

春节超市促销活动策划（通用 12 篇）

春节超市促销活动策划（通用 12 篇）

春节超市促销活动策划 篇 1

活动时间：

2 月 13 号—二月 23 号

活动地点：

大润发超市

活动主题：

“迎春纳福，大礼满天飞舞”，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

一、活动策略促销商品：

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

二、广告支持：

1、Dm 海报：

①规格：16K12P，数量：x 万张。

□Dm 版面分标题及商品品类重点：

封面(1P)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品 2—5 款或二级营销活动内容)生鲜(2P)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)食品(3P)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)百货(2P)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)

2、主题设计：

(1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计；

(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计

(7)收银台设计

(8)其他一些(例如：装饰海报、装饰品等等)

三、促销活动方案

活动一、春节大派送会员更省钱活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5L食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

注：必须是过年及民生必需品，必须非常惊暴，这些单品关系到此次春节销售的成败，因此我们需要慎重考虑这些单品。

活动二、购物积分双倍送

活动内容：活动期间，在xx超市购任意年货达xx元以上的会员均享受积分翻番(双倍)；注：该活动适用于有会员卡消费积分的超市。

活动三、年货大采购奖品等你拿活动内容：活动期间在xx超市购物168元以上即可凭购物小票直接兑换抽奖卷，参加抽奖领取超值奖品；(一等奖一名，奖29寸电视机一台；二等奖二名，奖名牌微波炉一台；三等奖28名，奖100元购物卷；四等奖100名，奖50元购物卷；纪念奖1000名，奖07年挂历一份)

注：抽奖的奖品可另行安排，可与供应商洽谈来承担部分。

活动四、春节年货大展销

此项活动的费用以及奖品采购部负责洽谈提供，可要求供应商负责承担

1、02月13日各超市开始正式设立地堆展销年货、礼篮、礼盒，并布置年货礼品展台；

2、购买(指定)年货换礼品

A、活动期间，一次性购买(指定)年货，可凭单张收银小票到服务中心加xx元领取礼品一份(或其他)，数量不限、多买多送。

B、活动期间，凡购买年货满150元以上者送红酒一支，以150元

为整数倍递增，多买多送，数量有限、送完为止！

活动五、除夕之夜美食专家

活动时间：02月20日—02月23日

活动内容：除夕之夜您吃什么？

活动期间本超市为您准备了丰富的年夜饭：

- 1、3—8款惊爆价熟食，例如：烤全猪、烤鸡、鸭等；
- 2、各种速冻水饺、汤圆买 xx 元送小袋(200G) 汤圆；
- 3、各种碟菜、水产等特价销售。注：以上活动仅限生鲜超市进行。

四、场景布置：

(一)、场外布置：

1、各大卖场外墙悬挂巨幅节日海报(可根据实地尺寸制作，悬挂于卖场门头)，宣传活动内容：活动主题+Dm 封面单品(费用可联系厂商支持)+活动文字，户外广告报批市政手续由行政部落实；

2、各超市正门上方悬挂春节大红灯笼；(具体数量由各超市上报)

3、玻璃拱门上贴上与主题相关的装饰物

4、让布偶在超市外发放宣传海报，对小孩子还可以发放气球，为吸引更多的消费者前来。

5、两个大的升天大气球

(二)、场内布置：

1、在室内，顶部都挂上吊旗，不同的区域可以选择合适的吊旗来悬挂

2、电梯入口可做适当的装饰(注意：要方便消费者行走)。其次可在电梯的两边张贴一些宣传促销海报。

3、因为是春节，礼品多，促销商品也多，所以把堆头和展台都设计的喜庆一点，并明确告诉大家促销的方法。

4、陈列年货一条街，在年货一条街上端悬挂吊牌、海报、彩旗、气球、小灯笼等，烘托年货一条街气氛；

5、场景活动的一些布置，围绕迎春纳福的主题。

6、场内播音、LED电视不间断宣传传

7、最后大家结账时的收银台的设计，根据主题要弄的喜庆，红火，

让消费者在离开时也能够感受到浓浓的节日气氛。

8.服务台的设计。服务台的台子外围四周，都会贴上与主题相关的装饰物，顶部还会悬挂写小吊饰

五、预算(视情况而定)

联系我们

【注】极少数浏览器不支持复制，付费用户如果出现此种情况，请在微信公众号“百家笔记网”按照提示留言，客服一般会在 0——3 小时内将文档发送给您！在线时间：早上 8:00——晚上 22:00

免费复制

微信扫码关注:百家笔记网

注:需在公众号回复 验证码

输入验证码后可免费复制

付费复制

付费后获得该文章复制权限

价格:4.98元

支付宝支付

联系客服

扫一扫，支付 4.98 元

正在加载二维码...

支付完成后，等待 10 秒，请勿关闭此页！

【手机端支付方法】 屏幕截图保存此二维码，支付宝扫码——选相册——选此图片。

春节超市促销活动策划 篇 2

一、促销活动时间

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：千禧迎新半价返还。

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）

春节超市促销活动策划 篇 3

一、春节活动背景：

20xx 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 20xx 年，我们 xxxx 有限分公司已成立有 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、提高公司的销售业绩、树立 xx 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、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、春节活动时间：

x月x日—x月x日

四、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（6mx2m）。

6) 地贴春节专用地帖张贴在出入口，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，按商场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。

2) 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,商场每位员工必须佩带。

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。

春节超市促销活动策划 篇 4

xxxx 年是马年,马是一种吉祥的动物,也一直是人类忠诚的伙伴,对于“马”,人们赋予了很多褒义的词汇,如马到成功、一马当先、万马奔腾等等。马是速度和耐力的体现,象征着朝气和坚强的毅力。通过表现马的形象也可以赋予商家一种“永远朝气蓬勃、永远向前奔驰”的形象内涵,因此围绕“马”展开主题促销是十分可行的。

活动时间:

xxxx 年 2 月 1 日-2 月 20 日

注:2 月 12 日是 xxxx 年农历正月初一,可以提前半个月开展迎春节促销,法定春节放假为 7 天,因此春节促销可以持续 20 天至一个月。

活动主题:

“马到成功”

活动内容:

(1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

1、画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。

2、画布大小为 10x8 米，可根据商场门面大小做调整。

3、“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

(2)一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

1、春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。

2、“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

(3)“本命年”的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

(4)与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

1、生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。

2、注意现场清洁卫生，注意给马喂食。

3、挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。

4、为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。

5、此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。

6、马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

(5)万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

(6)“马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

1、凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。

2、在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。

3、活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

(7)“马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

1、随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。

、专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。

3、在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

(8)画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

篇 5

一、活动主题：

感恩大回馈，燃情 12 月

二、活动时间：

12 月 5 日--12 月 25 日

三、活动目标：

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长 10% 。

四、活动内容：

1.疯狂时段天天有

a) 活动时间：12 月 5 日--12 月 25 日

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)，周六至周日每天不定期选择 2 个时段，在 1-4f 选 1 家专柜举行为时 20 分钟的限时抢购活动，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：12 月 5 日-25 日

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

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：12 月 6 日-20 日

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：12 月 21 日-25 日

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：12 月 24 日-25 日

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。

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 月 24 日、25 日晚上 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。

五、媒体宣传规划：

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

期；

六、费用预估：

1、超市购物新鲜派 加 1 元多一件，500 元 x19 天=9500 元

2、耶诞 奇遇 来店惊喜

2000 元

3、耶诞欢乐园 激情圣诞夜

15000 元

4、报纸广告及其他宣传费用：

20000 元。

5、活动及圣诞气氛布置

10000 元

6、合计： 56500

七、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，按厂家每平米加收 1 元进行分摊，超市建议让厂家承担 4000 元

篇 6

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：

xx 年 6 月 12 日—1 月 25 日

促销地点：

xx 超市各分店

促销内容：

商品促销与促销活动两种

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

xx 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 100 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 x5 二等奖：奖 xx 购物券 1000 元 x25

三等奖：奖 xx 购物券价值 100 元 x390 四等奖：奖 xx 购物优惠 10 元 x780

五等奖：奖 xx 购物优惠 1 元 x10000 六等奖：奖新春大吉奖。

5、 购物券仅限在 xx 超市购买，如不要视为自动放弃，恕不兑现

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/988042032021006134>