

# 春节超市促销方案资料

## 春节超市促销方案1

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。

**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。

超市春节促销方案活动安排：

1、

选票的设计：

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。

## 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(介绍超市春节促销方案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——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。

## 春节超市促销方案10

活动主题:欢喜购物贺新春,齐家同贺旺财年

活动目的:稳定老顾客,发展新顾客,引导消费者,在节日期间提高销售

活动时间:1月27日—1月31日

活动一:迎新春,贺新年,送春联

活动时间:1月27日

活动内容:凡在本超市购物的顾客,可在卖场指定地点领取台历一本。限50名,送完为止。

操作方法:

- 1、分场在收银处指定领取区域,由专人负责春联的发放;
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后,注明分场号交回营销部。

活动二:年到福到礼送到

活动时间:1月27日—1月31日

活动内容:

凡在本超市一次性购物满88元,凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个,购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款,在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法:1、卡片需加盖分场专用章;

- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取；
- 3、红章制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

活动三:庆元旦贺新春送大礼

活动时间:12月31-1月18日

活动内容:凡在xx超市活动店购买“xx、xx”系列纸单张收银条金额满20元即可凭收银小票领取价值2.8元的xx情侣皮夹面子1条,满40元领取2条,单张收银条最多领取2条

操作方法:

赠品直接送到配送中心物资库,由物资库进行统一配发至相关活动店,并记录所发赠品数量分量

- 1、活动结束,分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部,附换赠明细表;
- 2、营销部整理收银小票明细发物资库,物资库按照明细表回收分场未送完赠品,统一退供货商;其中出现的数量短缺由分场自行承担损失金额;
- 3、已换部分商品由营销部提供的收银小票报商家处进行冲兑;

活动四:xx、xx影楼喜结缘,百家欢喜贺新春

活动时间:1月1日

活动内容:在活动时间内,凡在本超市一次性购买金额达到一定标准,凭单张收银条均享受

一次性购物满58元免费提供化妆、造型、服装一次,照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元免费提供化妆、造型、服装一次,照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元免费提供化妆、造型、服装一次,照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元免

## **春节超市促销方案2**

春节期间消费者的消费愿望更强烈,消费决策更迅速,购物目标和目的更明确。因此,在春节促销期间,为避免信息传递的多头、无序,杂乱,扰乱消费者视听,应选择传递单一简单主题的促销信息,抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利,春节购物也希望讨个“口彩”,张贴春联等各种各样的民间活动充分体现这一文化内涵,同时也营造出节日用品市场的繁荣。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)。下面我们一起来看看以下内容,希望此文章对你有所帮助的。

## 一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

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。

2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，

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。

## 二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

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。

### 三、认真做好商场超市的陈列工作

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。

各分店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和春节style衣食住行玩

原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员

、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格

### 春节超市促销方案3

#### 活动主题：

欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

#### 活动目的：

稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

#### 活动时间：

1月27日—1月31日

#### 活动一：

迎新春，贺新年，送春联

活动时间：1月27日

活动内容：凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取20xx年\*\*台历一本。限50名，送完为止。

#### 操作方法：

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

活动二：

年到福到礼送到

活动时间:1月27日—1月31日

活动内容:

凡在本超市一次性购物满88元,凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个,购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款,在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法:

- 1、卡片需加盖分场专用章;
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收;
- 2、新年卡片设计制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取;
- 3、红章制作(营销部)活动店12月24日至营销部领取;
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部;
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

**活动三:**

庆元旦贺新春送大礼

活动时间:12月31-1月18日

活动内容:凡在\*\*超市活动店购买xx系列纸单张收银条金额满20元即可凭收银小票领取价值2.8元的\*\*情侣皮夹面子1条,满40元领取2条,单张收银条最多领取2条

操作方法:

赠品直接送到配送中心物资库, 由物资库进行统一配发至相关活动店, 并记录所发赠品数量分量

1、活动结束后, 分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部, 附换赠明细表;

2、营销部整理收银小票明细发物资库, 物资库按照明细表回收分场未送完赠品, 统一退供货商; 其中出现的数量短缺由分场自行承担损失金额;

3、已换部分商品由营销部提供的收银小票报商家处进行冲兑;

**活动四:**

影楼喜连缘, 百家欢喜贺新春

活动时间: 1月1日

活动内容: 在活动时间内, 凡在本超市一次性购买金额达到一定标准, 凭单张收银条均享受

一次性购物满58元免费提供化妆、造型、服装一次, 照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元免费提供化妆、造型、服装一次, 照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元免费提供化妆、造型、服装一次, 照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元免

费照全家福一次，限3人，送两张

操作方法：

1、\*\*超市在专版海报上宣传活动内容，并宣传\*\*影楼的特色服务。

2、\*\*影楼提供折扣支持和照片支持。

3、双方本着互惠互利的原则，如果任何一方未能满足方案中提出的要求，均承担另一方的所有损失。

4、满足金额的顾客的收银条均加盖分场章和附上\*\*影楼宣传册，顾客凭此据均可在\*\*影楼享受优惠。

5、顾客享受优惠时间截止到1月20日

7、收银员在收款时，查看顾客是否满足其条件，然后将收银条加盖章与送出宣传册

## **春节超市促销方案4**

### **一、促销活动时间**

20××年x月x日—20××年x月26日

共七天（20日—26日大年夜）

### **二、活动主题**

千禧迎新，半价返还

### **三、活动内容**

（一）主要活动：

## 千僖迎新半价返还

### 1、7天中一天半价返还：

即在7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）；

4、1月26日（初一）开始，至2月5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。

## 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）

### 春节超市促销方案5

20xx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20xx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20xx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20xx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：20xx年x月x日——20xx年x月x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XX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XX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XX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XX月XX日，用券时间除压岁券和元宵券外均截止到XX月XX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：20xx年x月x日——20xx年x月x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。

### 春节超市促销方案6

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。

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——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。

## 春节超市促销方案7

活动宣传及布置：

1、对各分店的新年气氛进行统一布置，由企划总部设计组到各分店根据实际情况统一策划，达到统一效果，并设计出布置效果图，上呈领导审核。

2、各分店所有布置的物料由企划总部进行统筹，统一申请购买。

3、各店制作春节吊旗进行布置。

4、卖场服务台进行活动内容的广播宣传。

5、各店大门口展板进行活动内容宣传。

6、各店服务台播放新年喜庆音乐。

7、...店广场舞台进行活动内容宣传。

8、上市的年货做电视广告宣传。

9、快讯DM海报宣传...X期，海报数量：.....份。

活动一

活动主题：现金大奖等你抽

活动时间：20xx年1月17日——1月22日(6天)

活动地点：...X商场各分店

活动内容：活动期间，凡在...X商场各分店超市区一次性购物满68元，凭小票即可参加“迎新年，抓利是”抽奖活动；奖项设置为100元、50元、10元、5元、2元不等，百分百中奖！每日名额有限，抽完即止！单张小票限抽三个。

注：...X南、...、...X每天至少要抽出3个100元、5个50元和10个10元；小店可按本店实际情况合理安排。

## 活动二

活动主题：迎新年，送利是

活动时间：20xx年12月25日—20xx年1月22日(29天)

活动地点：...X商场各分店

活动内容：活动期间，凡在...X商场各分店超市区一次性购物满58元送茶园利是封一包，购物满108元送茶园利是封2包；小票不可累计，限当天有效，单张小票限送三包。

## 活动三

活动主题：财神送福，“金币”任您夹

活动时间：20xx年1月23日——1月25日(3天)

活动地点：.....

活动内容：活动期间，凡在我商场一次性购物满38元以上，即可参加“财神送福，“金币”任您夹”活动；

游戏规则：顾客在我商场一次性买满38以上凭小票到活动现场即可参加夹金币，游戏过程中顾客必须使用我商场提供的道具，从一个聚宝盆夹到另外一个聚宝盆，在规定的时间内夹到的硬币全部送给您！如有违规操作将全部重来；

操作方法：财务部负责兑换一批5毛的硬币供活动使用，企划总部统一购买财神服装四套，派发到各店，门店在活动期间安排一位身材高大的男士穿上财神服与顾客一起玩夹金币游戏，每日活动时间安排为上午8：30-11：30，下午14：30-17：30，晚上19：30-21点，各店每天必须严格按照规定时间开展活动，使其活动达到更好的效果，此活动不仅可以很好的与顾客互动，且象征着在新的一年里带来吉利。

### **春节超市促销方案8**

目的：春节是中国的传统节日，也是一年中最盛大和隆重的节日，对于商家来说，更是销售的旺季。

面对竞争激烈的市场，只有通过一系列优惠、让利的促销手段，让顾客真切感受到实惠，才能赢得市场，提升人气，提高销量。

活动宣传及布置：

1. 对各分店的新年气氛进行统一布置，由企划总部设计组到各分店根据实际情况统一策划，达到

统一效果，并设计出布置效果图，上呈领导审核。

2. 各分店所有布置的物料由企划总部进行统筹，统一申请购买。

3. 各店制作春节吊旗进行布置。

4. 卖场服务台进行活动内容的广播宣传。
5. 各店大门口展板进行活动内容宣传。
6. 各店服务台播放新年喜庆音乐。
7. xx店广场舞台进行活动内容宣传。
8. 上市的年货做电视广告宣传。
9. 快讯DM海报宣传xxx期：海报数量：xxxx份

#### 活动一

活动主题：现金大奖等你抽

活动时间：20xx年1月17日——1月22日（6天）

活动地点：xxx商场各分店

活动内容：活动期间，凡在xxx商场各分店超市区一次性购物满68元，凭小票即可参加“迎新年，抓利是”抽奖活动；奖项设置为100元、50元、10元、5元、2元不等，百分百中奖！每日名额有限，抽完即止！单张小票限抽三个。

注：xxx南、xx、xxx每天至少要抽出3个100元、5个50元和10个10元；小店可按本店实际情况合理安排。

#### 活动二

活动主题：迎新年，送利是

活动时间：20xx年12月25日—20xx年1月22日（29天）

活动地点：xxx商场各分店

活动内容：活动期间，凡在xxx商场各分店超市区一次性购物满58元送茶园利是封一包，购物满108元送茶园利是封2包；小票不可累计，限当天有效，单张小票限送三包。

### 活动三

活动主题：财神送福，“金币”任您夹

活动时间：20xx年1月23日——1月25日（3天）

活动地点：xxxx

活动内容：活动期间，凡在我商场一次性购物满38元以上，即可参加“财神送福，“金币”任您夹”活动；

游戏规则：顾客在我商场一次性买满38以上凭小票到活动现场即可参加夹金币，游戏过程中顾客必须使用我商场提供的道具，从一个聚宝盆夹到另外一个聚宝盆，在规定的时间内夹到的硬币全部送给您！如有违规操作将全部重来；

操作方法：财务部负责兑换一批5毛的硬币供活动使用，企划总部统一购买财神服装四套，派发到各店，门店在活动期间安排一位身材高大的男士穿上财神服与顾客一起玩夹金币游戏，每日活动时间安排为上午8:30-11:30，下午14:30-17:30，晚上19:30-21点，各店每

天必须严格按照规定时间开展活动，使其活动达到更好的效果，此活动不仅可以很好的与顾客互动，且象征着在新的一年里带来吉利。

## **春节超市促销方案9**

### **促销目的：**

春节是中国的传统节日，受关注面广，潜在消费群体相对其他节日来说，要多得多，而对消费金额要比平常提升的多，这一来，就是很好的促销好时机——提高销售业绩和提升形象的时期。

### **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1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、厂商促销安排：

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。

同时上交相关资料。

8、注：活动内顾客积到六张六等奖的的奖券均可得到吉祥猴一只（价格5元\*10000）

**二、旅游有礼伴游天下**

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/586153234043011  
100](https://d.book118.com/586153234043011100)