

超市促销活动方案例文（优秀模板 10 篇）

超市促销活动方案例文 第 1 篇

超市促销活动方案

选择合适的卖场；

1、店方对该产品较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合厂方促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等（尤对其素有砸价恶名的超市合作一定要小心）；

2、人流量大，形象好，地理位置好；

3、超市定位及其商圈的顾客群与促销产品的定位、目标消费群一致。

如：玻璃瓶汽水促销店最好选在家属区或学校附近；休闲用品促销最好选在市中心高形象超市或高尚住宅区、商务区超市。

定有诱因的促销政策；

1、师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、有效炒作：

① 活动名”要有吸引力、易于传播，如：某米酒厂家在酒店推广产品的加热饮用，促销命名为“青梅煮酒论英雄”；某加咖啡送咖啡杯名曰“红杯欢乐送（颂）”；

② 赠品绰号要响亮，如：某快餐连锁店的球星塑料人起名为“超酷球量派对”

③ 赠品价值要抬高，如：缤纷夏日防紫外线秘笈太阳扇；

④限量赠送做催化：消费者总是买涨不买落，让消费者在活动现场看到赠品堆放已经不多，旁边赠品空箱子倒是不少，这种“晚来一步就没有赠品”的感觉会大大促进购买欲；

3、尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），免有降价抛货之嫌，结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了”贪便宜低收入的消费群。

4、可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形象陈旧就不可取）。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

如：买1袋/包送透明钥匙包一个；买2袋/包送荧光笔一支；买5包送飞镖玩具一套；买1箱送T恤衫一件。

6、限时限量原则：与超市合作的买赠、特价促销，一定要注意在促销协议中明确限时限量，否则在促销期间出现赠品/特价产品供货不足，会面临罚款、清场的危险。

选择合适的产品品项和广宣品、礼品；

1、广宣品设计原则

①广宣品风格应与目标消费群心理特点一致，如：运动饮料宣传品基调：与体育赛事结盟、活力、迅速补充体力；

中低价食品宣传方向：更实惠、更大克重、更多鸡蛋、更营养；

儿童用品宣传风格：产品好吃/好用，赠品好玩，卡通化的诉求方式；

②促销POP标价和内容：

促销价与原价同时标出，以示区别；

尽可能减少文字，使消费者在三秒之内能看完全文，清楚知道促销内容；

③巧写特价：

部分城市物价局规定不准在海报上标出原价特价对比字样、这种情况可把最不好销的口味写原价、其余口味写优惠价（如：海鲜味 2 元/包、其余口味 1.8 元/包）消费者自然明白；

④ 师出有名：冠以新品上市、节庆贺礼等“借口”；

⑥ 写清楚限制条件，如：限购 5 包/人、周末促销、限量销售，售完为止、号之前有效等。

2、赠品选择原则

① 尽可能是新颖的常见用品。使消费者一看就知道是否实惠而且又受其新颖的造型外观所吸引（太“生僻”的赠品，如魔方笔、蹬山刀，消费者不知道用途或用途不广泛，难以接受）；

② 高形象，低价位，如：挂表、围裙、T 恤、计算器等价值感较强，但采购成本又较抵；

③ 最好有宣传意义。如围裙、T 恤、口杯；

④ 与目标消费群的心理特点及品牌定位相符，如：运动饮料赠奥运小纪念品；碳酸饮料赠变形摩丝、滑板、透明钥匙包；

⑤ 赠品价值在产品价值 5%20% 之间，过低没有促销效果，过高会起负面作用。

根据活动规模确定促销人员数量、产品储备数量及物料需求；

效果预估：指根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响，作出促销期间销量的预估。

费用预估：根据销量预估配备相应的物料：广宣品、礼品，并根据所选超市的规模和促销期长短，预估销量，准备相应的促销人员预算。

规定业代回访频率，维护活动效果；

说明：如果促销期大于 1 天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽，也很容易出问题的工作。所以有必要在促销案中将产品的备货、陈列、广宣品布置等责任落实到具体人身上；促销期内（如：业代对促销超市保持 2 天/次的回访频率，对超市全品项充足供货负责；驻场促销人员负责超市内的陈列、明码标价、广宣品推广、赠品管控和断货警示工作）。

超市促销活动方案例文 第 2 篇

1、疯狂时段天天有

a)活动时间：

b)活动地点：1-4楼

c)活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择 1 个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含 24、25 日)每天不定期选择 2 个时段，在 14f 选 1 家专柜举行为时 20 分钟的抢购活动，即在现价的基础上 5 折优惠。

(抢购期间所售商品，建议免扣)

2.超市购物新鲜派加 1 元多一件

a)活动地点：-1f

b)活动时间：

c)活动期间，凡当日在我商场一次性购物满 28 元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。

(每日限量，先到先得)

d)等级设置：

购物满 28 元加 1 元得 1 包抽纸(日限量 500 包)

购物满 48 元加 1 元得柚子一个(日限量 200 个自理)

购物满 88 元以上加 1 元得生抽一瓶(日限量 100 瓶)

3.立丹暖万家冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销

a)活动地点：商场大门外步行街

b)活动时间：

c)组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。

(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

4. 耶诞礼品特卖会

a)活动地点：商场大门和侧门外步行街

b)活动时间：

c)组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5. 耶诞“奇遇”来店惊喜

a)活动地点：全场

b)活动时间：

c)活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。

特别提醒：在 12/24 关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼！数量有限，送完为止。

6. 耶诞欢乐园”激情圣诞夜

a)活动地点：大门外步行街

b)活动时间：12 晚上 7：30-9：00

c)活动内容：为了营造节日的热烈气氛

，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

一、媒体宣传规划：

1.媒体宣传：

a)dm 宣传单：于 12 月 6 日通过夹报和入户派发的方式发放 2 万份 dm 宣传单。

b)报纸广告：12 月 5 日在《==晚报》上发布半版活动信息广告 1 期；

二、费用预估：

1.超市购物新鲜派加 1 元多一件

500 元×19 天=9, 500 元

2、耶诞“奇遇”来店惊喜 2, 000 元

3、‘耶诞欢乐园’激情圣诞夜 15, 000 元

4、报纸广告及其他宣传费用：20, 000 元。

5、活动及圣诞气氛布置 10, 000 元

6、合计 56, 500

三、承担方式

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平方米加收 1 元进行分摊，超市建议让厂家承担 4000 元

超市促销活动方案例文 第 3 篇

一、活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

二、活动主题：家的感觉，价的乐趣

三、活动时间：4月28日~5月10日

四、活动目的：让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

五、活动地点：店内促销

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，最好联系一家做场外大型促销(演出)等活动。

六、促销的形式：买赠、现场试吃、抽奖等。

七.活动内容：

1. “五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区(小食品、小百货、日化类等)，做封面。

2.商品折扣购：一次性购物满38元的顾客可享受大米/500g的折扣，五一折每人限1kg

3.凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次(外场专柜、家电不参与此项活动)。可幸运获得以下丰厚奖品：(见奖品设置：)

一等奖：价值300元礼品一份(总计5份)

二等奖：价值 30 元礼品一份(5份)

三等奖：价值 10 元礼品一份(20份)

四等奖：价值 3 元礼品一份(100份)

五等奖：价值 1 元礼品一份(500份)

注：1.当日现场抽取奖品，购物小票不予累计(多买多重)。

2.店内所有员工一律不允许参加此次活动。

八、促销品的选项(共计 150 个单品)

生鲜类：促销品项 25 个(惊爆价商品要求 5 个)

惊爆价蔬菜每天 1 个单品，

二、活动主题：五一大促销

活动内容：

一、深呼吸 海的味道 在 4 月 28 日到 5 月 3 日期间，凡在某超市各分店购物满 300 元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖 2 名(5 个店共 10 名) 各奖海南四日游名额一个

一等奖 3 名(5 个店共 15 名) 各奖美的吸尘器一个

二等奖 10 名(5 个店共 50 名) 各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖 100 名(5 个店共 500 名) 各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折 自己做主

在 4 月 27 日到 5 月 26 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 折。

三、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

4月28日至5月3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

5月1日至3日，一次性在某超市购物满30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。

四、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

第 4 篇

一、 x 年春节活动背景：

x 年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾 x 年，我们超市已成立有 x 年的历史了，在这段时间我们成功的开出了 5 家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高超市的销售业绩、树立超市的品牌形象。届时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

二、 x 年春节活动主题：

1)春节贺岁 礼送新春

2)元宵节情缘元宵节

3)情人节感受温馨浪漫

三、 x 年春节活动时间：

x 年 x 月 x 日 x 年 x 月 x 日

四、 x 年春节活动布置策划：

卖场内外已暖色料为主(大红、橙色、黄色)

1、场外布置：

1)10家门店共制作 10 条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

2)外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3)门口处上方各挂大型灯笼(50cm)，要求美观。

4)10家门店各制作竖副 8 条，内容为七彩(各门店进行费用联系)、

5)各门店门口处统一放置红地毯一条(6m[某]2m)。

地贴春节专用地贴张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作)、

2、场内布置：

1)门店 **pop** 标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2)门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3)卖场内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4)一条街制作喷绘一张(材料为 **KT** 板)(由营销科统一制作)。

5)制作吉祥门，按超市的春节陈列方向进行设计(详情见附图)。

通道：

1)挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作)、

2)根据卖场实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1)区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2)货陈列进行食品、用品各进行专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的 **POP**，统一使用 **KT** 板进行制作到位。

3)专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以 **POP** 标注，商品建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1)可用 **KT** 板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案),或用张贴春节喜庆剪花,布置时尽量偏高,以免顾客摘取。

3)有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置,可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮、

3、员工布置及服务用语

1)营销科统一制作春节员工帽子,超市每位员工必须佩带。

2)春节期间员工服务用语:你好!新年快乐!欢迎光临!

3)收银台的收银员穿戴塘装、

第 5 篇

活动背景： 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

活动地点：

活动内容：

主题促销：冰爽底价 吓一跳

活动时间：20[某]年 8 月 4 日——20[某]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： 支)如：西瓜、绿豆、大米、应季蔬菜。要求在尽量不做负毛利的前提下，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，顾客购买率较高的日常生活用品，建议做1支惊爆价商品，1—2支特价商品，如现在油在市场上价格统一都上涨，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

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/947132050032006161>