

# 超市运营方案 超市管理方案(通用8篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 超市运营方案篇一

一般的经营者都认为，超市经营赚的都是“零碎钱”，因为顾客临门，选购的多为日常生活的小物件，这就注定了超市日常经营中商品流通性必然很大，这也对经营者在超市的管理方面提出了更高的要求。

随着中国经济的不断发展，人民生活水平的不断提高，各种规模不一的超市在中华大地上也遍地开花，随之而来的超市经营管理问题也应运而生，超市经营管理能否成功，主要取决于三方面因素：第一是选址，第二是商品，第三也是最关键的因素是超市经理的经营管理水平。一个好的超市经理应具备的能力如下：

第一、在日常工作中，超市经理要不断增强目标意识作为一个超市经理，要把超市经营管理搞好，关键是有明确的工作目标和对实现目标的信心，国际成功学研究表明，目标意识是成功人士最重要的特征之一，超市经理负责，并不是希望把全部责任放在超市经理一个人身上，超市经理要学会把目标分解到每一个部门、每一个员工，要与员工对实现目标达成共识，以激发员工实现目标的激情和信心，让员工体会到目标实现的成就感。

第二、在日常工作中，超市经理要体现领导能力要使一个分店经营取得优异的业绩，依靠超市经理一人是无法取得成功的。为此，超市经理必须充分发挥分店每一位员工的作用，

共同把超市经营管理工作做好，而发挥全体员工的作用，首先超市经理必须赢得员工的尊重和信赖。同时超市经理在日常工作中，必须做员工的表率，在遵守纪律方面，必须起模范带头作用，只有做好上述工作才能够不断激发店铺所有员工的工作热情和创造力。要确保上述状态的实现，超市经理还要做到主动向员工询问各种意见和建议，尊重和信任员工的能力和创造力，关注员工的个人成长和发展。

第三、超市经理在日常工作中要有经营意识超市经理主要负责销售工作，一切有利于销售的做法都可以进行尝试。超市经理要对一个超市经营管理的最后业绩负责。对此，超市经理要在思维上做一个转变，把过去主要抓贯彻落实标准转变为今后一切以抓销售为主的工作方式、方法，充分发挥超市经理应该发挥的作用，做超市经理应该做的工作：1. 根据公司总经理制定的公司年度经营目标、方针，制定本分店的年度目标、方针，并抓好全年度目标、方针的落实；2. 抓经营数值的落实：抓销售额、毛利、周转日数、商品损失率、经费预算的落实等等；3. 抓超市的现场管理，设法打造顾客高回转、高效率的卖场。

第四、超市经理在日常工作中要有创新能力零售业要创造出出色业绩，就必须依靠创新意识和创新能力，尤其在销售方面，我们的超市经理要勇于探索，可通过尝试各种创新的方法获得不断破记录的销售额。为此，超市经理需要在店内鼓励全体员工参与创新活动，为店铺的员工创造一个能够创新的环境和气氛，只有全体员工的智慧得到创造性的发挥，才能够实现超市经营管理的目标。对于任何想法，只有用实践去证明它的合理性，而不能轻易说“不”。

第五、日常工作中，超市经理要坚持工作质量和工作标准坚持工作标准和工作质量可以大大地提升员工的能力和素质，可以带动分店的销售和毛利。以生鲜的猪肉为例，如果我们员工懂得分割猪肉那就会提高商品的附加值，如果我们的员工不按标准去随意分割猪肉，那么就会大大降低商品的附加

值。由于没有严格按标准去分割，会影响到猪肉的销售，销售不好，就严重地影响到毛利的完成。由此看来，高标准可以为分店带来了高销售和高毛利。

## 超市运营方案篇二

活动时间□20xx年5月1日—3日（周六—周一）

活动内容：五一超市促销活动方案

超市一次购满元，凭发票到服务台加1元换购商品（价值3—5元左右）。

注：服务台人员做好台帐登记工作、现金的正确收取、小票的'正确收集，以免出现误差。每天将收取金额上交财务，活动结束后，按照上交的现金核查换购商品。

注：团购及场外个别专柜不参加；购物金额68元以上不累计计算；每次只能使用一次；

活动内容：超市一次购物满30元送价值10元的（超市专柜/联谊商业单位）现金券一张，买60元送2张，多买多送。

注意事项：五一超市促销活动方案

- 1、现金券只能在指定专柜使用；
- 2、现金券在月日至月日期间消费有效；
- 3、现金券不找零，不兑换现金；
- 4、购买专柜满\*\*元时使用一张，满\*\*元时使用2张，依次类推。

- 5、现金券盖有本公司公章均为生效；
- 6、本次活动的最终解释权归青云购物中心。

## 超市运营方案篇三

今年为取消五一长假后的五一节，三天的五一假期在一定程度上对消费者的消费热情造成影响，同时去年开始的物价上涨加大了美发店铺的经营成本。

一、活动主题：“缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期：4月26日-5月8日

三、活动目的：

3、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前5名，低至5.1折

想烫就烫，活动期间每天前5名顾客消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满168元(或充值200元)送51元的现金券；

一次性消费满480元(或充值500元)元送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元(或充值200元)，加51元可购买原价88元的产品，即省37元；购买88元以上其它美发产品可以优惠37元，

具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精彩

\_\_烫280元+\_\_染280元+\_\_护理65元原价625元，活动优惠价420元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会；
- 2、具体\_\_烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

- 3、150元面值的现金券不能用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日。
- 4、消费满168或480均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受150元面值的现金券时，可以送三张面值51元的现金券代替150元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满168元或充值满200元可送51元的现金券，消费满480元或充值500元送150元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

1、惊喜三用加51元的可以购买88元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售；

惊喜四解释说明：

1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行；

4、套餐的设定以2-3个为适宜，套餐的设置以“夏天养护/夏天美”套餐为概念。

备注：

针对以上五大惊喜，各店可根据本店经营方面的实际选择2大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜\_\_：清爽一夏，超值发型设计卡100元/5次

5次发型设计200元，超值发型设计卡100元5次洗剪吹，省100元

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费；

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整；

3、发型设计卡10月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整！

六、活动的宣传：

1、短信通知：短信提示在活动前4到2天发送

a.短信内容(发本店会员用)：“缤纷五一，尚艺\_\_店五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，详情请电8000008或亲临本店”

b.短信内容(发外部顾客用)：“缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构\_\_路\_\_店8000008”

注：发外部顾客可通过购买信息公司的移动/联通的用户平台发短信广告。

2、户外派单：（详看附件）

a.派发时间：活动开始前3天开始

b.派发地点：分店周边范围1000米以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c.派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；

d.派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

### 3□dm单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围5公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。（注：店铺顾客资源有限，尚需吸引更多顾客的分店可选择dm单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭/报摊销售点的“日报类报纸”夹报，选择报纸的投递站合作）

## 七、活动现场布置：

### 1、门口：

1)、海报/\_展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“\_展架”或悬挂/张贴活动内容海报；(详看附件)

a□布条幅的设计效果：

b□灯箱布条幅的设计效果：

### 2、店内：

1)、海报/\_展架：前台收银旁放置活动内容“\_展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；(详看附件)

2)、活动产品/项目：前台显眼位置放88元左右的产品，产品上贴“88元”或是涂上“\_\_元”爆炸贴标签。

## 八、活动培训及活动执行要求：

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话述培训；



## 九、费用预算

1□dm宣传单页(详看附件)印刷制作费用：5000张=1000元

2、现金券印刷费用：=150元

3□dm宣传单页夹报派发费用：2000=300元(全部自己员工派发可省此笔费用)

4、促销海报、爆炸花、\_展架、横幅等制作费用：=200元

注：以上广告物料的数量根据本店情况增减，活动费用预算仅供参考。

## 超市运营方案篇四

二、活动目的：盛隆超市在这美好的秋季与您相约，9月12日“花好月圆人团圆、盛隆送礼礼连礼”与您共度中秋、国庆佳节。感受秋天带来收获与成熟的风韵。

三、活动主题：花好月圆人团圆盛隆送礼喜连连

四、卖场陈设：卖场内专设中秋礼品专卖区，按照月饼的品牌、保健品和酒的类别正气陈列，指定专人负责礼品的促销，策划部负责中秋礼品区的装饰，要求在卖场内醒目，能吸引顾客的目的。

五、活动内容：

一重喜

一次性购物满30元，可抽“仲秋礼券”1张，60元2张，单张小票最多限5张；

a.购指定几种月饼礼盒时，此礼券可抵3元；(此券限活动期间使用)

指定月饼品种有：

b.购保健品或酒(指定商品)可分别抵1元、2元、3元使用。(此券限活动期间使用)；已买断的酒为使用品牌。

中秋礼券

a类保健品或酒此券可抵1元

b类保健品或酒此券可抵2元

c类保健品或酒此券可抵3元

二重喜

如果您中秋礼券右下角的文字能拼起“盛隆团圆奖”、“盛隆喜庆奖”、“团圆奖”、“喜庆奖”，祝贺您，您又中了我们的第三重奖。中奖条件和奖项设置如下：

a.团圆奖集齐“团、圆、奖”3个字奖价值200元的奖品(礼券、现金)

b.喜庆奖集齐“喜、庆、奖”3个字奖价值100元的'礼品(礼券、现金)

c.盛隆奖集齐“盛、隆、奖”3个字奖价值12元的礼品(礼券、现金)

d.欢乐奖集齐“盛、隆、奖、团、圆、喜、庆”7个字任意一个

奖价值3元月饼小礼包一份(9月28前)

奖价值1元的盛隆购物券一张(9月28后)

奖项预设置□a共100个;b共1000个;c共10000个;

## 六、商场布置:

总店: 关于中秋节的吊旗、门口的条幅或者中秋的宣传画(一中秋节的活动内容为主)、陈列区的布置。

连锁店: 中秋节条幅、吊旗。

## 七、费用预算:

条幅:  $10\text{米} \times 6\text{元/条} \times 26\text{条} = 1500\text{元}$

中秋礼券:  $0.1\text{元/张} \times 10\text{万} = 1\text{万元}$

吊旗:  $2.5\text{元/张} \times 1000\text{张} = 2500\text{元}$

dm快讯: 待定;广告费用: 报纸、电视, 待定

## 八、注意

1、中秋礼券在外地定做印刷。策划部负责设计与联系印刷;

2、中秋礼券的左联由收银员负责收取。

3、吊旗□dm快讯策划部负责拍照、设计排版, 联系印刷。配送中心和门店组织商品。

4、连锁店负责各门店的条幅。

5、在超市入口处专门设立奖品兑换专柜。

6、各店的中秋礼券由超市专人负责管理、登记，下班收回保管好。

各项人员、物料准备工作有完成排期表；

## 超市运营方案篇五

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

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；

赠品绰号要响亮：如：肯德基的球星塑料人起名为“超酷球量派对”

赠品价值要抬高：如：缤纷夏日防紫外线秘笈太阳扇；

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）。

可口可乐公司的主力产品之一雪碧，尤其在二三级城市很受欢迎。醒目是该公司继雪碧、芬达之后的推出的又一新品牌，目标市场定位与雪碧相近。醒目上市与雪碧捆扎销售，在二

三级市场取得了良好效果；名嘈一时的三株公司推出新品，与老产品三株口服液捆绑销售，但其老产品因为长期广告诉求对消费者承诺过高，同时又面临重大消费者投诉，品牌形象较差，与新品搭售反而拖了新品的后腿，最终以失败告终。

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。

1、广宣品设计原则

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；

师出有名：冠以新品上市、节庆贺礼等“借口”

## 超市运营方案篇六

二、活动时间□20xx年9月20日——10月7日

三、活动目的

(三)加深超市与消费者的相互了解与情感沟通；

(四)扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

#### 四、活动内容

##### (一)买99元送30元现金

1、活动时间：9月20日——10月7日

##### 3、注意事项

(1)顾客购买活动商品后需保留购物小票，凭购物小票到总服务台领取返现现金。

(2)单张购物小票方可参加活动，不可多张小票累计参加。

(3)顾客领取现金时，需由工作人员加盖“现金已领”字样章后方可领取。

(4)该返现活动只限活动期间消费的顾客，以小票机打日期为准。

(二)国庆狂欢[x大礼疯狂送国庆狂欢，狂欢1、活动时间：9月20日——10月7日2、活动内容活动期间，公司在第四期促销手册(时间：9月15日—10月15日)封面上印刷中秋、国庆现金券，现金券面值10元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超市购物满100元可使用一张，直接省8元现金，购物满200元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

##### 注意事项：

(1)顾客凭现金券消费时，需保持现金券完好，出现破损、模糊等现象不得使用。

(2) 现金券为一次性使用，消费结账时需由工作人员将现金券收回。

(3) 顾客使用现金券消费，退货时只退回现金部分，现金券部分不予退回。

(4) 现金券不找零、不可兑换现金。

(三) 国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销黄金周1、活动时间：9月20日——10月7日2、凡是在活动期间购买旅游商品的顾客，凭会员卡均可享受最低3折优惠。活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

注意事项：

(1) 购买特价商品的会员，不可同时使用代金券

(2) 特价商品已经售出，概不退换

(四) 同岁同贺，大礼赠送同岁同贺，同贺

1、活动时间：10月1日—7日

2、活动内容活动期间，凡是年龄为61岁的顾客在本超市购物，不论购物金额多少，均可凭身份证到总服务台领取精美礼品一份。每位顾客在活动期间只可领取一份。

3、注意事项

(1) 顾客需凭身份证领取礼品，并由工作人员登记身份证号码。

(2) 每位顾客在活动期间只可参加活动一次

(3) 本活动最终解释权归x超市所有。

## 超市运营方案篇七

### 五一大促销

#### (一) 深呼吸 海的味道

在x月x日到x月x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

(x个店共x名) 各奖海南四日游名额一个

一等奖x名(x个店共x名) 各奖美的吸尘器一个

二等奖x名(x个店共x名) 各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖xx名(x个店共xx名) 各奖柯达胶卷一卷

#### (二) 服装打折 自己做主

在x月x日到x月x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

x月x日至x月x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)

## 超市运营方案篇八

促销的产品之一，这是由水果的特性所决定的。首先，水果容易变质，而且保质期短，要求水果能够快进快出，需要促销来加快流通速度；其次，水果是时令性产品，价格波动大，很可能几天一过卖价没有进价高，同样需要促销来加快流通速度；最后，水果看似普通，实际上有很大的学问，不同的品种有什么差异？同样是苹果，为什么进口的价格能贵几倍？这种水果有什么营养，适合什么样的人吃等等？这些问题都不是一个普通的消费者能够了解的，这就需要商家通过各种方式告知消费者，这也是促销的目的和方法。

水果超市如果能够运用好促销这一利器，销售至少可提升30%，

可是很遗憾，绝大多数水果超市还不能够真正掌握促销的精髓，自然也就不能很好的应用于销售实践。

营销4p理论中包括产品、价格、渠道、促销四要素，其中促销的含义非常广泛，一切有利于产品销售的动态营销活动都包含在内，包括广告、公关、新闻炒作等等。我们所指的水果超市终端促销含义自然没有这么宽泛，但也不会像很多人理解的那么狭隘。

很多人认为促销就是买赠、促销就是打折，促销的目的就是销售产品，这种理解其实很狭隘。我们要全面的认识促销的内涵，才能掌握它、运用它。

远卓品牌机构认为水果超市的促销用法至少应该包括以下几种：

1. 水果临近保质期，面临品质下降，产品变质的危险，利用促销加快处理速度。
2. 水果全面上市，价格下跌，产品紧跟市场动向，实施降价销售。
3. 新品种水果的推荐。
4. 推荐利润率高的产品。
5. 提高水果超市人流量。
6. 提高水果超市知名度。
7. 老客户优惠。

不同的促销目的配合不同的促销手法，就能够让经营更生动、更简单，同时也能让经济效益大幅提升。

水果超市要做好促销，就必须在创新上下功夫，因为，在现代市场经济中，企业制胜的关键就是要具有创新精神。创新就是要排除理性、逻辑和单向、直线的思考，而以一种打破传统、突破常规的方法，创造出令人意想不到的惊奇效果，下面谈一下创新的促销思维。

1、长“腿”的店铺：巡回流动促销。水果超市可以将一些时令性的、有价格优势的、有产品优势的水果放置在可以到处巡回流动的售货车上，各小区巡回销售。这一做法特别适合连锁水果超市，配合水果超市的特色服务，其作用最主要是宣传超市品牌、提升超市形象的作用。

2、超越常规的逆势促销。在日常生活中，我们会经常接触到这样一些现象：人们喜欢预示着吉利的东西、喜欢听顺耳之言、愿意别人恭维自己，但也有这样的特例，那就是有些人在某种特定的环境中，不愿听到或看到一味恭维的话语和行为，而是更倾向违背常理行事，这就是心理学上所说的逆反心理。比如，当有一批卖相不好但比较好吃的苹果要促销时，就可采用超越常规的逆势促销。首先，诉求卖点。告知消费者这种卖相不好的苹果其实是生长在北方，由于受到大雪和冰雹的影响，才导致苹果长相不好，但是它特别好吃，清脆爽口。更关键的是，这些苹果纯天然绿色无公害，对人体来说特别健康。这样就把消费者的目光从卖相转移到口感和健康上。然后，水果超市让消费者免费品尝一个苹果，亲身感受产品品质。这样的促销使得苹果卖得特别好，而且还卖得比一般苹果贵。

3、文化促销：巧打文化牌。随着经济的发展和时代的进步。文化愈来愈成为我们生活中一个不可缺少的部分，人们的文化品位也越来越高。由此，各种古板而简单的促销方式已经不能再吸引人们的目光，富含文化因素的、能满足经济发展和文化生活需要的文化促销开始活跃起来。水果超市中适合文化促销的莫过于那些进口水果和特色水果了，这些水果比普通水果贵，水果超市需要给消费者购买的理由，降价不现

实，再降还是比其它产品高出一大截，超市唯一要做的是向消费者说明这种水果为什么值这个价钱，这时文化就是很好的元素，远卓品牌机构通过多年的品牌实战经验，总结出“品牌典故”这一行之有效的低成本品牌塑造方法就是一种很好的文化促销策略，通过给产品挖掘背景、赋予文化，来增强产品的传奇色彩，从而支撑产品卖高价的理由。

目前，水果超市的促销水平还处在初级阶段，具有很大的提升空间，只要熟练掌握、灵活运用促销的方法和技巧就能有效的提升销量，赚取利润。