

2023年超市中秋节促销方案 中秋节超市促销活动策划(模板5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

超市中秋节促销方案篇一

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“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。

20xx年9月18日——20xx年10月8日

今年中秋在国庆之前，过了团圆中秋节再过国庆。所以此次活动的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)

1□20xx年中秋美食节——月饼展

“欢乐在华联，情浓意更浓”

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2□20xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3□20xx年名酒名特产荟萃展

中秋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。）

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。（礼品建议为红酒、打火机等时尚物品）

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送！

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。

2、“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。

3、“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，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“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。）

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。

制作页面为大4k□8p□费用约为0.6万。

超市中秋节促销方案篇二

10月1日—10月8日

八喜同庆xx燃情

1、抢购一重喜：

活动期间每天上午9点到12点，数款情侣对戒和部分精美首饰按国庆酬宾特价999元限时发售，每人限购一款，12点后回复原价销售。

2、红包二重喜：

活动期间购买钻饰满1800元以上的顾客均可凭小票参加“红包大惊喜”大抽奖活动，即可当场获得抽取的红包中卡片的现金，100%中奖，奖项设置如下：

一等奖：现金500元红包，让您找到捡钱的感觉。

二等奖：现金100元红包，让您买到超值的'首饰。

三等奖：现金20元红包，让您省下回家的交通费。

3、寻宝三重喜：

来店顾客无论购买与否都可参加“国庆寻宝”活动，参与方法是在店内首饰标签处寻找“国庆宝箱”字样的卡片，凭卡片兑换宝物，宝物是价值388元18k项链一条，共免费送出五个宝物（数量可调整）。

4、复购四重喜：

如顾客以前在本店已经购买过珠宝首饰，则在活动期间再次购买镶嵌类钻石饰品“每1000元优惠101元”的惊喜复购价。

5、团购五重喜：

如顾客与其亲友在活动期间同一天一起购买镶嵌类钻饰，则可享受团购优惠，优惠办法是两人都可享受“购1000元即送100元现金”的特大优惠。

6、新人六重喜：

凡购买镶嵌类首饰2800元以上的新人凭购物发票即可获得流行婚纱或新娘中式礼服一套（或指定婚纱影楼888元摄影券一张）。

7、返券七重喜：

凡购买即送100元现金券，现金券可下次购买镶嵌类钻饰或翡翠时冲抵现金。

8、中秋八重喜：

凡9月8日出生、身份证中有“908”（连号）、手机号码中有数字“908”的顾客购买钻饰1800元以上即优惠98元（素金不参与优惠活动）。

（2）印制活动宣传页20xx份在9月3日起派发；

（4）9月4日起通知老顾客和会员参加活动。

（略）

超市中秋节促销方案篇三

中秋节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。

20xx年9月23日——20xx年10月8日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

（本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。）

“欢乐在华联，情浓意更浓”

1□20xx年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——月饼大联展”，集中推出月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2□20xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3□20xx年名酒名特产荟萃展

中秋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。）

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。
(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

超市中秋节促销方案篇四

活动内容：

一. 中秋月饼大展销

活动方式：

1. 展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2. 推出中秋礼品组合套餐：把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元…….

中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3. 现场制作月饼：去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影，为了让顾客去除这种心理，现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

二.“把月亮带回家”

活动期间，购物满100元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

操作说明：

1. 钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。
2. 在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“__商厦祝您中秋节快乐”。
3. 凭购物小票到商场指定处领取，100元一个，200两个，依次类推。领取后在小票上盖章。

三. 月圆“十分”大抢购

活动时间：____

抢购，抢购持续时间为“十分钟”，在抢购时间内购买的商品一律八折，在收款台进行打折计算，以收款处结算时间为准，以商场音乐时间为标志，当特定音乐响起的时候，即抢购时间开始。

操作说明：

_事先不告知具体“抢购”时间，注意维持现场秩序。

_注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

_此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

四. 喜拍“全家福”

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

_可现场布置一个场景，或搭建一个凉亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

_是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

五. 特别服务措施：

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1. 月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满100元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2. 月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、

具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

4. 月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收10元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

其他活动简要：

1. 中秋餐饮大餐：中秋节除了吃月饼外，一家人还要一起吃团圆餐，商场超市可以跟餐饮业互动，跟某餐饮大酒店合作，推出购物满300元送八折优惠券，或购物满多少，抽奖赠送免费餐饮券。

2. 中秋良辰美景，当然少不了歌舞助兴，可联系一些业余歌舞组合到商场门口搭台表演，以营造出中秋热闹氛围。

##结束

超市中秋节促销方案篇五

1. 展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2. 推出中秋礼品组合套餐：把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元…。

中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3. 现场制作月饼：去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影，为了让顾客去除这种心理，现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

活动期间，购物满100元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

1. 钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2. 在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“xx商厦祝您中秋节快乐”。

3. 凭购物小票到商场指定处领取，100元一个，200两个，依次类推。领取后在小票上盖章。

限时抢购，抢购持续时间为“十分钟”，在抢购时间内购买的商品一律八折，在收款台进行打折计算，以收款处结算时间为准，以商场音乐时间为标志，当特定音乐响起的时候，即抢购时间开始。

*事先不告知具体“抢购”时间，注意维持现场秩序。

*注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金

额。

超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

*可现场布置一个场景，或搭建一个凉亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

中秋节超市促销活动策划2

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“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。

20xx年9月18日——20xx年10月8日

今年中秋在国庆之前，过了团圆中秋节再过国庆。所以此次活动的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩华联”

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

（本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。）

1□20xx年中秋美食节——月饼展

“欢乐在华联，情浓意更浓”

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2□20xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3□20xx年名酒名特产荟萃展

中秋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。）

4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。
（礼品建议为红酒、打火机等时尚物品）

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送！

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。

2、“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。

3、“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，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“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。）

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。

制作页面为大4k□8p□费用约为0.6万。

中秋节超市促销活动策划3

10月1日—10月8日

八喜同庆xx燃情

1、抢购一重喜：

活动期间每天上午9点到12点，数款情侣对戒和部分精美首饰按国庆酬宾特价999元限时发售，每人限购一款，12点后回复原价销售。

2、红包二重喜：

活动期间购买钻饰满1800元以上的顾客均可凭小票参加“红包大惊喜”大抽奖活动，即可当场获得抽取的红包中卡片的现金，100%中奖，奖项设置如下：

一等奖：现金500元红包，让您找到捡钱的感觉。

二等奖：现金100元红包，让您买到超值的首饰。

三等奖：现金20元红包，让您省下回家的交通费。

3、寻宝三重喜：

来店顾客无论购买与否都可参加“国庆寻宝”活动，参与方法是在店内首饰标签处寻找“国庆宝箱”字样的卡片，凭卡片兑换宝物，宝物是价值388元18k项链一条，共免费送出五个宝物（数量可调整）。

4、复购四重喜：

如顾客以前在本店已经购买过珠宝首饰，则在活动期间再次购买镶嵌类钻石饰品“每1000元优惠101元”的惊喜复购价。

5、团购五重喜：

如顾客与其亲友在活动期间同一天一起购买镶嵌类钻饰，则可享受团购优惠，优惠办法是两人都可享受“购1000元即送100元现金”的特大优惠。

6、新人六重喜：

凡购买镶嵌类首饰2800元以上的新人凭购物发票即可获得流行婚纱或新娘中式礼服一套（或指定婚纱影楼888元摄影券一张）。

7、返券七重喜：

凡购买即送100元现金券，现金券可下次购买镶嵌类钻饰或翡翠时冲抵现金。

8、中秋八重喜：

凡9月8日出生、身份证中有“908”（连号）、手机号码中有数字“908”的顾客购买钻饰1800元以上即优惠98元（素金不参与优惠活动）。

（2）印制活动宣传页20xx份在9月3日起派发；

（4）9月4日起通知老顾客和会员参加活动。

（略）

中秋节超市促销活动策划4

情迷中秋月——大型灯谜活动

20xx年x月x日

商场一楼中厅

（一）、活动细则

1、活动期内，凡在本商场购物单张小票金额满xx元（含xx元以上），即可参加猜灯谜活动；猜中者可获得本商场赠送的精美礼品一份，一张小票限领一份奖品。

2、每天送出奖品xxx份，数量有限，送完即止。

4、每张谜面编号[x至xxx号），顾客记住谜面编号或取下谜面，到中厅兑奖处，向工作人员报出谜语编号及答案，最多限猜三次，仍猜不中者将取消兑奖资格；如猜中正确答案者，在登记表上签名确认后，即可领取精美礼品一份。

5、猜中者在获得奖品后，工作人员将后备的谜语替换原来猜中的谜语，以便后面的顾客猜谜。（采取这种方式即可增加活动的趣味性及参与性，又能减少工作人员的工作量）

6、营运部安排x名工作人员专门负责兑奖工作，核对顾客小票是否符合猜谜条件，顾客猜中后，认真填写“赠品领取登记表”，请顾客签名后，方可发放奖品；并在顾客的销售小票及电脑小票上加盖活动专用章，避免重复领奖。

（二）、活动配合

1、营运部：安排兑奖工作人员3名，其中指定组长x名，并负责活动期间场内突发事件处理。

2、防损部：活动现场秩序维护及奖品、物品防盗。

3、策划部：活动方案及相关文稿撰写、指导中厅布置及活动

气氛营造、谜语资料收集、奖品准备、活动全程跟踪。

4、物管部：中厅及活动现场布置。

5、服务台：作好顾客咨询工作。

6、其他部门：协助谜语书写及活动相关物料准备。

（三）、现场物料及人员分工

工作内容完成部门完成时间

兑奖小组人员安排及培训、场内突发事件处理营运活动全程

中厅及活动现场布置及兑奖台摆放物管9月21日21点前

活动现场秩序维护及奖品、物品防盗防损活动前及活动期间

协助谜语书写及活动相关物料准备行政及其他活动全程

序号项目数量项目简介总价xx(元)

1、西大门活动喷画x张

2、兑奖台x张

3、工作人员坐椅x张

4、彩纸xxx张

5、灯笼xxx个

6、麦克笔xx支黑色

7、奖品xxx份

8、不可预计费用

费用总计□xxx元整

中秋节超市促销活动策划5

利用中秋佳节进行促销活动，宣传新产品，刺激消费，拉动销量，为下半年销售市场做准备，同时塑造公司外在的亲亲和力。

与xx手机共婵娟

主要对象为“亲人”，就是给您的顾客灌输给亲人买手机送手机，增进与亲人的沟通，良好的沟通从这个美好的节日开始。

中秋节手机促销活动时间应该辐射到中秋节前后加起来十天的时间。节前一个星期，节后几天缓冲时间。

1、促销方式，可以采用让利促销，即打折扣或是购机赠品等。

2、促销还可以采用活动促销，如：凡是为亲人来购买手机，可获得xx影楼全家福照片的赠券；情侣参与“心心相印”活动，过关可以获得xx影院电影票两张及婵娟玩偶一个；当天举行互动活动，消费者可以凭购机小票参加回答问题抽奖活动，并附有丰富的奖赏，如旅游机票、数码电器等。

1、报纸、当地电视台滚动广告等

2、宣传单

3、店外展板，条幅等。

- 1、对工作人员进行培训，并要向工作人员清楚阐述促销方案主旨及要求。
- 2、对工作人员进行责任分组，各组协调合作。
- 3、作出防意外措施。

中秋节超市促销活动策划6

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

- 1。以中秋月饼的`消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

（一）宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1. 人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。
2. 经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。
3. 社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

（二）“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

2. 消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的市场优势。满足需要提高服务水平。
3. 消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。
4. 消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

（三）现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1. 竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。
2. 竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。
3. 竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广；劣势是手段单

一，成本高，运输不便。

4. 竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

（四）内部环境分析

1. 资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2. 竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3. 物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4. 生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

1. 广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2. 广告费用：1000元

3. 广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4. 广告媒体：报纸和宣传单

5. 广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识；进一步宣传稻香村老字号企业文化！

1、时间□x月x日———中秋前一天

2、地点：活动仅限惠xx城区

3、活动准备：

- 1、安排一定量的运输车与“中秋大使”。
 - 2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。
 - 3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。
 - 4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。
 - 5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。
- 4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

中秋节超市促销活动策划7

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

- 1。以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。

（一）宏观的市场因素

对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有

1. 人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2. 经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3. 社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

（二）“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

2. 消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3. 消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4. 消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中限度地提高促销环境，

改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

（三）现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1. 竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2. 竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3. 竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广；劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4. 竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

（四）内部环境分析

1. 资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2. 竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3. 物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4. 生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

1. 广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2. 广告费用□xxx元

3. 广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4. 广告媒体：报纸和宣传单

5. 广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识；进一步宣传稻xx企业文化！

1、时间[x月x日———中秋前一天

2、地点：活动仅限惠xx城区

3、活动准备

1、安排一定量的运输车与“中秋大使”。

2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。

3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

6、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

中秋节超市促销活动策划8

xx陈酿乐享中秋

中秋节和国庆节两节相邻，广大消费者在节日期间难免会走

亲访友，而白酒则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。市场部希望能够以中秋节为契机，在餐饮、商超和流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，拉动市场销量，为市场旺季的到来做一个良好的开端。

推动xx陈酿白酒的旺季销售，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

XXXX年XX月XX日——XXXX年XX月XX日

超市（军校店、十方店□xx便利店（由业务员提报）

（一）活动形式

初步定为买赠形式，分场内和场外□xx便利店外进行抽奖活动。

（二）活动内容

凡在活动时间内购买xx陈酿精品、珍品、尚品、典藏、君尊系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

品种

2瓶

一件

精品

赠2桶果粒橙□1□25l□

露露一件

珍品

汇源礼盒或八宝粥一提

茶礼盒一个

尚品

露露一件

典藏

茶礼盒一个

君尊

茶礼盒二个

注：此优惠政策适用于场内和场外，场外可适当增加买赠力度。

（三）xx便利店外促销活动

购买xx陈酿盒装任意产品一瓶或者一瓶以上者均可参加一次现场抽奖活动，中奖率为100%。

（四）奖项设置和控制原则

本次促销活动设一、二、三等奖和参与奖

一等奖：赠xx陈酿典藏1瓶

二等奖：赠xx陈酿精品1瓶

三等奖：赠xx陈酿小红瓶酒1瓶

参与奖：赠打火机1个

（一）活动店的选择条件

- 1、活动店规模比较大，地理位置位于居民小区的聚集地，能起到户外宣传的作用。
- 2、营业时间的客流量大，能起到店内宣传的作用。

（二）活动店的提报程序

- 1、参加活动店由商超主管按照平时的销量表现提报，由销售部评定决定是否进行活动。
- 2、评定完成后结果传报相关店面的促销人员进行准备，准备期不少于两天。
- 3、批准后三天市场部人员完成促销用物料准备，促销部人员完成人员准备。
- 4、活动的前晨会相关人员进行安排：

（1）物料盘点

（2）人员明确岗位要求。

- 5、进行相关物品领取。

（三）促销活动的广宣安排

- 1、在各大超市显著位置张贴海报（海报上为活动内容）。
- 2、在超市的dm刊上刊登优惠活动。
- 3、超市内申请堆头，配合促销活动。

4、超市展架上的爆炸签。

5、场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

（一□xx月xx日前确定各项活动政策，完成报批

（二□xx月xx日前完成各项所需物品准备工作。

（三□xx月xx日—xx月xx日正式实施阶段

现场要求：

1、促销员必须在早晨8点到位、9：30完成现场的陈列。

2、现场生动化陈列要求

每个门店摆台为两组平行陈列，展台外层有关于活动的pop文字说明。

赠出产品必须详细在报表登记（报表后附）。

活动结束后详细盘点货物数量，核对无误人员签字。

（四）人员安排

1、负责人□xxx

商超渠道业务员、临促（负责前期的协调和店面的促销活动）。

2、市场部人员1名（负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调）。

pop海报。

促销台、空箱子、气球、红色手提袋。

活动礼品：果粒橙、露露、茶礼盒、汇源礼盒、八宝粥。

活动提报表

礼品预留登记表

销量表

（预估销量□00和xx合计精品：30件、珍品15件）

（一）所需奖品申请

一等奖□xx陈酿典藏10瓶

二等奖□xx陈酿精品20瓶

三等奖□xx陈酿小红瓶100瓶

幸运奖：打火机140个

（二）所需费用

果粒橙13件x75元/件=975元

露露10件x58元/件=580元

汇源礼盒40个x38元/个=1520元

八宝粥40提x30元/提=1200元

临促6个x50元/天=300元

海报6张x20元/张=120元

展台6个x200元/个=1200元

气球2袋x5元/袋=10元

茶礼盒20盒（公司有库存）

类似的品种，活动，时间，细节，具体的都自行调整。