超市营销方案活动内容模板（模板20篇）

超市营销方案活动内容模板（模板20篇）

方案明确了每个成员的职责和任务，有利于团队成员之间的协作，同时便于管理者对整个项目进行协调和管理。下面给大家提供一些超市营销方案活动内容模板参考，希望对大家写超市营销方案活动内容模板有帮助。

超市营销方案活动内容模板篇1

某超市端午节期间将开展为期一个月的促销活动：品一段历史佳话，亿一颗风味美粽，时间为5月16日至6月16日。

一、促销主题：品一段历史佳话亿一颗风味美粽

二、促销目的：提升店面客流，扩大企业形象，同时增进销售额的提高。

三、促销时间：5月16日——6月16日

四、促销商品：主要商品成品粽.速冻粽子.及绿豆糕.熟食、海鲜等；

五、促销内容：

(一)价格促销：对一些成品粽.速冻粽子.及绿豆糕.熟食、海鲜等进行特价活动(5 月 16 日——6 月 16 日)

具体品项：

(二)娱乐促销：

1)包粽子比赛

游戏规则——3 人/组;限时 5 分钟，以包粽子多者为胜;

胜者奖其所包粽子的全数;

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6 月 10 日/11 日

活动地点——生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料(糯米、豆子、花生、肉、竹叶)

负责人——生鲜部，营销策划部配合

(三)免费品尝：引进供应商进行场内免费品尝

时间：6/8 日—11 日

具体负责——生鲜部(需免费)

(五)卖场陈列与布置：

场内：

1)店面入口处，八至十个堆头的位置，堆头前布置成龙舟的头，八至十个堆头为龙舟的身；

陈列商品：绿豆糕、成品棕、礼品棕

时间：6月3日---6月11日

负责人：生鲜部、营销策划部

2)冻柜前方用粽子或气球制成“五月五吃粽子”字样拱门。

时间：5月11日---6月11日

负责人：生鲜部、营销策划部

3)冻柜端头重点陈列代装粽子、散装冻柜中按品牌陈列散装粽子、

时间：5月8日前完成

负责人：生鲜部、采购部

4)冻柜周围张贴标识

时间：5月11日---6月11日

负责人;生鲜部、营销策划部

场外：

1)店门装饰拱门、以绿色竹子做背景书写对联：品一段历史佳话亿一颗风味美粽，横批：来家世界，思故乡情

2)店门旁树立一块2米乘4米巨大横幅书写“端午节的由来”

超市营销方案活动内容模板篇2

在经济飞速发展人民生活水平快速提高的今天，农贸市场也应该跟上经济发展的水平，超市营销策划书。抚州市经济发展较快人民生活水平有了很大的提高，但农贸市场的发展却没有跟上人民生活水平的发展。在这种条件下投资者的挑战与机遇同时存在。

目前抚州农贸市场太过分散，而且市场脏、乱、差。通过对26个农贸市场、步步高超市、洪客隆超市以及振宇连锁超市市场情况的具体调查与分析，改善农贸市场的现状，更为了方便广大市民，让市民吃上放心、舒心的农副产品，在市民方便区建立一个各方面都较优越（环境好、农副产品新鲜、价格公道等）的大型农贸超市。此农贸超市是指把原农贸市场，按照超市的经营业态、经营理念对城市农贸市场进行生鲜超市化改造，其中的摊铺可由卖主租用，但实行超市化的统一管理制，使其成为经营生鲜农副产品的超市。

此农贸市场是全天候的，以全市市民为目标市场。以抚州电视宣传、举办促销活动、全市发放印刷广告为主要营销手段。

建立抚州农贸超市营销策划计划书

一、营销策划计划阶段

（一）、营销策划目的：

通过对抚州26个农贸市场情况的调查、统计、分析，建立一个大型农贸超市。

抚州农贸市场太过分散，而且市场脏、乱、差。通过对农贸市场情况的具体调查与分析，改善农贸市场的现状，更为了方便广大市民，在市民方便区建立一个各方面都较优越的农贸超市。此农贸超市是指把原农贸市场，按照超市的经营业态、经营理念对城市农贸市场进行生鲜超市化改造，使其成为经营生鲜农副产品为主的超市。

（二）、时间、流程安排：

01 月 06 日——09 日营销策划计划书的撰写与调查方案的准备

01 月 10 日——14 日对市场情况进行具体调查

01 月 15 日——20 日对调查结果的汇总、统计、分析，用 Word、E_cel、PPT 把调查结果用统计图形的形式表述出来，撰写市场调查报告，调查报告《超市营销策划书》。

01 月 21 日——24 日通过策划目的与市场调查报告，拟定营销策划方案，撰写营销策划书。

（三）、市场调查计划

调查范围：

从 26 个农贸市场中选其六处进行调查。

调查内容与对象：

内容：农贸市场的人流量、市民的购买习惯、商品价格、商品种类、货源、新建农贸超市的地址。

对象：消费者（广太市民）、竞争者（卖主、超市）：（具体情况见市场调查计划书）

调查方式：

观察法、走访法、问卷法。

调查时间：

01 月 11 日——01 月 15 日

调查地点：

26 个农贸市场中选出其中的六处进行调查。

调查人：

市场营销三班 15 人

经费预算：

150——200 元（其中包括调查问卷费、交通费）

二、调查阶段：

按照准备阶段的调查计划，具体实施调查市场情况。

三、调查结果汇总阶段：

1、用 Word、E_cel 或 PPT 把调查结果用统计图形的形式表述出来，撰写市场调查报告。

2、通过策划目的与市场调查报告，拟定营销策划方案，形成

营销策划方案，撰写营销策划书。

农贸市场调研方案

一、目的及分析：

通过对抚州典型农贸市场及超市蔬菜区情况的调查、统计与分析，建立一个大型农贸超市。

抚州农贸市场太过分散，而且市场脏、乱、差。通过对农贸市场情况的具体调查与分析，改善农贸市场的现状，更为了方便广大市民，在市民方便区建立一个各方面都较优越的农贸超市。

二、具体调查计划与内容：

调查方法：以问卷法、观察法为主、以走访法为辅。

超市营销方案活动内容模板篇 3

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类：

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从_月_开始到_月_。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应在_月_之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠，例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=？钱、或牛奶+桶油=？钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入_月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在DM单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销

费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题

佳美精品年货节

二、活动时间

20__年_月_日（农历_月_）——_月_日（_月_）

三、整体活动广告语

欢乐佳美中国年、购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等。

四、活动内容

（一）新春到，“福”送到！

活动时间：_月_日开始。

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断！

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的金字“福”联一个。（共2000个送完为止）

（二）新年送“鲤”年年有“鱼”

活动时间：_月_日——_月_日。

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”，风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条！

（三）特别企划、情人节专版

活动时间：_月_日——_日。

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少！

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支。

凡购物满60元者免费包装情人节礼物。

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支。

（三）新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：_月_日——_月_日（初_至初_）

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把。

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

（四）团购价低更有礼，财运吉祥送到家！

活动时间：_月_日——_月_日。

团购满2000元送价值50元的__一件。

团购满3000元送价值99元的__。

团购满5000元送价值150元的__。

团购满10000元送价值280元的__礼盒。

超市营销方案活动内容模板篇4

一、促销活动时间

20__年_月_日-20__年_月_日（共_天）

二、活动主题

__迎新，半价返还

三、活动内容

主要活动：__迎新半价返还

1、_天中一天半价返还：即在_天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还。

2、单张购物小票返还金额不超过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）。

4、_月_日（初一）开始，至_月_日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券。

5、购物券必须在_月_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）。

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。

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。

四、活动推广

1、报纸广告。

2、电台广告。

3、现场横幅。

4、现场彩灯。

五、费用预算

（略）。

超市营销方案活动内容模板篇5

一、市场分析

1、销售环境分析

大学生是方便面的重要消费群体。就我们学校而言、学校周一到周五实行封闭式管理、学生的活动范围基本都是在校园里、我们食堂条件单一、且吃饭时间集中。同学们在厌倦了食堂那永

远不变口味的食物和挤食堂抢饭的烦恼时自然会选择实惠方便的方便面。

2、自我刨析和销售比较

康师傅方便面品质精良、汤料香浓、碗装面和袋装面一应俱全、更重要的是它有一个“康师傅”的名字。顶新国际集团董事长魏应交曾说：“许多人认为‘康师傅’的老板姓康、其实不是。‘康’意为我们要为消费者提供健康营养的食品。‘师傅’在华人中有亲切、责任感、专业成就的印象、这个名字有亲和力。用‘康师傅’这个品牌反映了我们的责任心。”

康师傅是国内最大的方便面品牌、根据我们在中原工学院南校区的市场调查问卷得知、很多人在买方便面时首选是康师傅、购买原因、一是因为品牌效应、二是因为好吃。而校园外全国近期内的市场调查是这样的数据：

冠军：康师傅的市场综合占有率保持在34%以上。亚军：统一。第三位：华龙。第四位：日清。第五位：农心。第六位：福满多。第七位：华丰。第八位：今麦郎。第九位：好劲道。第十位：公仔。

虽然“统一”、“今麦郎”、“白象”、“好劲道”等品牌也因为味道和价格差距等特点在校园内市场中各领风骚、但“康师傅”这一中国最大的的方便面品牌还是占据了方便面市场的半壁江山。

3、消费者分析

学生一般都离不开方便面、而学生一般又会在什么情况下选择方便面呢?

根据我们的调查得知：

懒。很多同学忙于学习、懒得去吃饭或者下课晚时看到食堂吃饭的人太多、会选择吃方便面。

穷。学生本身属于消费群体、吃方便面省钱。

整天用电脑的人。学生中有很大一部分喜欢游戏或者学习电脑软件。这部分人对着电脑就不愿意离开、很多时候会选择方便面这种快餐式的饮食。

形单只影。不喜欢单独去食堂吃饭的人、会选择方便面。

真的很喜欢吃方便面的人。

既然这些人会更多的选择方便面、那我们怎么样才能更抓住这些人的注意、让他们在买方便面时更多的购买方便面呢?

4、竞争对手的分析

根据对其他品牌的调查我们得知、学生选择白象方便面的原因是因为它最便宜、选择好劲道和福满多的原因是这两种面价格定位在中低档、那相对与因为价格便宜而选择以上这几款方便面的情况、那基本都把价位定格在中高档的统一、今麦郎、康师傅这几个品牌竞争是相当激烈的、康师傅吸引学生群体的特点就是面筋斗、滑溜、味香、品牌大、包装好看、价格适中。且康师傅推出各种口味的方便面时做了很全面的市场调查和分析、调查后知道、中国人最喜欢的面条口味是牛肉味、第二、第三是排骨和鸡肉口味、第四才是海鲜口味。确定牛肉味后、经过不断改进、请上万人试吃、才终于生产出适合大众口味的产品。所以康师傅的红烧牛肉面是跟所有品牌比较都是无敌的。再看统一和今麦郎、它们面和料也很具特色、销售紧跟我们之后。那么、我们的最大特色在什么地方呢?而我们又怎么让这些强化特点促进康师傅的销售呢?

二、广告策略

根据我们多翻的讨论、我们最终确定把康师傅品牌信誉度高、品牌形象亲切和“好吃看得见”这几点强化突出。既然这是一个老的知名品牌、我们的广告策略重点不用放在更大的品牌宣传上、我们在广告策略上侧重于深化康师傅这个可爱的动画人物给我们带来的亲切感、在品牌上加入人文关怀的因素、让同学们在看到

听到这个品牌时就觉有温馨的感觉、就可以强化它的品牌效应。而强调它的好吃、我们就可以在网络上做突出康师傅方便面十分好吃这点特色的 FLASH 广告。我们推广的目标市场是中原工学院南区、我们就要针对这个环境特点选用最合适的广告策略、和使用尽可能少的广告费用。

下面我们就进行一个更详细的说明吧。

1、广告方式

首先、我们选用的媒体是广播。在下课(特别是吃饭)的时间、无论我们身处校园的哪个角落都能听见广播。

我们选在吃饭的时间在校园广播上推出一个介绍健康饮食知识的小栏目、比如说康师傅友情提示在炎热的夏天我们应该多吃点水果、吃西红柿有美容作用等、以增加其健康的良好形象。

然后我们可以抓住大学生网络生活占了很大的课余时间这个特点在校园网上制作一个点击网页弹出式 FLASH、这个 FLASH 最主要是突出了康师傅的美味(后面附有这个广告的的脚本)。另外我们可以在我们校园网上发布一个由康师傅公司赞助的康师傅网页和 FLASH 设计大赛、其实这比赛就是一个很好的促销手段、因为对赛事有兴趣的同学们就会自然而然为了更进一步了解康师傅这个牌子的方便面而去更多地品尝、我们比赛的奖品可以设为头奖可以得到在康师傅公司打暑假工的机会、二奖设为做康师傅校园销售代表、优秀奖设为康师傅方便面一箱和证书。

再者、我们还有几种比较巧的策略：

A、根据我们调查：买方便面的有 70%的人属于冲动型购买、在去超市之前不会计划好要买什么品牌。我们可以在学校的几个超市康师傅方便面摆放的地方贴上以康师傅的亲切可爱“康师傅”本人形象为画面的小的 POP 指示牌。突出易看、易取、易买。

B、户外。我们在北区和新校区的路间设一个自行车免费充气点。就是摆放一把印有康师傅标识的大遮阳伞下有一个自行车电动充气设备。

C、促销。中工南区的宿舍楼是没有电风扇的、我们针对悄然来临的夏季、从人文关怀的角度出发、进行买五袋装的康师傅方便面就可获赠一把印有康师傅字样的漂亮纸扇的促销活动。

D、设临时售点。既然是懒人爱吃方便面、那就让懒人懒得更舒服吧。针对懒人这个消费群体的特点、我们就让康师傅方便面变得更方便、我们可以在每幢宿舍楼都设一个小的销售点、(这个销售点点可以是网页或者FLASH大赛的获奖者的学生所在的宿舍或者是我们康师傅提供的一个让学生的勤工俭学的机会)开通一个免费电话和一个销售网页、学生想吃方便面了、一个电话打来或者一个信息打进来、面和水就一起送上门来。这样又进一步扩大了康师傅方便面的销售。

超市营销方案活动内容模板篇6

一、活动目的

借__这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

二、时间段

2020 年_月_日——_月_日，总计一周时间。

三、促销主题

“欢天喜地贺__，明礼守信待亲友”。

四、详细方案

（一）购物有“礼”

主要内容：凡于_月_日-_月_日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

（二）执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

（三）喜从天降

主要内容：凡于_月_日至_月_日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

（四）执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。（可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜）

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权（购物免费）的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

（五）我为特价狂

（一）主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的惠顾，本超市将在_月_日-_月_日，推出为期7天的“我为特价狂”这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期7日，到期即恢复原价。

1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这7天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

2、梦想成真

（二）主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您2020年_月_日至_月_日在本超市购物,并且购物金额在50元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于_月_日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。（具体详情见超市海报）

1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台（两名）。

二等奖家用橱具一套（六名）。

三等奖手套或者帽子一份（十名）。

纪念奖纪念品 100 份。

注：纪念品要求供应商提供。

2、此活动需用道具：

（1）抽奖箱一个。

（2）抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

注意事项：

（1）此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、地址、性别、购物金额、奖券号码；以方便核对。

（2）此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

（3）如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来；如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

（4）在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

（5）公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证；并邀请现场顾客协助抽奖；最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客（一等奖、二等奖）名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

超市营销方案活动内容模板篇 7

随着市场经济的发展以及人民生活与消费水平的提高，超市已经成为社会上不可缺少的一个行业，与人民大众的生活关系也越发的密切。大大小小的超市也争先恐后的出现在市场上，因而增加了各大超市间的竞争。

为了感谢广大消费者一直以来对家乐超市的支持，家乐超市在国庆七天进行优惠活动。活动期间部分商品打折出售，还有买多赠送的活动。

本次活动本着以“欢度国庆感恩回馈真情放送”为原则，让广大消费者在超市购物买的放心，用的放心。

促销活动内容

活动一：商品优惠

（1）在活动期间超市部分商品优惠出售，同时部分商品采取买三赠一，买五赠一的优惠。例：凡一次性购买五袋方便面者，即可获得火腿肠或者榨菜，让消费者的伙食不再单调。

（2）与生产厂家协商，采取买一赠一的销售方式，对部分商品进行促销（例如买洗发水送护发素等），这样生产厂家既可以增加知名度，超市也可以在促销中吸引消费者，增加消费者对超市的认可度与关注。

（3）快乐竞答：凡购买参加活动的顾客，可有机会参加有奖竞猜活动。活动主办方在活动前准备好问题，内容涉及娱乐、时

政等多方面。参加竞猜的顾客在题库中任意挑选一道题目，答对者有机会得到精美小礼物一份。

（4）有福同享：在上一环节答对题目的顾客可选择另一名顾客同时进行下一环节，如能再次获胜，两人同时得到一份精美礼品。

（5）活动意义：此次促销活动主要通过丰富多彩的活动组织，从而吸引顾客与顾客简建立信任度，消费者将更倾向于去家乐超市购买商品。

活动二：推行会员制

（1）活动目的：由于家乐超市之前已经推出会员卡制度，所以对于已经拥有会员卡的消费者的优惠幅度将会更大。同时推出一项新业务，消费者可以预存消费金额，通过消费者预存消费额赠送一定金额的方法吸引顾客，让顾客感受的“加”的温暖与实惠，从而提升超市的顾客回头率，提高超市收入。

（2）对于没有办理会员卡的顾客，在活动期间可以优惠办理。

一次性消费 300 元，可办理会员卡一张，每人限办一张。持会员卡在超市购物，可享受店内某些商品购物折扣优惠，并获得相应积点，优惠幅度详见店内各品牌明示（特价、特卖商品除外）。积点可反礼、不定期满额赠礼。

使用须知

1. 本卡是您尊贵身份的象征。

2. 本卡可充值消费。

3.凭此卡在家乐超市消费可享受会员价优惠。

4.结转前请出示此卡，享受专属会员价。

5.持卡可享受超市为会员准备的一切会员礼遇。

6.此卡只限本超市使用。

7.此卡不挂失、不兑现、请妥善保管；8本超市保留此卡在法律允许范围内的一切解释权！

预期效果分析

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题的营销活动，主要塑造家乐品牌,使本地的消费者认同家乐,并且喜欢家乐，提高家乐的美誉度与信任度，从而建立北辰市场稳固基础。同时此次活动采用不同形式使参与活动的消费者享受到活动的多样化与丰富化，有利于家乐超市稳固好客源，进一步保持营业额的稳步提升。促销活动从实际活动中对消费者进行心理干预，使得其提高对家乐的赞誉。最后活动将会员制度作为家乐超市以后长期经营的份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高的美誉度，同时也拉住了客源，做到了一举两得。同时，此次活动以“欢度国庆，真情放送”为主题，从各个超市的`销售市场来看，能够抢占先机，进而提高家乐在北辰的市场份额。

安全预案：

1.活动安全组在活动前安排好安检人员，活动中要有专人不定时安检，对活动中存在的安全隐患要立即排除，对于不能排除的安全隐患要迅速向组委会报告，宣布活动暂停。

2.活动安全组要组织好工作人员不断地对电路进行维护与管理，一旦发现电路上出现安全隐患有权停止一切活动。

支出与收入预计

活动所需物品：5000

优惠让利支出：小于10000元活动纯收入：大于100000元

超市营销方案活动内容模板篇8

促销目的：

春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动，也是超市销售新特商品的好时机。

促销主题：

骏马闹春：三口全家海南双飞五日游!

促销时间：

20__年6月12日—1月25日

促销地点：

_____超市各分店

促销内容：

商品促销与促销活动两种

第一部分：商品促销

1、促销时间：1/12-1/25

2、促销商品：促销总品种数为216种左右，食品为100种，平均毛利下降5-8%，用品为80种，平均毛利下降5-15%，生鲜商品30种，平均毛利下降7-15%(说明的是上dm的商品，店内特价不做计算。)

3、促销方式：以“海南五日游”为主打主题，推出送礼礼品等节日商品，同时做出相应组合的商品特买。及各门店也推行的大量会员商品。选择30-40种商品，作为“有买有送”的促销商品，同时做“专刊推广”“春节商品大集会”“会员独享”等专案。

4、超市促销安排：场外，食品5家、用品3家。场内，食品10家、用品2家。联合厂商做相活动(操作时间为特价活动日内)

第二部分：促销活动

一、____超市-海南双飞五日游

1、在活动日内(1/12-1/25)，顾客在一次性消费100元者，参加抽奖。

2、抽奖凭有效收银小票，每满100元抽一次，超过100元部分金额以100元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽5次。

3、抽奖方式在抽奖箱放置奖券，其中奖项为6个(一等奖50个,二等奖200个,三等奖1000个,四等奖5000个、五等奖10000个、六等奖50000个、)，以抽出的券

决定中奖与否。(注明:分公司参与本次活动内容，数量由分公司定，温州数量为下)

4、若抽中奖券，有的则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖全家三口海南双飞五日游5000元__5二等奖：奖_____购物券1000元__25

三等奖：奖_____购物券价值100元__390四等奖：奖_____购物优惠10元__780

五等奖：奖_____购物优惠1元__10000六等奖：奖新春大吉奖。

5、购物券仅限在_____超市购买，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

6、活动门店：_____超市。

7、活动门店，按营销处规定表格填写得奖人员内容。

超市营销方案活动内容模板篇9

20__年春节即将到来，如何做好春节活动方案，搞好促销，不但能为一年的出售博得头彩，而且可让全年的出售任务有了保底的成本。而好的春节活动方案是不仅能助你在20__年春节促销大战中取胜,更能让你的商场营建出售淡季中的旺季。下面是一篇20__年春节活动方案供您策划春节活动方案时做为参考。

新春“满100送150”、清仓过大年春节活动方案营销企划处20__年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、的年货，某某商场将推出“满100送150（年货券）”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案一：满100送150（年货券）

1、活动时间：20__年_月_日——20__年_月_日

2、活动内容：活动期间，在某某商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元；购买大家电类商品累计1000元，可获得某某商场年货券100元（超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外）。

3、年货券分配比例（全部为购物券）：

1）年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在__商场均可使用。

2）压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮

等特殊商品外，在__商场均可使用。

3）元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4）烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5）礼品券：仅限商场内使用。

6）翡翠券：仅限商场及__珠宝宫使用（黄金、铂金除外）。

4、赠券使用规则：

1）赠券只适用于商场内，复印无效；

2）赠券需对等消费或按比例收券；

3）赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

4）现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；

5）赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客；

6）赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分；

7）赠券有效期：发券时间截止到__月__日，用券时间除压岁券和元宵券外均截止到__月__日；

8）某某商场保留对此券使用的最终解释权。

节活动方案二：大家庭，大清仓，过大年

1、活动时间：20__年_月_日——20__年_月_日

2、活动方案：新春佳节即将到来，某某商场推出“大清仓，过大年”促销活动，活动期间某某商场服饰类应季商品清仓销售，知名品牌全场一折起。

另附：为回报广大顾客对大家庭的支持，某某商场自此将在每年的春节前期和8月份与厂家联手推出两次大规模的应季商品清仓销售活动。清仓活动将以服装和鞋类商品为主，打出全年让利消费者。

超市营销方案活动内容模板篇10

一、活动目的：

万圣节是西方的“鬼节”，和我国的中元节有一拼，不过万圣节更注重恶搞，更热闹。今年万圣节（20__年__月__日）正好是星期五，星期五、星期六、星期天三天相连，就相当于一个小长假，无论电商还是实体店绝不会放过这个借节造势短期促销的良机。为抢占市场先机，我超市另辟蹊径在万圣节期间推出了一系列“鬼点子”促销活动。旨在提升顾客的新鲜感，调动“70”“80”“90”后顾客的购买热情，发掘潜在的年轻顾客群。

二、活动目标：

通过开展“有钱能使鬼推磨”、“小鬼当家”、“鬼迷心窍”等一系列促销活动，拉动消费，力争销售额提升20%，接近或达到国庆节销售水平。

三、活动主题：

万圣节鬼做主。

四、活动时间：

20__年__月__日——__月__日。

五、活动内容：

活动一：有钱能使鬼推磨

__月__日—__月__日，在超市门口放置一个直径为1米的“鬼推磨”模型，在以磨眼为中心围绕模型画一个半径为两米的的圆圈。在门口设置一个临时零币兑换点，顾客站在圆圈外任意一点往磨眼投币，只要投入磨眼，音乐就会响起，同时鬼开始自动推着“磨”转。对投准的顾客，超市现场发放的小礼品一份。

注：本促销活动主要是增加体验式购物，并结合路演促销，聚敛人气，提高销售。本活动费用均由各品牌承担，“0”费用。

活动二：找乐子，万圣节搞怪大王

凡在__月__日进店的小朋友（__—__周岁之间），只要你跟着我们现场万圣节搞怪大王（在商场选一名善于搞笑的员工身穿诡秘服饰装扮成万圣精灵，在超市内需找小朋友派发糖果做游戏等）做出搞笑搞怪动作，均可领取小礼物一份。礼物有限，派发完为止。

活动三：鬼玩意，越夜越送

凡在__月__日—__月__日，晚间7：30—22：00活动期间，顾客在超市单票购物满99元，即可凭购物小票到一楼值班经理领取万圣节礼物一份，每天限领50份，送完为止。

活动四：狂欢万圣节，加一元多一件

凡在__月__日—__月__日活动期间,顾客当日一次性购物满59元及以上者，均可凭小票到一楼总服台加一元得一件超值礼品。

购物满59元+1元得挂面一把；购物满119元+1元得柚子一个；购物满179元+1元得大瓶饮料一桶；购物满259元+1元得卫生纸一提。

注：换购商品只能任选一件，超市有权更换价值相同的换购品。

活动五：欢购万圣节，幸运大转盘

凡在__月__日当日，顾客购物满299元以上，即可凭小票参加“好礼转转转，幸运大转盘”活动。

活动细则:用不锈钢和KT板自制一个幸运大转盘，转盘上标刻五种不同颜色区域，每个颜色区域代表不同奖品（奖品价值越大，转盘颜色区域越小)，参与顾客按顺时针方向旋转五圈以上才有效，红色指针静止后指向区域才有效。

黄色区域为特等奖：奖励价值100元超市现金券一张；蓝色区域为一等奖：奖励价值50元超市现金券一张；绿色区域为二等奖：奖励价值30元超市现金券一张；橙色区域为三等奖：奖励价值10元超市现金购物券一张；白色区域为四等奖：奖牙刷一支。

注：现金购物券仅限标注日期内使用，不找零不退现，过期作废，团购不参与。

活动六：万圣节聚惠，生鲜半价抢购

凡在__月__日—__月__日活动期间的每天晚间 7：30—8：30 档，推出超市内生鲜商品价格全场半价（促销品除外），3 日内商品循环，品质优良，价格低的不能再低，抢到就是赚到，快来吧！生鲜课要做好氛围营造和爆炸花提醒准备。

活动七：狂欢万圣节，立冬进行时

凡在__月__日—__月__日期间，顾客一次性购针织保暖类商品（各专柜设置提示牌）满 200 元立减 20 元；满 300 元立减 50 元；满 500 元立减 80 元外加赠不锈钢面盆一个。

六、活动宣传布展：

1、超市场外布展：

1）超市西门入口 70 厘米__8 米横幅一条，标语：万圣节鬼做主，超值来购物！

2）在人行道上插摆小旗，小旗上印制万圣节标语，共计插摆 21 面，每 0.5 米一个，双排错位插摆。

3）西门楼宇正上方悬挂 8 米__10 米巨型布幅一个，红底黄字。

2、超市内场布展：

1）超市入口用KT板制作立体拱门一个，形象要突出万圣鬼节内容；具体尺寸为高2.21米，宽3.6米。

2）在超市中厅用泡沫制作巨型南瓜一个，需让本市模具公司制作。

3）各主通道悬挂铜版纸吊旗50个。

4）各商品课堆围更换与本期主题促销相关联内容的写真布。

5）超市收款员提前一天佩戴万圣节面具，要得体大方。

3、媒体宣传：

1）报纸：本市知名晚报连续刊登五分之一版3期。

2）电视：本市数字频道每晚黄金档滚动字幕介绍活动情况，播放时间：__月__日—__月__日。

3）电台：本市知名互动栏目晚间档有奖问答栏目，插播促销活动主要内容（提供奖品，本宣传免费）。

4、其它宣传方式：

1）印刷5万份DM海报，通过专业投递公司投递到户，企划部负责监督检查发放情况。

2）会员短信分早上和中午两个时段送出。

3）雇佣3辆流动宣传车，在市区内分早上上班时间7：—8：00，下午下班时间5：00—6：00期间主要街道游走宣传。

七、活动分工协作：

1、企划部：负责活动方案的制定，并提前2天将场内场外活动布展到位。

2、运营督导部：负责整个活动的协调和监督检查工作，并在活动结束后三日内将活动分析报告撰写完毕提交总经办。

3、采购部：负责主力促销品摆放及价格变更以及活动支持浅谈等工作。

4、人事部：负责活动期间促销员的招聘以及帮忙人员的合理调配等人事工作。

5、财务部：负责赠品的管理以及收银员的培训等工作。

6、物业部：负责活动期间安全保卫以及商品的防损防盗等工作。

八、活动费用预算：

1、超市外围布展费用约5000元。

2、超市内围布展费用约5000元。

3、一楼中厅南瓜制作费均由活动参与厂家承担不列支费用。

4、媒体宣传费减去异业联盟所承担的费用外为1000元；

5、其它费用约1000元。

本次活动费用共计1.2万元。

超市营销方案活动内容模板篇11

一、促销活动时间

20__年_月_日—20__年_月_日

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/526112121144010143