

五一超市促销活动策划方案范例 超市五一促销活动策划方案(实用5篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

五一超市促销活动策划方案范例篇一

5月1日——5月4日

xx超市

五一购物有惊喜□xx超市五一促销活动有诚意。

购物送现金

休闲送好礼

千种商品低价回报

五一期间，本购物中心为回报新老顾客，已准备千种商品低价促销，数量有限，机不可失，时不再来。

五一活动期间会员卡、贵宾卡打折后不能享受本次提供的现金抓钱活动及礼品赠送活动。

特价商品不能打折，不能参加此次活动。

五一超市促销活动策划方案范例篇二

五一劳动节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销活动期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销活动期间应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

二、确定促销活动目的

虽说促销活动就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销活动重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一劳动节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销活动，也就是说要以提升客流量为主。在促销活动商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

三、确定促销活动主题和主力商品群

促销活动主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一劳动节促销活动主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销活动诉求。将诉求目的标语化便构成了促销活动宣传广告上的促销活动主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾 惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣 低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假 低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏 低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天 购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣 吃上再拿上(游戏互动促销活动 大规模的品尝买赠活动)

四、 确定促销活动商品分类比重及促销活动价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销活动主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销活动比重，建议如下：

五一快讯各类促销活动品量 食品类 分类

主要品种 促销活动品数 让利幅度

生鲜 包装熟肉装 2 10%-20%

散称熟肉、面包、散称饼干 6 10%-20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯 4 10%-20%

粮油 色拉油 2 5%-10%

10公斤代大米、面粉 2 5%-10%

调味 醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型) 2 5%-10%

代干货(腐竹、粉丝) 2 10%-20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜 8 5%-10%

酒饮 白酒(当地婚庆常用型) 2 3%-5%

啤酒(单支、罐装) 2 3%-5%

饮料(纯水、果汁、乳酸、茶) 10 5%-10%

冲调(柑粉、固体果味冲饮) 2 30%-50%

茶叶(散装、袋装) 4 20%-30%

休闲 饼干 2 10%-15%

膨化 4 10%-15%

果冻 2 10%-15%

干果蜜饯 4 10%-15%

山楂 2 10%-15%

五一期快讯各类促销活动品量

非食品类 分类 主要品种

促销活动品数 让利幅度 洗化

洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化 8 10%-15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂 4 10%-15%

香皂(润肤型) 2 10%-15%

护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品) 10 20%-30%

牙膏、牙刷 4 10%-15%

卫生巾、卫生纸 4 10%-15%

家居 收纳整理袋、衣架 4 10%-15%

居室清洁用具 2 10%-15%

冰品制作模具、凉杯水具 2 10%-15%

雨具 2 10%-15%

家电 夏凉家电(电扇、空调) 4 5%-10%

摄影器材(像机、胶卷、电池) 4 5%-10%

家纺 内衣、睡衣、丝袜(夏凉型) 10 10%-15%

床品(凉枕凉席) 2 10%-15%

毛巾(浴巾、毛巾被) 2 10%-15%

运动服、鞋 4 20%-30%

凉拖 4 20%-30%

文体 运动器材(羽拍类、球类) 3 20%-30%

户外玩具类(风筝、摇控模型) 4 20%-30%

五、 确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销活动方式以外，还要有同超市促销活动主题紧密相关的促销活动方式，或将某一厂家的促销活动方式作为主要的促销活动方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销活动方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

- 1、买赠(一单购物达_元赠_物品)
- 2、互动有奖游戏(一单购物达_元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)
- 3、刮刮卡(一单购物达_元赠卡一张，刮开兑奖)
- 4、现场试吃试用(请厂家多提供)
- 5、演艺(请演艺队营造气氛)
- 6、小鬼当家

六、确定促销活动投入

我们建议五一劳动节促销活动费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销活动期间预记销售总额的1.5%。

五一超市促销活动策划方案范例篇三

五一大促销

一、深呼吸，海的味道

在4月28日到5月7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

4月28日至5月9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(具体定出特价商品的价格)。(本次活动最终解释权归某超市所有)

五一超市促销活动策划方案范例篇四

面对年后第一个长假的来临,第一个销售高峰也随之到来,在这个春夏交接的时段,是一个消费较为活跃的时期,尤其是服装和食品类。

五月正是天气转暖并趋于稳定的季节,也是进行旅游等户外活动的好时期,特举办“锣开五月、玩美假期”活动,“锣开”是大力度的促销活动,为消费者省钱的时间到了,“玩美假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动,此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”

“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

提高门店销售额,同时增加企业亲和力,树立优良企业形象,培养忠实顾客。

“锣开五月、玩美假期”

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

4月25日——5月15日

- 一、开锣省钱、玩美假期
- 二、诗歌花语、完美母亲节
- 三、爱心行动、完美助残日
- 四、健康生活、玩美假期

背景:五一黄金周

内涵:商场五一促销活动方案:在五一是消费者省钱的假期,消费者的五一应该在华达玩美。

外延:降价促销、限时抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容:

- 1、开锣套餐、惊喜无限
- 2、开锣时刻、争分夺秒
- 3、完美价期、任您挑选

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限(活动时间:5月1日至5月7日)

“五一”期间是旅游高峰期,在市民准备前往旅游目的地之前的采购,部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

活动内容:实质是捆绑,销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体,将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息的人群,尤其是单身消费群体,主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念,推出“黄金周健康谱”。

5月1日“劳动光荣餐”为滋补系列

5月2日“开锣首席餐”特色系列

5月3日“玩美心情餐”绿色系列

5月4日“时尚青年餐”营养系列

5月5日“青春飞扬餐”美容系列

5月6日“开心、玩转餐”休闲系列

5月7日“归心似箭餐”调节合胃系列

每日食谱不同(主要包括:菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售)。

b□开锣时刻、争分夺秒(活动时间:xx年5月1日至xx年5月7日止)

活动内容:实质是限时抢购,在每天的早上8:00—9:00分、下午:14:00—15:00、晚上20:30—21:30分建议每天每时段抢购商品都具有实用性、独特性,能够让消费者产生购买欲望。

早上8:00—9:00以家庭主妇商品为主

下午14:00—15:00普通商品

晚上20:30—21:30只要在活动期间一次性购物满68元,即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购,抢购票当天使用有效,过期作废,(数量有限,抢完为止)

(注:本次活动单张小票最多限领二张抢购票,入场抢购时必须将抢购票交于工作人员,才能入场抢购,抢购票必须加盖华达财务章方才有效)。

内部注意:内部员工及员工家属不得参与本次活动,违者必纠,所有抢购商品均为纸条放在盒子里(盒子为密封)堆放在抢购堆头上,顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品,每天限抢300份商品。

3、玩转价期(活动时间:xx年5月6日晚20:00开始)

为了提升晚间购物人气、特在5月6日晚,也就是长假结束之前,预热后期促销,在外场专设一场商品拍卖会,1元起拍。

五一节,是春节长假后的第一个黄金周,是旺季来临的标志,是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过,且要重视并搞好。继三四月销售低迷后,五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至,季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为,五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)

2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)

3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)

4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味

品)

5、福利消费(夏季消暑用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭

消费品为主)

劳动光荣低价有礼(数十种名优商品的大幅降价,以家庭消费品为主)

开心度长假低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣吃上再拿上(游戏互动促销大规模的品尝买赠活动)

五一超市促销活动策划方案范例篇五

五一节,是春节长假后的第一个黄金周,是旺季来临的标志,是全年营销的第一场大战役。嘉元公司建议五一节的促销不仅不能错过,且要重视并搞好。

继三四月销售低迷后,五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至,季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为,五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)
- 2、长假旅行消费(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)

3、近郊春游消费(饮料类、即食品类、休闲食品类、户外用品、运动用品、园艺用品)

4、家庭换季消费(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季、夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)

5、福利消费(夏季消暑用品团体福利消费)

我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

一、 确定促销期间

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8-12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

二、 确定促销目的

虽说促销就是为了促进销售，但精确的讲其中还是有一定的区别。因为促进销售一般来讲主要有两个途径，一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。

五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要

有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。

当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

三、确定促销主题和主力商品群

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；二是换季购物为主题的新品推广诉求；三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。如：

五一酬宾 惊喜狂购(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

劳动光荣 低价有礼(数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主)

开心度长假 低价总动员(出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价)

清凉一夏 低价风暴(夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料)

欢欢喜喜庆五一 清清爽爽过夏季(夏凉家纺、家电、化妆品、饮料)

五一乐翻天 购物拿大奖(有奖销售、刮刮卡等)

购物有乐趣 吃上再拿上(游戏互动促销 大规模的品尝买赠活动)

四、 确定促销商品分类比重及促销价

根据商品组织情况或竞争环境要求确定了促销主题及主力商品群后，要进一步规划各类商品促销比重，建议如下：

五一快讯各类促销品量(食品类)：

分类 、 主要品种 、 促销品数 、 让利幅度：

生鲜 包装熟肉装 2 10%-20%

散称熟肉、面包、散称饼干 6 10%-20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯 4 10%-20%

粮油 色拉油 2 5%-10%

10公斤代大米、面粉 2 5%-10%

调味 醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型) 2 5%-10%

代干货(腐竹、粉丝) 2 10%-20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜 8 5%-10%

酒饮 白酒(当地婚庆常用型) 2 3%-5%

啤酒(单支、罐装) 2 3%-5%

饮料(纯水、果汁、乳酸、茶) 10 5%-10%

冲调(柑粉、固体果味冲饮) 2 30%-50%

茶叶(散装、袋装) 4 20%-30%

休闲 饼干 2 10%-15%

膨化 4 10%-15%

果冻 2 10%-15%

干果蜜饯 4 10%-15%

山楂 2 10%-15%

五一期快讯各类促销品量

非食品类 分类 主要品种

促销品数 让利幅度 洗化

洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化 8 10%-15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂 4 10%-15%

香皂(润肤型) 2 10%-15%

护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品) 10 20%-30%

牙膏、牙刷 4 10%-15%

卫生巾、卫生纸 4 10%-15%

家居 收纳整理袋、衣架 4 10%-15%

居室清洁用具 2 10%-15%

冰品制作模具、凉杯水具 2 10%-15%

雨具 2 10%-15%

家电 夏凉家电(电扇、空调) 4 5%—10%

摄影器材(像机、胶卷、电池) 4 5%—10%

家纺 内衣、睡衣、丝袜(夏凉型) 10 10%—15%

床品(凉枕凉席) 2 10%—15%

毛巾(浴巾、毛巾被) 2 10%—15%

运动服、鞋 4 20%—30%

凉拖 4 20%—30%

文体 运动器材(羽拍类、球类) 3 20%—30%

户外玩具类(风筝、摇控模型) 4 20%—30%

五、 确定促销活动方式

为使促销活动更加丰富，在结合厂家提供的促销方式以外，还要有同超市促销主题紧密相关的促销方式，或将某一厂家的促销方式作为主要的促销方式，当然在dm海报上我们要尽可能多的罗列所有的促销方式。如刮奖、买赠、试吃试用等。

建议活动方式尽可能简单：

1、买赠(一单购物达××元赠××物品)

2、互动有奖游戏(一单购物达××元可参加游戏，积分高可得大奖)(如跳绳、绑腿跑、吊鱼比赛)

3、刮刮卡(一单购物达××元赠卡一张，刮开兑奖)

4、现场试吃试用(请厂家多提供)

5、演艺(请演艺队营造气氛)

6、小鬼当家

六、确定促销投入

我们建议五一节促销费用投入不易太大，必要的投入到赠品和宣传海报上即可，有条件可在店头装饰上投入一些，最多不要超过促销期间预记销售总额的1.5%。