

超市促销策划方案(集合 15 篇)

超市促销策划方案 1

一、促销主题：

举国欢腾庆五一，开心购物去海联

二、促销期限：

5月1日—5月7日

活动一：

日化节—亮丽人生

三、活动方法：

联合 3—4 个主要洗化品牌举行产品会展。世纪海联超市负责统一组织文艺演出活动、展区整体规划、整体宣传及涉外事宜。厂商自行负责品牌宣传及在规定展区区域的促销活动。

四、现场布置：

太阳伞若干（供应商自备），氢气球 8 个以上（供应商自行广告宣传备用）、气拱门一条（20 米）、外场展区（4 个）、服

务台前展区（其它品牌）、二楼不锈钢栏处会展厂家展区、文艺活动区（舞台、音响设备）

五、文艺活动安排：

1、最后胜利（5月1日—7日）

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档20—30样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9:00起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动（与英才音乐学校联合举办）

2、风情万种（5月2日）

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深（5月3日）

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采（5月4日）

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品；设置一处景点，现场免费拍摄（1人限拍1次）；免费化妆会；美容美发专家咨询会。

5、爱我中华（5月5日）

六、活动形式：

“世纪海联杯”少儿绘画大赛、作品展

从4月25日开始，少年儿童（6-13岁）凭一幅作品在服务台前报名。

5月5日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦绣中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线（5月6日-7日）

活动形式：模仿秀卡拉ok大赛

分为少儿组（童声放送）、青年组（明星大挑战）、老年组（老有所乐—戏曲票友之夜）三组

从4月25日开始免费报名。桥西店服务台进行详细登记。桥西店从4月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

奖项设置：

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

七、商品促销活动安排：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出 10 余种针棉商品五折销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品。

活动二、爱情岁月甜蜜之旅

促销思路：五一将是婚庆的大市场，将营销目标锁定在五一劳动节，针对婚庆市场开展营销活动，提高企业在婚庆市场的占有率，提高企业知名度。

促销对象：五一节期间举行婚礼的未婚伴侣

促销目标：在促销期间将举行婚礼的未婚情侣锁定

促销时间：4 月 26-5 月 7 日

八、活动方法：

1、极地情婚纱 show（二至三场）

由极地摄影浓情推出其款式新颖、气质独特数款婚纱，邀请知名模特举行“极地情婚纱 show”。极地情婚纱 show 气势恢宏，内容丰富，必将吸引众多青年男女特别是将举行婚礼的恋人的青睐，为极地摄影提供宣传的有效途径。

2、见证爱情，留住精彩

3、甜蜜之旅

活动期间，凡在__x 一次性购物 800 元以上的未婚伴侣，可享受免费婚照一套。

4、爱情岁月，幸福共享

活动期间，凡在极地摄影拍摄婚纱照的爱情伴侣，凭极地开出证明单，在__x 超市购物享受 9.8 折优惠。

九、宣传计划：

1、电视广告岳阳无线频道 8 次

2、广播电台 10 天

3、__x 商品快讯 15000 份

4、店面 pop

5、__x 店面布幅广告 1 幅

6、报纸广告《__信息报》1/4版1次

7、报纸软文宣传不少于3篇

8、活动期间举行婚纱摄影展，设置拍摄景点一个。

超市促销策划方案2

一、活动主题

五一大促销

二、活动内容

1、深呼吸海的味道

在__月__日到__月__日期间，凡在某超市各分店购物满__x元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运__四日游的名额，到__天涯海角去感受“海的味道”

特等奖 x 名(x 个店共 x 名) 各奖__四日游名额一个

一等奖 x 名(x 个店共 x 名) 各奖__吸尘器一个

二等奖 x 名(x 个店共 x 名) 各奖__电饭煲一个

鼓励奖 x 名(x 个店共 x 名) 各奖__胶卷一卷

2、服装打折自己做主

在__月__日到__月__日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到 2 折。

3、五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

__月__日至__月__日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

x 月 x 日至 x 日，一次性在某超市购物满 x 元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1 公斤大米、500ML 食用调和油。

4、超市“五一”部分特价商品

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(具体定出特价商品的价格)。(本次活动最终解释权归某超市所有)

☑超市促销策划方案3

活动背景：8月份正进入了酷暑阶段，此阶段天气炎热，人们的购物行为主要集中在早、晚2个阶段，所购商品也主要集中在日常生活用品为主，配以一定的消暑商品为辅，如：西瓜、碳酸饮料、果汁饮料、防晒霜等。7月份岳阳店由于卖场格局的调整，销售有了一定的下降，为更好的加强品类促销，加强夏日商品的销售，特做出夏季商品品类促销。

活动目的：

1、更好加强并稳定会员顾客群，通过每档的会员专享商品及一定的会员抽奖等形式拉拢并稳定好周遍顾客群。

2、通过夏季商品的品类促销，并做出一定的关联性促销，充分挖掘市场份额，在迅速提升一大类别商品销售的同时，提升门店整体销售额。

活动时间： 年8月3日—— 年8月30日

主题促销：冰爽底价吓一跳

活动时间：__年年8月4日——__年年8月12日

主旨：拉动并稳定周遍顾客群，以一定的惊爆价商品做为主流商品，吸引一定的家庭主妇、中低档消费群，并迅速锁定周遍目标顾客群，提升客流量，最终实现销售的回升。

促销商品品类选择：此品类促销主要以 hr(高清晰度、高敏感度)类商品(价格弹性比较高的商品为主，顾客购买率较高的商品)，如鸡蛋、大米、肉类、油类等。

具体数量分配：

生鲜类：10 支左右。

蔬果类：(2-3 支)如：西瓜、绿豆、大米、应季蔬菜。要求在尽量不做负毛利的情况下，可采取平进平出的形式。

肉类：(1-2 支)如：前腿肉(肉类现今市场比较火热，价格有明显的上涨，可允许做 1 支惊爆价商品)。

熟食类：(2-3 支)熟食类商品多属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，那么可以列出 1 支左右的惊爆价商品。如烤鸡、卤菜等。

面包类：(2-3 支)面包类商品同属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，顾客购买率较为稳定的商品，建议做 1 支惊爆价商品、1—2 支特价商品。

食品类：5 支左右。

粮油类：(2-3 支)粮油类商品，尤其是大米、食用油都属于毛利较低，价格弹性比较高的商品，顾客购买率较高的生活用品，建议做 1 支惊爆价商品，1—2 支特价商品，如现在油在

如能做一支特价油，定能形成一定的抢购潮。

品类促销：跟酷暑抗衡夏日爽肤 100%

主旨：8月正是夏天最为炎热的月份，古人就有酷暑三伏之说，在8月中就有中伏和末伏，紫外线强度及温度在全年当中也数最强，所以在本月进行护肤类商品(如：防晒霜、防晒伞等)、去油类的洗面奶等作为主打的促销商品，一定能创造一定的销售高峰。

具体促销商品品项选择如下：

食品类；(主打商品选择)50支

个人护理类：防晒霜、洗面奶、面膜等。

个人清洁类：如：洗发水、沐浴露、香皂、纸巾等。

家庭抗蚊类：杀虫水、蚊香、电蚊片等。

非食品类(关联商品选择)10支

床上用品类：空调被、蚊帐等

家电类：风扇、空调、凉席等

百货类：防晒伞

鞋类：凉鞋、凉拖

会员专享商品

主旨：为了更好稳定会员顾客群，特作出 8 支左右的会员专享惊爆价商品。

促销商品选择：主要选择品项为 mr(无清晰度、无敏感度)商品，如：方便面、高压锅、熟食、饮料等。

附：去年同期销售(年 8 月 3 日——8 月 12 日)

含税收入

占比

毛利额

毛利率

食品区

774728

53.68%

58804

8.83%

非食品区

285206

19.76

37030

15.19%

生鲜区

383209

26.55%

44417

13.21%

全店

1443145

140252

11.25%

期间：来客数为 44660，客单价为：32.31 元

活动分工：

负责部门

负责项目

门店店长室

1. 门店活动总指挥。
2. 门店活动各组总协调

门店采购处

负责 dm海报之主题促销活动的宣传，商品的组织、备货计划，保证商品全方位到货。

门店管理处

1. 活动的整体监督。

门店客服处

1. 店内广播宣传工作。
2. 周边社区的调查，广播稿的循环播出

门店各营运区

1. 各项工作的积极配合。
2. 对营业员活动方案的宣传。

营销企划课

1. 整体活动方案策划。
2. 整体广告宣传及造势，场内场外气氛布置设计。

1、动内外尝现场气氛的布置,各道具场景的制作准备到位。

负责活动的宣传到位,各活动海报制作及粘贴



4

一、 促销目的:提升顾客购买次数,聚集超市人气,提升
销售额

二、 促销主题:您购物 我买单

三、 促销日期:8月1日(星期六)——8月30日(星期日)4
个星期日共30天

四、 促销内容:

宣传导语:“你购物,我买单”

促销说明:

__活动期间顾客在本店购物,凭当月购物小票,均有机会获
得最高100%折扣返利!

说明:

1. 每周日晚8点在超市大门口现抽现兑,过期作废。

2.. 购物小票只限15年8月份

3. 小票背面请写明姓名，中奖者凭本名有效证件领取，否则作废。

4. 抽奖结束后，顾客请在次日星期一当天内，凭盖章购物小票到服务台办理退款，过期不办。(最好给顾客购物卡)

五、 营运采购支持

1、 根据分区、分类需将实施全店促销谈判和陈列计划

卖场 A类促销位陈列高毛利和周转慢促销商品，，并保持每个品类有海报价格商品出现；

2、 联营供应商谈判扣率、返额支持，如，供应商需承担折扣退货金额的?%；

3、 建议在活动期间所有商品正常毛利销售，也可考虑个别品类商品不参加本次活动，如专柜，家电，油、大米、等)；

六、 促销和物料

1、 海报

2、 看板、X展架、

3、 不参加本次活动标签(某一品类或某品牌、厂商专柜需在卖场内标识清楚)

4、 其他小物料

财务印章、印台、返款处角牌、卖场吊旗等。

☑超市促销策划方案 5

一、促销活动时间

20__年 x 月 x 日—20__年 x 月 x 日

共七天 (x 日—x 日)

二、活动主题

千僖迎新，半价返还

三、活动内容

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；

5、发派传单；

6、电话通知。

五、费用预算（略）

超市促销策划方案 6

一、活动背景

我国传统的国庆节，是一个假期较长，消费能力强，拉动商品消费、进行品牌宣传的好机会。我们应充分利用以上契机，最合理的整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的系列促销活动，实现品牌形象与商品销量的同步提升。

二、活动主题及思路

1、活动主题

__期间活动口号：诚信铸就、十九辉煌；众店齐庆、礼礼俱到。

具体时间：__月__日——__月__日。

__期间活动口号：一元家电惊爆全城，挑战价格极限。

具体时间：__月__日——__月__日。

2、活动思路：充分利用两大契机，通过特惠酬宾、豪礼派送、一元特价机热销等一系列促销手法，直接让消费者“礼”、“利”双收，从而提高公司商品销量及展现__辉煌历史。

3、活动时间：__月__日——__月__日。

三、活动地点

__各连锁店。

四、活动组织

总监督：__

总负责部门：销售管理、采购部、各分店。

各分店总负责人：各分店店长。

五、活动内容及安排

1、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）。

活动主要针对司庆期间光临__电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

2、购又送（购物送麦当劳券）。

活动主要针对国庆期间在__电器连锁店购物的顾客，凭购物单，购物满 1000 元送价值 20 元麦当劳使用券；购物满 3000 元送价值 30 元麦当劳使用券；购物满 5000 元送价值 50 元麦当劳使用券；购物满 5000 元送价值 100 元麦当劳使用券。

3、一元超低价活动。

a、活动时间：__月__日——__日；__月__日——__日

(a)、每天的排队的前 150 名顾客都可以领取抽号券。(凭单张排队)

(b)、__月__日—__月__日各分店每天购物满 1000 元以上即送 1 张，每天最多送出 50 张，每店至 10 月 3 日通过购物最多送出 550 张。

d、方法：__月__日—__日；__月__日—x 日各分店每天上午 9:30 开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照 1 张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“__商品，1 元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：__。派发前由行政专员负责对

本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序（廖总事先安排），派发人员：文员、财务人员。

e、美工在活动前书写抽奖明细海报（活动开始前日晚在店门口划出“领取现金抽号券及购买超低特价机”排队处，并拉起排队隔离绳墙。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、超低价抽号券由市场部设计，数量4000张，各分店平分，由行政专员负责盖店章并负责暂时保管，于活动前交现场负责人。现场派发超低价抽号券及超低价商品购物负责人：行政专员、文员、财务人员。

g、所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h、当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检

查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i、活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j、在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅（4人）维持现场秩序。

7、购物抓现金活动。

a、活动时间：__月__日——__日；__月__日——__日。

b、活动地点：__各连锁店

c、活动方式：购物抓现金

d、方法规则：

(a)、活动期间凭本公司购物满__元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满__元及以上抓两次；购物满__元以上可抓三次，最多三次。

(b)、抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

(c)、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e、美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾。

a、活动时间：__月__日—__日、__月__日—__日、__月__日—__日。

b、活动地点：__各连锁店店门外。

c、活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d、场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响（调试）、产品展示为主。

e、采购部根据厂家回复情况；方案'范文，库.为您.搜集-整理/与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f、司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品（糖果火为主）要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验。

a、活动目的：目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b、活动时间：__月__日——__月__日

c、活动主题：__电器放心服务全方位体验；

d、活动内容：

(a) 售前服务体验；

(b) 售中服务体验；

(c) 售后服务体验。

e、活动详解及分。

注：售前服务：主要是指免费接送消费者，目前在家电零售行业免费接送在__还未曾见过，在超市行业已早实施，推出此项业务主要基于：创造__首家，制造舆论效果，从侧面提升__的影响力、费用不是很大。

超市促销策划方案 7

（一）场内外布置

1、场外：

1) 巨幅：各分店根据物业实际尺寸联系制作，内容为中秋节各项主题促销活动和全场月饼优惠大酬宾的信息；

2) 展板：主要公布此次各项主题促销活动的所有内容，传达活动信息，吸引顾客；

3) 橱窗玻璃：设计制作中秋节及国庆节的主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛；

4) 大门口上方悬挂大红灯笼。

2、场内：

1) 吊旗纸：设计制作以传统佳节“中秋节”及国庆节为主题的一款吊旗纸，烘托喜庆的节日气氛，美化卖场环境；

2) 牌楼：采购部联系供应商提供赞助中秋牌楼，置于月饼一条街，突出月饼区域特色布置；

3) 收银台布幔：收银台使用红色布幔布置，突出喜庆气氛；

4) 手工吊旗纸：在卖场显眼的区域，制作各种主题促销内容的手工吊旗纸；

5) 全场悬挂纸红灯笼布置卖场，制作“月饼一条街”宣传牌，突显传统的特色，美化购物环境；

6) 根据卖场实际情况，适当设计制作一系列广告宣传牌，美化卖场，传达信息。

(二) 活动宣传

1、海报 4 期：

第一期：中秋 1 期手招，时间 9 月 3 日—9 月 16 日、a4、4p 彩色；

第二期：劳保品百货周手招，时间 9 月 10 日—9 月 23 日、a4、4p 彩色；

第三期：中秋节 2 期手招，时间 9 月 17 日—9 月 30 日、a3、12p 彩色；

第四期：国庆节手招，时间 9 月 24 日—10 月 7 日、a3、12p。

2、场内广播：商场内广播滚动式宣传中秋国庆的酬宾信息，刺激顾客的购买欲望，增加销售额。

3、堆头促销：场内特别推出“月饼一条街”、“旅游食品一条街”，并配上叫卖，方便顾客选购，刺激顾客消费，在场内形成热闹喜气的购物气氛。

4、人员广告：所有人员必须充分了解此次开展的促销活动，做好每一位顾客的活动解释工作；

5、报纸广告：6期。

6、电视广告：3期

（三）活动内容

第一波：

教师节（20__年9月4日——9月10日）

1) 桃李满园 师恩永存

活动时间：20__年9月10日

活动内容：为庆祝教师节的到来，答谢广大老师对人类社会作出的巨大贡献，活动当天凡凭教师证和身份证即可到爱家服务台免费领取柚子一个，每人限领一份、送完即止。

2) 教师节，爱家为您传情达意

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/928111064110006127>