

超市购物卡优惠活动方案 超市购物活动的方案(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

超市购物卡优惠活动方案篇一

20__年x月后新__logo

19__年，__有限公司在__起步。创立之初即与中国奥委会携手合作，通过体育用品事业推动中国体育发展，并不遗余力赞助各种赛事。

1、销售链

产品的专业化属性，是在体育用品行业中竞争的基础。__体育用品有限公司把产品的研发，看作一个不断创造纪录、刷新纪录的赛程。经过xx的探索，__产品已由单一的运动服装，发展到运动服装、运动鞋、运动配件等多系列并驾齐驱的态势。不久的将来，__牌将致力于跻身世界一流品牌，为全世界的运动员和体育爱好者提供专业的体育产品。正因为有了这样的热忱，__体育用品有限公司拥有了中国的体育用品分销网络。同时，__体育用品有限公司的国际网络也在不断拓展，目前已进入23个国家和地区。

2、模式和体系

在实践与探索中，形成了一套适合自身的战略规划模式和管理体系，使公司组织运作畅通无阻，战略执行果断快速。目前，__体育用品有限公司正在全国范围内建立以erp为起点的

信息系统，全面整合产品设计、供应链、渠道、零售等资源，发展电子商务，进一步提高运作效率和品牌形象。

3、企业文化

__有限公司成立的初衷。__有限公司从不放弃任何努力以实现这一使命。从19__年支持北京亚运会中国体育代表团开始，__有限公司对体育事业已投入大量赞助，同时也创造了数以万计的就业机会。

独特的企业文化，是__有限公司每个部分紧密协作、奋力向前的接力棒，使所有的供应商、经销商、服务商成为合作伙伴，让所有的员工合力同心。

4、企业力量

__人相信：人有无限潜能。运动让人更加自信，敢于表现，不断发掘潜能、超越自我——我们有这样的品牌观，并始终不渝地付诸实践。

今日的__有限公司，不仅是一家体育用品的制造企业，也是一种健康生活方式的传播者、推动者。__有限公司正以累积而来的自信，把握历史赋予的机遇，迎接全球市场的挑战，实践__人的使命，以体育壮大潜在于中华民族的那股巨大力量。

5、品牌塑造

创业初始，__的广告语是“中国新一代的希望。开始“农村包围城市”调整产品定位之后，__公司推出了更为“务实”的广告语“步步为赢”。

从1997年开始，__公司根据对中国体育用品市场需求的分析，认识到在青年人中蕴藏的巨大消费潜力，从而决心将品牌设

计风格从单一的大众化塑造成“时尚年轻、具有个性”的城市品牌。这一时期的__公司认为开发决定市场，在这一时期的广告中，__公司相继使用“把精彩留给自己”、“我运动我存在”和“季风新运动”作为其广告语。

2000年，__公司在悉尼奥运会前推出的广告语以世界冠军、体操运动员李小鹏为主角，并配以广告语“出色源自本色”。

20__年，__公司推出__高尔夫系列产品，希望由此塑造高端市场的品牌形象。同年，__公司协同广告公司赴巴黎拍摄广告片，画面是身穿__体操服的法国少女体操运动员，广告语为“运动之美世界共享”。

20__年6月30日，__有限公司高调宣布品牌重塑战略，发布全新的标识和口号，并对品牌dna[]目标人群、产品定位等做了相应调整，打造“90后__”。__公司新口号为“makethechange”[]品牌新标识则抽象了__原创的“__交叉”动作。

1、产品定位

追溯__品牌的成长历程，自1990年以来，从最初的中国新一代的希望到把精彩留给自己，我运动我存在运动之美世界共享出色，源自本色等，直到现在的一切皆有可能，李宁的品牌核心价值经历了几次重大改变。新生事物要发展必须要经历不断的探索，一个新兴品牌要寻求发展当然不可绕开探索的道路。__品牌价值的几次重新定位，反映出__对自身价值发掘，认识的不断深入。但我们也必须看到，无论是从最早的中国新一代的希望到把精彩留给自己到我运动我存在、运动之美世界共享、出色，源自本色等，还是现在的一切皆有可能，__始终找不到明确的品牌方向，找不到清晰的品牌定位，没有具体的品牌焦点。其实品牌具有某种内在的恒定的品质，连续性是其成长和长期发展的关键。品牌只有始终如一才能谋求长期稳定的发展。__公司为了迎合消费者需求和

获得的销售收入，不断变化自己的品牌定位，却忽视了对品牌核心价值的挖掘、对品牌个性的塑造，从而无法传递出一个清晰连续的品牌形象无法与消费者建立一个相对稳固的品牌关系。当外部环境竞争加剧，来自竞争对手的压力不断加大的时候，必然会带来品牌老化，市场被其他品牌瓜分的危险。

另外，考察__品牌价值定位的数次落脚点，总令人觉得其难逃跟随模仿之嫌。从品牌视觉识别来看，__的logo与耐克的logo非常相似；从品牌传播来看，当耐克在提倡justdoit的时候，__提倡我运动我存在；当耐克提倡ican的时候，__提倡一切皆有可能。__的运动主张简直就是耐克的中文版。

品牌价值内涵上的跟随模仿和形式上的摇摆不定不仅使其意欲传达给消费者的价值理念失去了清晰的轮廓，也淡化了它区别于其他品牌的个性风采。一个含义模糊缺乏个性的品牌想要求得一席之地都尚需探讨，更何谈争做国际一流？__要想实现不做中国的耐克，要做世界的__的宏大目标，绝不可忽视其品牌价值上所存在的问题。

2、目标人群

__公司管理层定位的目标消费者是：年龄在14到28岁之间，学生为主，大中城市。但真正购买__牌体育用品的核心消费者的年龄在18到45岁之间，居住在二级城市。

20__-20__年，__公司对消费者的市场调查报告显示，__品牌实际消费人群与目标消费人群相比，有了一定偏移，即整体偏大，近35-40岁的人群超过50%。

另一方面，消费者，尤其年轻消费者，对__品牌的印象上，“积极向上”、“有潜力”、“中国特色”、“认同度”等方面得分很高，而“酷”、“时尚”、“国际感”等特质则相较国际品牌略逊一筹。

据悉，在本次品牌重塑之后，__品牌将正式在一线城市露出，与__等国际品牌展开正面争夺。20__年，__品牌已经在中国市场超越它此前的另外一位竞争对手阿迪达斯。

2、活动点于x月x日门店或专卖点营业结束在门店内或专卖点内悬挂活动主题吊旗，张贴海报，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题促销活动氛围。

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个(x展架或其他物料)。

4、活动面积至少保证50平米以上，五一活动策划可选择商场门前或步行接的露天广场，也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭建、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建t型台，后面制作的大型背景喷绘，可以走秀，表演节目。t型台周围放几个模特，花车10-20节围在周围。货品全部放在花车与t型台之间。现场所有能利用的地方都要有__的广告喷绘，以制造良好的现场氛围。

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量的通道派发dm单

页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有__明显标志。

2、活动检查人员

活动执行期间，各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。

超市购物卡优惠活动方案篇二

为了庆祝五一国际劳动节，以我健康，我快乐为主题，举行庆祝活动，特作如下方案。

一领导机构

组长

副组长

成员

二参加人员全体教职工

三活动内容

第二届教职工乒乓球男女混合团体赛

趣味体育比赛。

四活动时间至

五活动要求

各级组要高度重视，级组长要亲身组织

参加比赛队员要准时到位参加比赛。

六工作安排

趣味体育乒乓球比赛场地器材由体育科组负责

会场横标及摄影由温伟坚负责。

学校党支部

学校工会

附一

第二届教职工乒乓球男女混合团体比赛规程

一主办单位县二小工会

承办单位县二小体育科组

二比赛时间和地点

时间至星期四五一二下午一。

地点本校乒乓球室

三参加单位

各科级组共个代表队英语与体育共同组队

四参加办法和资格

.每队报领队级组长教练各名可兼队员,队员名至少有个女队员。

. 凡在我校教职工, 身体健康者均可报名参加比赛

. 报名截止星期五送交体育科组邓贵良老师。

五竞赛办法

比赛执行中国乒乓球协会最新审定的《乒乓球竞赛规则》。
比赛采用五盘三胜制, 每盘比赛至少有个女队员上场, 每局分制, 每球交换发球权。

. 各参赛队

根据抽签, 分小组进行比赛。

. 第一阶段采用分组循环赛, 取小组前二名进入第二阶段比赛
第二阶段小组前两名采用交叉赛制, 决出至名。

. 小组赛中如遇二队积分相等, 则相互间竞赛胜者名次列前如
三队积分相等, 则以整个循环赛中的净胜局数多少决定名次
如再相等则以抽签决定名次。

六比赛要求

一领队教练和队员要文明参赛, 服从规程安排, 服从裁判。

二参赛者应按时参赛, 迟到十五分钟视为弃权。弃权者判负。

七录取名次和奖励

比赛取前十名, 第一名奖元, 第二名奖元, 第三名奖元, 第
四名奖元, 第五至十名奖元。

八未尽事宜另行通知

附二

县城第二小教职工五一节趣味体育比赛规程

一主办单位县二小工会

承办单位县二小体育科组

二比赛时间和地点

星期三一

本校篮球场

三比赛规程

一背靠背挤篮球往返接力

以级组为单位组队，每队人，距离米，两人一组背靠背，两手互握，手臂伸直，背上夹住个篮球，站在起跑线后，比赛开始，两人夹着篮球侧向向前跑，绕过标志物，返回起跑处交同队另一组，依次进行，直到最后一组运动员躯干任何部位抵达终点线的垂直面时计取成绩，比赛采用每组队同时进行，组全部比赛完后用时短者名次列前。

规则

交接球时，交球者必须踏上起跑线，才能交接，否则必须重新交接。

夹球跑过程中如果球未夹住滚开，必须拾回在原位夹球继续比赛。

二同心协力跑

比赛器材捆绑带若干条

参赛人员人女

比赛规则人一组至少女，用绳子把相邻的两只脚捆绑起来，绳子在膝关节以下部位，即人只脚，以裁判鸣哨开始计时，到对面标志处绕回，到达终点时计时结束，以用时少者为胜，赛道长米宽米。在比赛中运动员如遇绑带脱落，应在原地重新绑好再继续比赛，否则视无效。

四奖励办法每项比赛第一名奖元，第二名奖元，第三名奖元，第四至十名奖元。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

超市购物卡优惠活动方案篇三

一、活动目的：

每年的“六一”是国际儿童节，这一天为了表示对孩子们的祝贺，许多家长会带孩子逛商场、超市购物，而儿童的消费带有许多特殊性。通过在儿童节搞本次活动能提高本量贩及分店在少年儿童心目中的影响力，以家庭参与形式借助儿童节来提高成人的消费。以特别的比赛形式来营造“六一节”

的欢乐气氛，促进儿童商品的销售。进一步提高.....的知名度。

二、活动时间：

三、活动主题：

.. 首届.....儿童节

四、活动内容：

1、“..杯”征文及绘画比赛——绿色家园优秀奖分年龄段：

3——6岁组绘画10名征文5名

7——15岁组绘画10名征文5名

颁奖仪式：

6月2日奇得优秀奖的小朋友将得到米兰春天和__公司共同颁发的获奖证书及优秀奖品一份。6月5日——25日优秀作品将分别在量贩、小溪分店、莲花分店、军区分店、凤凰分店进行展出。

2、6元多一件购物小票再加6元，__到米兰春天量贩、分店服务台还可获得“__”一件。

3、“六一节”买六送一4、少年儿童才艺秀

参赛方式：(2)少年儿童才艺表演内容：时装表演、唱歌、跳舞、武术、讲故事、书法等

您是才童吗?走上米兰舞台，用欢快的歌儿把6月唱，参赛小朋友需自带

vcd或cd□道具，报名时需填写比赛项目及内容。初赛：小组入围奖5名

小组参与奖10名

决赛：一等奖1名二等奖1名

超市购物卡优惠活动方案篇四

一、活动目的：

而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“会展”“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间：

20xx年10月1日——20xx年10月7日

三、活动主题：

“同喜同贺国庆国庆，同欢同乐精彩华联”

四、活动宣传方式：借助短一信一群一发推广手段进行广泛的宣传

国庆佳节之期，历来是各商家的销售黄金段，各种促销，宣传方式层出不穷，竞争程度真可谓是盛况空前啊，如何增进销售业绩，提高市场占有率，此时重要的不仅仅是产品质量、种类，服务，交通等日常问题，更重要的是宣传，快速、有效的宣传推广，君贤科技短一信一群一发，以其速度快、精确性、瞬时轰动效应强、低成本等功能特点，才能牢牢的抓

住市场主动权。

1. 欢乐会展篇：

xx年名酒名特产荟萃展

国庆节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。（烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。）

2.、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送！20xx年国庆节活动方案策划

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推！可得到指针指中的相应的奖品。

3、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

4、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

5、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购

物200元可得到两张，以次类推!(建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关事宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置dm的制作与发放，活动的监督执行。

六、其他

制作页面为大4k8p费用约为0.6万。

超市购物卡优惠活动方案篇五

一、活动缘由：

圣诞节(christmas)这个名称是“基督弥撒”的缩写。弥撒是教会的一种礼拜仪式。圣诞节是一个宗教节。因为把它当作耶稣的诞辰来庆祝，因而又名耶诞节。而在很快就进入岁末这个黄金季节——圣诞节和元旦，为学生尽情购物与狂欢留有足够多的时间，利用好圣诞节及即将到来的元旦，超市搞促销就自然能提高期末销售额。本次策划以“感恩大回馈，燃情圣诞”为主题，为期一周，打一场漂亮的短期的促销战。

二、活动主题：

感恩大回馈，燃情圣诞

三、活动时间：

12月19日（周一）——12月25日（周日）

四、活动目标：

超市的销售额比活动前有所增长。

五. 活动内容：

主题：平安是“福”

活动方式：对当天在超市购物的顾客消费有50元者获赠送“平安果”（苹果）活动。顾客可亲自“采摘”平安果，寓意一年的收获。

需要支持：

若干顶圣诞帽

两棵大型的圣诞树

苹果n个，费用大约n元。

亲情卡片n张，费用大约n元。