

最新超市活动方案策划 超市商品促销活动方案(大全10篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

超市活动方案策划篇一

本站发布超市商品促销活动方案【三篇】，更多超市商品促销活动方案【三篇】相关信息请访问本站策划频道。【导语】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，以下是本站整理的超市商品促销活动方案，仅供参考！

篇一

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，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。

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抢购活动。服装抢购活动，每天举行两次，最低达到2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。

篇二

一. 活动时间□20xx年4月29日—5月2日

二. 活动主题：欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季

三、具体活动：四重喜、惊喜连连看！

惊喜一：激情五一开门送礼！

5月1日当天前300名购物的顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖抽完还送！

4月29日—5月2日，凡在本商场一次性购物满28元即可凭电脑小票换取抽奖券一张；满58元换取抽奖券两张；多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡888元1名

二等奖：现金购物卡588元2名

三等奖：现金购物卡88元5名

四等奖：精美礼品一份100名

惊喜三：您购物，我送礼！

4月29日—5月2日，凡来本商场超市一次性：

购物满18元送牙刷一把；

购物满38元送500ml茶饮一瓶；

购物满68元送1.25l可乐一瓶；

购物满118元送1.5l洗洁精一瓶；

购物满168元送1.8l调和油一瓶；

（注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动）

惊喜四：超值换换换！

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满18元，就可凭海报剪角加1元换购牙膏1支；一次性购物满38元，加5元可换购价值20元冲调礼品盒一盒；购物满58元，加15元换购价值60元保健品一盒。（注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动；此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加）

篇三

a.目标性

任何一项活动都有其举办的动机与目的。

a□.广宣目的：建立企业知名度，提高消费者品牌形象。

b□.促销目的：立即增加营业额及来客数。

c□.公关目的：建立消费者信赖与良好印象，进而间接增加业绩。

d□.大型活动的目的：提高连锁企业的知名度，增加消费者及同业间的认知度。

e□.教育社会使大众认知达到共识的效果。任何活动之目标、对象，更应明确化；目标对象达一定数量以上，才值得举办活动。

b.时效性

a□.任何活动，都应依其销售对象的特性选择在最适当的季节、节日或重要纪念日举办。

b□.按照要求对象、活动内容、投入成本，可能收益等因素，来决定活动期间的长短。

c.创新性

a□.任何活动的举办方法，应力求新鲜，具独创性、吸引力强，如此才能有更大的诱因招来顾客，活动的效果才能提高。

b□.随时注意社会的脉动与趋势，掌握话题，运用事件营销的

冲击力，提高活动效果。

d.形象性

a□.任何活动都必须本着“以诚信为原则”。

b□.任何活动都必须以消费者的立场来着手。

c□.赠品、摸彩或抽奖既已答应赠予即应确保已赠出去。

d□.与社会公益相结合，有助提高企业形象。

e□.必须有公证单位或公证人员在场稽核时，即应聘请。

e.绩效性

任何活动都必须在成本条件与经济规模两限制条件下，创造出的绩效。

a□.成本预算控制

活动的成本预算以其所增加毛利成本为原则。公关活动所耗费的成本能够在公司所控制之下，其有形无形利弊，能做整体性的考虑。

b□.经济规模

新连锁系统低于10家时，成本高的活动较少举办，全区域性的活动也少之为宜。当连锁店分布区域密集，且家数达经济规模时，则适合以较多费用来举办大型活动，成效明显。

b.活动的范围

a.全区性活动：适合全区每一间门店同时举办的活动。

b.地区性活动：只适合某些地区，例如为周年庆而举办的活动。

c.单店活动：个别单店的促销活动，例如新门店开张促销、为滞销品举办的促销等等。不过按一般连锁业的规范，单店促销活动不能与地区性活动抵触，而地区性活动也不能与全区性活动抵触，必须在举办活动前透过督导员向上及报备。

c.促销的分类与方法如前所述，促销的目的有不同的层面，但基本上仍以业绩为中心；在连锁店的特质中，不论是产销、采销或是加盟形态的差别，都可以把商品的进、出作为流通的主体。因此在连锁店的促销主体就包括了：公司内部促销 [internal promotion] 以及消费者促销 [consumer promotion]。

公司内部促销是以如何激发业绩目标达成的共识为宗旨，且经由业务流程的管理来确保业绩的达成，因此在相当多的连锁店企业规划业绩竞赛或奖励制度，以及业务管理的相关手册，都有以促进销售的经营目的而设计，并且落实在日常业务工作，尤其是自愿加盟的连锁形态，总部对于加盟店的控制权较少，可以各店竞赛、协助陈列、进货折扣及销售奖金等方式促进商品的销售。消费者促销指的是促进消费者在某特定时间内购买的活动，这个活动包括前面所讲的“全区性活动”“地区性活动”以及“单店活动”。

d.促销广告的相互作用营销中的矛盾就是广告与促销的相反作用。广告的目的原本是要养成消费者对品牌长期的忠实度，然而促销活动 [sp] 却是针对短期的营销效果。有时 sp 作得太过火，反而使消费者丧失对该品牌的信心，因为消费者总认为好的产品是不需要用强迫方式来推销。因此 sp 反而破坏了商品的品牌形象。

虽然广告和促销有相反作用，但两者间也有补充作用，例如，新商品上市时，广告与试用品的提供，可以产生非常好的互

补作用与相乘效果。又如：胶卷的广告与摄影比赛，不但有短期的促销效果，也可以提高消费者的兴趣而引起他们对品牌的好感。

几种促销方式的相反作用及补充作用

a. 特价

特价会破坏品牌的品质印象。过多时会引起消费者的怀疑而降低品牌的忠实度。要设法降低此相反作用，特价必须要利用特殊名目，如节日、周年等，而且销售突破100万件的机率几乎没有。

b. 折价券

会破坏品牌形象，尽量以特定对象及折价券本身的价值感来减少相反作用。报纸或杂志上的折价券可以提高对广告的注目率。邮送的折价券可附带商品信息。

c. 退款券及礼券是一种减价方式要减少相反作用，需提高礼券的印刷水准，使具有高级感。广告加上退款券或礼券可以鼓励零售商进货。

d. 赠品

价值太低的赠品会引起消费者的反感，没有创意的赠品会增加品牌的不良印象。赠品应视为品牌性格的一部分来处理，以避免反作用。很难以广告来诉求商品差别化时，可以用赠品来当作差别化的工具。

e. 抽奖

可以创造立即的促销效果，但未获奖的广大消费者，可能产生挫折感，而影响对品牌的偏好。商品广告加上令人心动的

抽奖活动，确实会提高消费者对商品的了解及兴趣。

f.猜谜

刮刮看对号码等立即性的游戏主要是求短期效果，对商品形象没能大帮助，但因其有趣味，也不会破坏形象？问答式的猜谜，可能增加对商品的了解。

g.比赛

比赛因为要使用到智力，体力或技巧，不像抽奖只凭运气，令人有不劳而获的感觉。但是比赛只能限于特定对象，无法普及。比赛结果的发表，可以加强商品广告诉求（如命名比赛，可迅速为品牌提高知名度并可增进对商品的了解）

h.继续购买奖励

忠实爱用者不必有奖励办法也会继续购买。而一般大众比较喜欢立即报酬，因此用此方式来维系品牌忠实度，不一定比广告有效。以广告来提高形象目标时（如航空公司的image广告）可用此方法来帮助营销（如飞航满1万公里可获得一张免费机票）。

i.加值包

对新商品比较没有反效果，但在商品衰退期使用此方式，会让消费者有过时商品最后刺激的感觉。新商品上市，可配合广告来刺激购买欲。

j.试用品及样品

很少反作用，但因费用太高常会影响广告预算的编列，故散发时必须控制数量及对象。

k.招待券

因为有文化，有娱乐和健康等正面的意义，以招待券赠送消费者不会产生对广告的反作用。对品牌形象及企业的形象有提高的效果，可以和商品广告同时进行，加强长期忠实度与短期促销效果。

超市活动方案策划篇二

冰爽夏日回馈（会员优惠）

一. 活动时间：

7月21日-7月31日

二. 活动内容：

1. 增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。
2. 宣传海报增加优惠角，通过购物，凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品，每人限一份，可以提升海报宣传的有效效率和拉动刺激部分消费群来本超市购买商品。
3. 推出一批特价购买量大的`时令商品。

超市活动方案策划篇三

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，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。

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

超市活动方案策划篇四

二、活动内容：

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抢购活动。服装抢购活动，每天举行两次，最低达到2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。

超市活动方案策划篇五

为了确保工作或事情能有条不紊地开展，通常需要预先制定一份完整的方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。写方案需要注意哪些格式呢？下面是小编为大家收集的超市促销活动方案商品，仅供参考，希望能够帮助到大家。

为了不断提高学生的生活和实践能力，提高学生的环保意识和节约意识，促进学生的全面发展，在学校艺术周期间，在总结前几年的“校园小超市”活动的经验的基础上，举办e五小

第六届“校园小超市”活动。通过“校园小超市”的模式让学生实践体验营业员、顾客等不同社会角色，增强学生的社会适应能力，培养学生的交往能力，提升学生的自我管理能力，增强学生的市场意识。

各班设摊位交易

(各班不许经营与自己年级无关的商品，如：三、四、五年级不许经营六年级特卖如棒冰之类的冷饮。)

三年级：玩具总动员

四年级：水果一条街

五年级：小吃大串烧

六年级：冷饮大热卖

实践体验、环保生活、奉献爱心

6月1日上午

学校大操场(场地由体育组统一划分，自己的场地卫生自己随时保洁，而不是结束了统一打扫。)

1、发放通知，做好宣传--丑小鸭电视专门播出一期节目，以丰富的形式(如：小品、相声、块板)强调卫生与文明。

2、5月12日前3-6年级各班做好宣传发动工作

3、5月23日前3-6年级各班做好交易物品的征集工作，并做好物品的整理和分类，并登记做好提供人姓名，物品的编号、价格。

4、6月1日上午8：30之前3-6年级各班各设立摊位一个，摊位

自行布置(可以根据本班的特色, 开办特色店, 包括店名和布置格局), 每个摊位设销售员3-5名(分工); 吸引顾客的光顾, 进行交易活动。

5、销售完物品后, 各班做好整理、总结, 并及时将钱由班委和全班的讨论做合理的安排(学校决定各班将盈利的30%作为爱心基金上交学校“红领巾爱心基金”), 做到账目两清, 各班将本班销售点的销售情况上报到少先队大队部, 大队部则根据各销售点的销售业绩、摊位的布置和销售人员的服务态度, 评出“实践体验活动优胜班级”若干个。

1、各年级的场地布置要突出本卖场的特色, 可以适当制作一些醒目的横幅等。

2、各班制订5到7人负责场地卫生, 每个班要自备垃圾桶, 并及时清理。班主任教育好逛超市的学生, 做文明小顾客, 大队干部负责检查学生的卫生情况, 发现乱扔垃圾的将扣分。

3、活动进行时, 大队部和值周班级的工作人员(总计20人), 在全场对随手扔垃圾的进行检查扣分, 活动结束后大队部将对各个场地进行检查, 场地内的桌椅和物品有无放回原处, 保洁工作是否做到彻底。本次检查结果将做作为“文明班级”评比的一个依据。

4、为了让活动更有意义, 学校决定各班将盈利的30%作为爱心基金上交学校“红领巾爱心基金”, 结束后将公布各班上交的数目。

超市活动方案策划篇六

活动主题一:

我爱我爸

活动时间：6月21日

活动内容：

1. 凡在本超市消费满38元及以上均可获得父亲节精美礼品一份；
2. 凡在6月21日(父亲节当天)出生的父亲凭有效证件可享受面包、蛋糕类产品6折优惠。

活动主题二：

我爸是巧手

活动时间：6月21日

活动内容：父子/女免费组队报名参加比赛，在规定的时间内，包粽子的数量最多、最好看的获胜。

奖品设置：

第一名：价值300元的礼品一份；

第二名：价值200元的礼品一份；

第三名：价值100元的礼品一份；

参与奖：凡参与比赛者均可获得精美礼品一份。

活动主题三：

您划我猜

在父亲节当天举办“亲子游戏，您划我猜”游戏活动，凡参赛者均有礼品相送，获奖者更有价值100元超市通用购物券一

张。

活动规则：

1、报名时间：6月21日

2、比赛要求：6周岁-12周岁的小朋友。报名总人数40人，分两组，一组是6周岁-8周岁，20人；另一组是9周岁-12周岁，20人。

比赛规则：

家长与主持人面对面站，参赛小朋友站在主持人身后边，主持人出示卡片，家长用肢体描述出卡片上的内容，小朋友来猜。

在限定3分钟内，看谁猜对的最多，予以奖励价值100元超市通用购物券一张(购物券全场通用，不找零，不兑现)。

活动主题四：

超值购

在6月19日—21日活动期间，超市内保健酒类、保健品类、茶叶、其它老年用品特价销售。

铁观音250g半价出售；

购营养保健品均有好礼相赠；

特价销售：蜂蜜、核桃粉、奶粉、无糖食品。

宣传推广举措

主要通过自媒体平台，微信、微博以及超市入口、停车场等

部位发放促销宣传单，在超市外张贴大幅海报，并加强导购员宣传推广。

活动主题五：大奖等你来拿

父亲节活动期间，商品全场88折，折后满128元以上者，可凭小票参加“闯关中大奖，为父亲抽个父亲节礼物”活动，为父亲献上精美的父亲节礼物。

奖品设置：

特等奖：任选服饰一件；

一等奖：送指定商品一个；

二等奖：购买商品再打8折；

三等奖：购买商品再打7折；

四等奖：精美礼品一份；

活动细则：

1、在卖场收银台处放一促销长桌，并铺上红布；桌上放置两个抽奖箱，每个箱上都装着5种颜色的乒乓球共11，分别是白色4个、蓝色3个、绿色2个、黄色、红色各1个。

2、只要顾客连续两次从箱子里抓出来的乒乓球的颜色是一样的，即可获得相应的中奖奖品；红色球代表特等奖；黄色球代表一等奖；绿色球代表二等奖；蓝色球代表三等奖；白色球代表四等奖。

超市活动方案策划篇七

一、活动目的：

万圣节是西方的“鬼节”，和我国的中元节有一拼，不过万圣节更注重恶搞，更热闹。今年万圣节(20__年__月__日)正好是星期五，星期五、星期六、星期天三天相连，就相当于一个小长假，无论电商还是实体店绝不会放过这个借节造势短期促销的良机。为抢占市场先机，我超市另辟蹊径在万圣节期间推出了一系列“鬼点子”促销活动。旨在提升顾客的新鲜感，调动“70”“80”“90”后顾客的购买热情，发掘潜在的年轻顾客群。

二、活动目标：

通过开展“有钱能使鬼推磨”、“小鬼当家”、“鬼迷心窍”等一系列促销活动，拉动消费，力争销售额提升20%，接近或达到国庆节销售水平。

三、活动主题：

万圣节鬼做主。

四、活动时间：

20__年__月__日——__月__日。

五、活动内容：

活动一：有钱能使鬼推磨

__月__日—__月__日，在超市门口放置一个直径为1米的“鬼推磨”模型，在以磨眼为中心围绕模型画一个半径为两米的圆圈。在门口设置一个临时零币兑换点，顾客站在圆圈外任意一点往磨眼投币，只要投入磨眼，音乐就会响起，同时鬼开始自动推着“磨”转。对投准的顾客，超市现场发放的

小礼品一份。

注：本促销活动主要是增加体验式购物，并结合路演促销，聚敛人气，提高销售。本活动费用均由各品牌承担，“0”费用。

活动二：找乐子，万圣节搞怪大王

凡在__月__日进店的小朋友(__—__周岁之间)，只要你跟着我们现场万圣节搞怪大王(在商场选一名善于搞笑的员工身穿诡秘服饰装扮成万圣精灵，在超市内需找小朋友派发糖果做游戏等)做出搞笑搞怪动作，均可领取小礼物一份。礼物有限，派发完为止。

活动三：鬼玩意，越夜越送

凡在__月__日—__月__日，晚间7：30—22：00活动期间，顾客在超市单票购物满99元，即可凭购物小票到一楼值班经理领取万圣节礼物一份，每天限领50份，送完为止。

活动四：狂欢万圣节，加一元多一件

凡在__月__日—__月__日活动期间，顾客当日一次性购物满59元及以上者，均可凭小票到一楼总服台加一元得一件超值礼品。

购物满59元+1元得挂面一把；购物满119元+1元得柚子一个；购物满179元+1元得大瓶饮料一桶；购物满259元+1元得卫生纸一提。

注：换购商品只能任选一件，超市有权更换价值相同的换购品。

活动五：欢购万圣节，幸运大转盘

凡在__月__日当日，顾客购物满299元以上，即可凭小票参加“好礼转转转，幸运大转盘”活动。

活动细则：用不锈钢和kt板自制一个幸运大转盘，转盘上标刻五种不同颜色区域，每个颜色区域代表不同奖品(奖品价值越大，转盘颜色区域越小)，参与顾客按顺时针方向旋转五圈以上才有效，红色指针静止后指向区域才有效。

黄色区域为特等奖：奖励价值100元超市现金券一张；蓝色区域为一等奖：奖励价值50元超市现金券一张；绿色区域为二等奖：奖励价值30元超市现金券一张；橙色区域为三等奖：奖励价值10元超市现金购物券一张；白色区域为四等奖：奖牙刷一支。

注：现金购物券仅限标注日期内使用，不找零不退现，过期作废，团购不参与。

活动六：万圣节聚惠，生鲜半价抢购

凡在__月__日—__月__日活动期间的每天晚间7：30—8：30档，推出超市内生鲜商品价格全场半价(促销品除外)，3日内商品循环，品质优良，价格低的不能再低，抢到就是赚到，快来吧！生鲜课要做好氛围营造和爆炸花提醒准备。

活动七：狂欢万圣节，立冬进行时

凡在__月__日—__月__日期间，顾客一次性购针织保暖类商品(各专柜设置提示牌)满200元立减20元；满300元立减50元；满500元立减80元外加赠不锈钢面盆一个。

六、活动宣传布展：

1、超市场外布展：

1)超市西门入口70厘米__8米横幅一条，标语：万圣节鬼做主，超值来购物！

2)在人行道上插摆小旗，小旗上印制万圣节标语，共计插摆21面，每0.5米一个，双排错位插摆。

3)西门楼宇正上方悬挂8米__10米巨型布幅一个，红底黄字。

2、超市内场布展：

1)超市入口用kt板制作立体拱门一个，形象要突出万圣鬼节内容；具体尺寸为高2.21米，宽3.6米。

2)在超市中厅用泡沫制作巨型南瓜一个，需让本市模具公司制作。

3)各主通道悬挂铜版纸吊旗50个。

4)各商品课堆围更换与本期主题促销相关联内容的写真布。

5)超市收款员提前一天佩戴万圣节面具，要得体大方。

3、媒体宣传：

1)报纸：本市知名晚报连续刊登五分之一版3期。

2)电视：本市数字频道每晚黄金档滚动字幕介绍活动情况，播放时间：__月__日—__月__日。

3)电台：本市知名互动栏目晚间档有奖问答栏目，插播促销活动主要内容(提供奖品，本宣传免费)。

4、其它宣传方式：

1)印刷5万份dm海报，通过专业投递公司投递到户，企划部

负责监督检查发放情况。

2) 会员短信分早上和中午两个时段送出。

3) 雇佣3辆流动宣传车，在市区内分早上上班时间7：—8：00，下午下班时间5：00—6：00期间主要街道游走宣传。

七、活动分工协作：

1、企划部：负责活动方案的制定，并提前2天将场内场外活动布展到位。

2、运营督导部：负责整个活动的协调和监督检查工作，并在活动结束后三日内将活动分析报告撰写完毕提交总经办。

3、采购部：负责主力促销品摆放及价格变更以及活动支持浅谈等工作。

4、人事部：负责活动期间促销员的招聘以及帮忙人员的合理调配等人事工作。

5、财务部：负责赠品的管理以及收银员的培训等工作。

6、物业部：负责活动期间安全保卫以及商品的防损防盗等工作。

八、活动费用预算：

1、超市外围布展费用约5000元。

2、超市内围布展费用约5000元。

3、一楼中厅南瓜制作费均由活动参与厂家承担不列支费用。

4、媒体宣传费减去异业联盟所承担的费用外为1000元；

5、其它费用约1000元。

本次活动费用共计1.2万元。

超市活动方案策划篇八

五一大促销

二、活动内容

(一)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__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

(__个店共__名)各奖海南四日游名额一个

一等奖__名(__个店共__名)各奖美的吸尘器一个

二等奖__名(__个店共__名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖__名(__个店共__名)各奖柯达胶卷一卷

(二)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。

(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

__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

5月1日至7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(本次活动最终解释权归某超市所有)

超市活动方案策划篇九

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。

家的感觉，价的乐趣

4月28日~5月10日

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。

店内促销

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

买赠、现场试吃、抽奖等。

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。

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。

(略)

超市活动方案策划篇十

一. 活动时间:

7月20日-7月30日

二. 活动内容:

1. 夏季商品全场特价销售。(1元啤酒饮料、蚊香、杀虫剂等)每天不定时推出不同商品做活动。
2. 天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。
3. 在活动期间一次性购物满38元，即可享受“惊爆”价啤酒抢购，每日限量供应100提，每人限购1提(1提9瓶装)。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的`兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。