

# 最新超市春节促销活动策划方案 超市春节促销活动策划(实用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。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。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 超市春节促销活动策划方案篇一

可以通过多种沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

- 1、媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
- 2、销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。
- 3、人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点：

1、属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2、属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。春节期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3、春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在活动中，陈列还要注意以下主要原则：

1、一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2、重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等。此外，还要安排随时检查、随时培训。

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的pop中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销以示区别。尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容。但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱。一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

## 1、严格筛选促销人员

除了先天条件外，促销人员的性格各有不同。性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的使促销效果打折。只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地掌握消费者心理。而不会在遇到困难时中途逃脱。春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

## 2、规范促销语言

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员“自说自话”只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三

句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

### 3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时，春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。且易打动的消费者，促销人员不只要在口头上介绍产品和促销活动，还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然，这种推销方法不是针对所有人群的弄不好，也会适得其反。但是只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化，不放过每一次促销机会才干获得促销胜利。

### 4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接面对消费者的促销人员的士气也是如此鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高。反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。

或许会遇到大大小小的意外，整个春节超市促销过程中。如促销方式的变卦、各个促销环节连结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时坚持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才干有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的圆满达成奇进而抚慰消费。

## 超市春节促销活动策划方案篇二

- 2、营销部负责活动现场布置安排、指挥，
- 3、工程部负责在活动期间节目道具的制作，安装及用光、用电安排，活动布场安排，
- 4、娱乐部配合策划部及工程部做好节日场景布置工作，
- 5、康乐部配合策划部及工程部做好节日场景布置工作，
- 6、财务部，保证春节物品采购及时到位及活动过程奖品的发放、跟踪，准备硬币100元(1角)
- 7、总办，整个活动进程的监督和控制，

### 1、短信息传递

投放时间：1月20日—1月30日

特点：能最直接的把酒店的消息传达给目标客户端。

预计投放金额：3000元

### 2、贺年卡、宣传单

投放时间：1月10日—1月30日

特点：能最直接的把酒店的消息传达给目标客户端。

预计投放金额：2000元

## 超市春节促销活动策划方案篇三

共七天（20日—26日大年夜）

## 千禧迎新，半价返还

（一）主要活动：千禧迎新半价返还。

- 2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；
- 3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；
- 5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；
- 6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

（二）可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

（三）辅助活动

- 1、男女装特卖场；
- 2、儿童商场购物送图书；
- 3、厂方促销活动。

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

## 春节超市促销活动策划6

### “马到成功”

#### (1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。

画布大小为10x8米，可根据商场门面大小做调整。

“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

#### (2)一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。

“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并

重。

### (3) “本命年” 的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

### (4) 与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。

注意现场清洁卫生，注意给马喂食。

挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。

为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。

此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。



马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

### (5) 万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

### (6) “马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。

在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。

活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

### (7) “马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。

专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。

在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

### (8)画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

### 春节超市促销活动策划7

xxxx年是马年，马是一种吉祥的动物，也一直是人类忠诚的伙伴，对于“马”，人们赋予了很多褒义的词汇，如马到成功、一马当先、万马奔腾等等。马是速度和耐力的体现，象征着朝气和坚强的毅力。通过表现马的形象也可以赋予商家一种“永远朝气蓬勃、永远向前奔驰”的形象内涵，因此围绕“马”展开主题促销是十分可行的。

xxxx年2月1日-2月20日

注：2月12日是xxxx年农历正月初一，可以提前半个月开展迎春促销，法定春节放假为7天，因此春节促销可以持续20天至一个月。

### “马到成功”

#### (1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多

少送多少等。

操作说明：

- 1、画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。
- 2、画布大小为10x8米，可根据商场门面大小做调整。
- 3、“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

## (2) — “马” 当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

- 1、春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。
- 2、“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

## (3) “本命年” 的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖

属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

#### (4) 与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

- 1、生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。
- 2、注意现场清洁卫生，注意给马喂食。
- 3、挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。
- 4、为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。
- 5、此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。
- 6、马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

#### (5) 万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

#### (6) “马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

- 1、凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。
- 2、在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。
- 3、活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

#### (7) “马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

- 1、随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。
- 2、专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。
- 3、在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

#### (8) 画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的

对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

## 超市春节促销活动策划方案篇四

20xx年x月x日—20xx年x月26日

共七天（20日—26日大年夜）

千僖迎新，半价返还

（一）主要活动：千僖迎新半价返还

1、7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还。

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元。

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）。

4、1月26日（初一）开始，至2月5日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券。

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效。

6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）。

（二）可行性：七天中抽取一天100%返还，相当于全场8、6折。50%返还，相当于全场9、3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

### （三）辅助活动

- 1、男女装特卖场。
- 2、儿童商场购物送图书。
- 3、厂方促销活动。

- 1、报纸广告
- 2、电台广告
- 3、现场横幅
- 4、现场彩灯

## 超市春节促销活动策划方案篇五

xxxx年是马年，马是一种吉祥的动物，也一直是人类忠诚的伙伴，对于“马”，人们赋予了很多褒义的词汇，如马到成功、一马当先、万马奔腾等等。马是速度和耐力的体现，象征着朝气和坚强的毅力。通过表现马的形象也可以赋予商家一种“永远朝气蓬勃、永远向前奔驰”的形象内涵，因此围绕“马”展开主题促销是十分可行的。

xxxx年2月1日-2月20日

注：2月12日是xxxx年农历正月初一，可以提前半个月开展迎春节促销，法定春节放假为7天，因此春节促销可以持续20天至一个月。

“马到成功”

(1)天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

- 1、画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。
- 2、画布大小为10\*8米，可根据商场门面大小做调整。
- 3、“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

## (2) — “马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

- 1、春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。
- 2、“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

## (3) “本命年” 的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸



运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

#### (4) 与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

- 1、生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。
- 2、注意现场清洁卫生，注意给马喂食。
- 3、挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。
- 4、为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。
- 5、此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。
- 6、马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

#### (5) 万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

## (6) “马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

- 1、凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。
- 2、在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。
- 3、活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

## (7) “马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

- 1、随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。
- 2、专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。
- 3、在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

## (8) 画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。