员的服务态度，评出“实践体验活动优胜班级”若干个。

八、活动注意事项：

1. 各年级的场地布置要突出本卖场的特色，可以适当制作一些醒目的横幅等。
2. 各班制订5到7人负责场地卫生，每个班要自备垃圾桶，并及时清理。班主任教育好逛超市的学生，做文明小顾客，大队干部负责检查学生的卫生情况，发现乱扔垃圾的将扣分。
3. 活动进行时，大队部和值周班级的工作人员(总计20人)，在全场对随手扔垃圾的进行检查扣分，活动结束后大队部将对各个场地进行检查，场地内的桌椅和物品有无放回原处，保洁工作是否做到彻底。本次检查结果将做作为“文明班级”评比的一个依据。
4. 为了让活动更有意义，学校决定各班将盈利的30%作为爱心基金上交学校“红领巾爱心基金”，结束后将公布各班上交的数目。

超市活动促销方案篇二

xx年xx月xx日—xx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

(略)

超市活动促销方案篇三

五一销售的高峰期后，消费者前期购物热潮渐渐冷静，基本上购物需求不太强烈，可以针对高潮过后，余温犹存的市场销售趋势，展开母亲节的促销活动。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

超市活动促销方案篇四

2月23日晚上19：00—21：00

为进一步联络顾客情感，丰富社区文化生活，烘托气氛，吸引消费人流，增加消费人流的汇集及消费关注。提升商场在公众的良好形象。

举办一场猜灯谜送灯笼的活动。现场摆放_排展架挂上内附灯谜的`大红灯笼，另一边挂上做为奖品的灯笼，现场猜谜，现场送。

超市活动促销方案篇五

通过生鲜购物节的系列活动，促进xxx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x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xx—xx个商品进行特价销售，其间x—x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：

xx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xx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x人，每天x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x只鸡，

二等奖1名奖x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x□00—x□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xx元奖品一份

一等奖3名奖xx元奖品一份

二等奖5名奖xx元奖品一份

三等奖30名奖xx元奖品一份

1. 海报□x元

2. 升空气球□x元

3. 大条幅□x元

企划用材料□x元

5. 奖品□x元

合计□x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

超市活动促销方案篇六

五一节，是春节长假后的第一个黄金周，是旺季来临的标志，是全年营销的第一场大战役。嘉元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(夏季消暑用品团体福利消费)

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。

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。

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)

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重，建议如下：

五一快讯各类促销品量(食品类)：

分类、主要品种、促销品数、让利幅度：

生鲜 包装熟肉装 2 10%-20%

散称熟肉、面包、散称饼干 6 10%-20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯 4 10%-20%

粮油 色拉油 2 5%-10%

10公斤代大米、面粉 2 5%-10%

调味 醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型) 2 5%-10%

代干货(腐竹、粉丝) 2 10%-20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜 8 5%-10%

酒饮 白酒(当地婚庆常用型) 2 3%-5%

啤酒(单支、罐装) 2 3%-5%

饮料(纯水、果汁、乳酸、茶) 10 5%-10%

冲调(柑粉、固体果味冲饮) 2 30%-50%

茶叶(散装、袋装) 4 20%-30%

休闲 饼干 2 10%-15%

膨化 4 10%-15%

果冻 2 10%-15%

干果蜜饯 4 10%-15%

山楂 2

10%-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 让利幅度 洗化

洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化 8 10%-15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂 4 10%-15%

香皂(润肤型) 2 10%-15%

护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品) 10 20%-30%

牙膏、牙刷 4 10%-15%

卫生巾、卫生纸 4 10%-15%

家居 收纳整理袋、衣架 4 10%-15%

居室清洁用具 2 10%-15%

冰品制作模具、凉杯水具 2 10%-15%

雨具 2 10%-15%

家电 夏凉家电(电扇、空调) 4 5%-10%

摄影器材(像机、胶卷、电池) 4 5%-10%

家纺 内衣、睡衣、丝袜(夏凉型) 10 10%-15%

床品(凉枕凉席) 2 10%-15%

毛巾(浴巾、毛巾被) 2 10%-15%

运动服、鞋 4 20%-30%

凉拖 4 20%-30%

文体 运动器材(羽拍类、球类) 3 20%-30%

户外玩具类(风筝、摇控模型) 4 20%-30%

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

我们建议五一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%。