

2023年水果店活动营销方案 水果营销策划方案(优质5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。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。

水果店活动营销方案篇一

2、购买之后赠送一张元返钱卡；并且告诉对方，下次购买其他水果满50元，这元返钱卡就激活，可以领元。

3、当然如果您今天就购买其他水果满50元，这元立刻可以激活抵10元！

4、当对方购买50元的水果时，再送一张50元的返钱卡给对方，并告诉对方，今后只要累计消费满350元，这50元的返钱卡就能领走50元现金了！

这样操作就能够锁定他后续长期消费，一个消费者的消费习惯就被你培养出来了，

原理其实就是一种把打折用返钱的方式来表现出来，是一种增加价值感的表现形式，

水果店活动营销方案篇二

(一) 活动主题：缤纷夏日 畅享果味

(二) 活动时间：(跨两个周末)

（三）活动地点：国展天虹超市

（四）商品组织：本次水果节以瓜果类、桃李类和葡萄类为主要活动侧重点

（五）直接促销：

1、瓜果类、桃李类、葡萄类根据时间和促销力度的不同选择侧重点进行主力促销，其余为辅助促销。

2、每日一到两款惊爆价商品。

3、设置商品介绍和试吃台。

（六）文化促销：利用顾客互动营造现场氛围，

活动时间：

活动内容：1、看谁吃得快

2、“非常了得”猜猜猜

（七）氛围布置：

1、现场统一做水果节的氛围布置，按水果品类集中陈列，突出打造瓜果类、桃李类、葡萄类陈列区。

2、利用道具打造个性化主题堆头，例如道具桃树、葡萄藤（装饰道具是否能供货商提供）

3、现场张贴趣味宣传标识，宣传商品的口感和特性。

4、水果区员工统一着装。

第二部分：活动内容

一。直接促销

（一）主题特价

活动时间：

活动内容：以桃李类、瓜果类、和葡萄类为单位分别特价促销

活动安排：

- 1、7月15日-7月28日每日一至两款特价促销。
- 2、7月15日-7月28日部分商品限时五折销售。

二。文化促销

（一）看谁吃得快

活动地点：超市生鲜区

活动安排：每组参赛人数5人，分成三组进行，比赛速度最快者胜出。

活动奖励：每组最快者可获得奖品西瓜1个。

报名地点：超市存包台

活动规则：

- 1、报名规则：7月14日-7月15日18:00点止，选取报名前15者参赛名额，额满为止。
- 2、游戏规则：

a□参加活动的选手，每人发一个号码牌，根据现场工作人员安排到指定位置做好准备，19:00比赛开始，现场工作人员为每位选手发西瓜，裁判喊开始即开始。

(二) “非常了得”猜猜猜

(三) 活动地点：超市生鲜区

报名地点：超市存包台

(四) 活动安排：以哈密瓜为对象，开展“非常了得”猜猜猜活动。

活动形式：组织三组，每组5个人，拿出一个哈密瓜，每组所有人分别对同一个哈密瓜猜测重量，猜的最接近的选手即可获得次此哈密瓜。下一组再拿一个哈密瓜，形式相同。

活动规则：

1、报名规则：7月14日-7月15日18:00点止，选取报名前15者参赛名额，额满为止。

2、游戏规则：参加活动的选手，每人发一个号码牌和一张纸片，一支笔。现场提供一个哈密瓜，每人掂量后把估计的重量数据写在纸片上面，数值保留两位小数，不得重复。选手写完后不得再更改，现场人员用电子称称量，数据最接近者获胜。获胜者赠送哈密瓜一个。

第三部分：各分部分工及执行细则 四分部：

1、7月8日完成活动方案，7月11日之前跟进活动的审批完成；

2、7月8日15:00之前将活动所需标识形式及数量要求商场美工设计；

3、活动当日进行文化活动现场的活动组织，保证文化活动顺利展开；

4、统筹协调本次活动，跟进各分部工作进展，确保本次活动顺利进行；

6、与综合部沟通协调活动现场所需要的桌椅等相关物品。

7、与服务台相关负责人沟通，安排活动现场的保洁人员。

8、与供应商、采购沟通确定活动惊爆商品的价格

9、活动人员安排：报名接待人员1名（存包台协助），

现场主持1人（生鲜区确定），物品发放和电子秤称量1人（生鲜区管理员）防损员协助维持现场秩序，日确定人员名单并进行培训。

采购部：

月13日前协助和供应商谈判，提供免费西瓜20个、哈密瓜10个。

综合部美工：

1、7月12日前完成水果节生鲜彩页的设计工作，海报定稿

2、7月13日布场所需物料到位

3、所需物料：异形水果kt板吊饰、水果节吊旗（30张）、展架两个、水果趣味宣传（打印即可）

4、其它物料：葡萄藤、假桃树、瓜藤、水果节t恤衫10件（供应商赞助或申请费用购买）

水果店活动营销方案篇三

20xx年xx月到xx□xx日

相约圣诞之夜（圣诞狂欢夜、欢乐优惠在圣诞）

策划风格独特的节日促销，引发市民对金义百货的强烈关注，为冬季旺销铺垫人气。

xxx广场

一、卖场圣诞氛围营造

a□门前广场可设置这样一个场景造型：

在雪地上矗立着一座别墅市的房子，房子周围是浓郁的圣诞树，并有着一个美丽的花园，整个房屋透着黄色的温暖的灯光，透过窗户可看到一家人的身影，正在欢快忙碌着准备圣诞晚会，精心布置圣诞树，圣诞老人正悄悄爬上烟囱，悠扬的音乐从圣诞屋飘出来。

整个场景静谧而欢快，有动有静，栩栩如生、充满情趣。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

b□营业员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

c□划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，圣诞树排成一排，配以各种彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将商场变成圣诞晚会的天堂。

二、主持人节目促销活动

(1) 狂欢帽子节！展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子！

部分帽子、手套半价销售！让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采！操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。

在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

(2) 购物送手套，还有连环大惊喜商场购物满12xx元，凭购物小票，赠送一双手套（手套价值5—10元左右），在手套里还藏有奖券。同期可开展“手套节”，展出销售不同款式的各类手套。

奖券奖项设置（可根据实际情况定夺）：

一等奖□xx名，xx寸彩电一台。

二等奖□xx名，vcd一台。

三等奖□xx名，圣诞音乐cd一张。

四等奖□xx名，圣诞贺卡一张所有奖券上都应该写上祝福语：圣诞快乐、新年快乐。

操作说明：手套也是人们不可少的防寒用品，购物送手套，对顾客来说比较实在，将奖券藏在手套里又是一个新颖的促销方式，跟西方的小孩在过圣诞节时在长袜子里得到礼物有异曲同工之妙。

作为赠品的手套可为同一价位不同款式不同颜色的手套，顾客在选定一副手套后，不可再次挑选更换。奖券制作尺寸大小不宜太大，以方便藏在手套里不致掉出来。

注：购物赠品还可为一些时尚台历、圣诞礼品、平安符（平安夜赠送平安符）等。

（3）圣诞大蛋糕

定制一个圣诞大蛋糕，直径可长达几米，上面写“圣诞快乐”几个字，并插满蜡烛，在晚上八点，大家一起许愿，然后一起吹灭蜡烛，整个场景周围用圣诞树、彩灯等装饰，并配以音乐营造氛围，凡xx日当晚6点至8点在商场购物满1xx0元的顾客，凭购物小票即可分得一块蛋糕，分完为止。

活动说明：在国外，为圣诞节添姿增色的往往还有美味圣诞蛋糕。人们常常把圣诞蛋糕做得新奇漂亮。上面用奶油或果酱浇“圣诞快乐”的字样，四周插上特制的圣诞蜡烛。蜡烛形状小巧，只有三四寸长，但用料精致，五颜六色，有的还做成螺旋形。

点燃之后，由主人吹熄，然后大家分吃蛋糕。人们有时还在蛋糕里放进三粒豆子，以此代表xxx中的三个东方贤士，谁吃着豆子谁就当上了“三王”，令人感到十分有趣。

操作注意事项：

可在中央大厅划出一专区摆放蛋糕，注意维持现场秩序，以免阻塞客流；蛋糕可以做得尽量大，也可以分为几个大蛋糕，准备切蛋糕之用具。

在圣诞夜晚八点，顾客凭规定时间内的购物小票领取一份蛋糕。同时准备好盛放蛋糕之用品，如塑料盘和塑料叉，同时放置垃圾桶，以免顾客乱扔垃圾破坏环境。

（4）购物送c打

cider（c打）是一种不含酒精的，从苹果汁当中提取出来的饮

料，有点像香槟，国外人过圣诞的时候，晚上习惯将xx升的c打和xx根桂皮枝，还有黄糖一起放在锅里煮15分钟，于是整个房间里都充满了圣诞的味道联合厂家共同举行此促销活动，购物满xx元送一瓶c打，满xx送xx瓶，以此类推，圣诞节短信《百货商场圣诞节活动策划方案》。

操作说明：可以事先通过报纸广告、海报□dm等来宣传西方庆祝圣诞的这一方式，将西方圣诞习俗介绍给顾客，通过增强顾客的文化意识来引导顾客的消费习惯，从而促进商品销售。

（5）购物送免费餐券

兑换地点：总服务台商场消费满xx元，可获甲天下免费券一张xx元，满xxx送两张，限单张小票，不可累计。

操作说明：对于年轻顾客和小孩来说，过圣诞节总是免不了吃的，餐券倍受欢迎，还能在邀约进餐的好友中进一步传播金义。

（6）其他促销活动

圣诞服装大特卖：冬季休闲服装、西装、风衣、羽绒服、保暖内衣等

圣诞玩具节：玩具对与年轻消费群体特别是小孩总是吸引力的商品之一，展出销售不同类别、各种款式的玩具，对于促进圣诞销售会有很大帮助。

三、特别企划——公益活动（主持人煽情串词）

每年的圣诞之夜，你是否会想起那个卖火柴的小女孩，是否会想起那个慈祥的`老奶奶，其实在我们城市中，也还存着需要我们去关心的孩子，伸出您热情的双手，献出您的爱心，

让我们共同给他们点亮“希望的火柴”。

您只要将自己的购物小票投在募捐箱内，我们就会将顾客投票金额的1%作为爱心公益捐献给这些孩子们，并中征集十名公益热心者，在圣诞节当天，扮成圣诞老人去看望全市各大孤儿院、福利院儿童，给孩子们送去礼物，并与孩子一同嬉戏游乐。礼物设置：冬衣、帽子袜子等保暖用品、玩具、食品等。

操作说明：邀请相关媒体对此活动进行报道，并邀请公证单位对此活动进行公证，此公关活动有助于引导市民来关心和爱护这些弱势群体，提倡公益爱心，也有助于提升xx百货的美誉度。

主持人还会穿插互动的时尚游戏、健身项目表演来持续吸引市民，让市民了解金义百货欢乐优惠在圣诞的活动主题，增加对企业美誉度的认知，带动商品销售。

水果店活动营销方案篇四

在国庆节期间，商场的销售思路应在日常消费品上，因此我们在十一期间，可以再次组织，_超低商品、重拳出击_，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

精彩华诞，举国同庆

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

活动期间，在超市门口，超市为您邀请来了精彩的文艺演出，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福！

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。（限500面，送完为止）

3、国庆七天乐 欢乐实惠颂：

4、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在日，凡在我商场次性购物满38元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：彩电一台；

二等奖：洗衣机一台！

三等奖：电饭锅一台；

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖！国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖！

5、您来购物我送礼：

凡在日在我商场一次性购物满48元，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。（小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品）

6、国庆狂欢，大礼疯狂送

活动期间，超市在海报广告封面上印刷国庆现金券，现金券面值___元，凡顾客拿到我们的海报，剪下现金券到我超市购物满___元可使用一张，直接省___元现金，购物满___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。

1、喷绘中厅及店外活动信息。

2、播音服务台全楼播音内容为：促销信息。

8、卖场看板全楼主要通道活动看板、吊挂等。

9、地贴全楼卖场主要通道。

10、门外看板。

11、吊挂装饰卖场通道喷绘。

水果店活动营销方案篇五

“果x”一词，灵感来源于xx学院xx餐厅，正所谓灵感来自生活。

新的水果超市取名果x原因有三。

一是打造品牌效应，通过品牌效应提升知名度打开市场；二是有利于宣传新店开张；三是连锁经营企业必须要有统一的品牌统一管理。

（以xx学院为例）

xx市高校市场环境分析，可分为宏观市场环境和微观市场环境：

宏观环境：

x院坐拥17000多名师生，市场需求旺盛。根据生物学表明多吃水果有益维持膳食平衡和补充维c等，因此水果同蔬菜一样是人们生活不可或缺的必需品。

微观环境：

根据调查得知x院学子每周平均用于水果消费大多处于10-50元范围内，且频率大多1-2次，且偏爱苹果香蕉梨西瓜这类水果，因此货源的采购应相对便宜且要就近进货降低运输成本以达到盈利目的。

国内水果市场普遍存在价格弹性较大，逢节假日价格均有三成到五成的价格上升，即使非节假日无论是收购价，批发价以及零售价均有相当可观的利润空间。果品类只要采后处理得当，保鲜时间普遍较长，错开果品集中上市避免滞销掉价。

同时因我们做的是学校内水果超市，因此应该在促销和延长水果新鲜度方面做功课，例如减少进高档昂贵类水果，选取诚信供货商，规划好物流费用，通过控制成本从而控制水果零售价，给予广大同学们以最实惠的价格和最优品质。

水果连锁经营实行的是团体作战，灵活和及时的配送，可以保持各单位货品的新鲜度集群开店，可以降低成本，货品采购和配送成本，其高度一致的整体行动和区域市场占有密度，可以迅速扩大品牌的知名度和占有市场，其特性完全符合水果销售。

结论：水果连锁超市的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质、服务优。主要服务对象为学生和老师。

“果x”水果超市市场定位主要针对高校师生。

（以xx学院师生为例）

这类消费群体特点通过调查报告得知：

1、消费频率为周1-2次，月3-6次。

3、水果消费女性人数和份额大大高于男性，因此要适时针对女性消费心理制定合理的促销手段，如打折或者买一送多。

4、学生不像久经沙场的父母一辈善于挑拣性价比水果，因此在购买水果的时候心理略倾向于色泽口感优类果品。

水果超市是水果行业发展到一定阶段的产物，它和水果零售的专业场所与水果批发及大型综合超市经营特征不同，我们塑造的是服务周到的校区平价水果超市。

通过调查得知，昆院师生购买水果一般在校外水果摊、校内超市、路边摊贩。其中校外水果摊和路边摊贩能够通过各种渠道进到相对廉价的水果且果品多样，因此最受到师生们的青睐。但校外摊贩毕竟鱼龙混杂，食品安全（例如农残）是一个值得质疑的问题。