

# 2023年水果销售活动方案 水果营销策划方案(优质5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 水果销售活动方案 水果营销策划方案篇一

专业班级：市场营销091班

小组成员：高伟薛建刚张军

指导老师：张永胜

### 目录

一、策划概要2

二、市场环境3

三、swot分析3

四、营销战略4

五、营销组合策略4

六、特色服务6

七、促销7

八、组织与实施计划8

九、费用预算9

## 十、风险与控制9

## 十一、附录11

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。随着人们生活水平的提高，水果的消费也渐渐成为人们日常生活中的主要消费需要。而近几年来，各个城市的冷饮摊上增加了一类切开来卖的水果，商人们把哈密瓜、菠萝、西瓜等削好，切成块状、条状进行销售。这种方式贩卖的生意非常红火，为了满足这方面的需求，我们特推出“校园水果吧”。“校园水果吧”主要是针对校园水果这方面的消费空白，让同学们能够有一个能够放心食用水果的环境。

“校园水果吧”作为新兴的水果消费模式，相对水果超市等还属于一个弱势的存在。我们团队通过深入市场调研之后，分析其优势劣势，并针对其优势、特点作出相应的策划方案，以扭转人们传统的水果消费理念，促进校园水果吧这种新兴消费模式的发展。以下就是我们团队准备的营销策划方案。

### （一）宏观环境分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果85公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在80元以上。10%的家庭消费水果在50-80元之间。只有10%的家庭消费水果在50元以下。

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。我国目前人年均果品占有量约为45kg，与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。大学生相对来说要好上一些（年人均55kg）作为更注重健康生活方式的社会群体，大学生们更加倾向于水果的消费，因此大学生水果市场的前景是被普遍看好的，有着广阔的发展空间。

“水果吧”作为一种新兴的产业，已在一些地方崭露头角。而在大学市场却依然空白，这是因为传统的水果超市消费模式早已深入人心。作为最容易接受新概念的群体，大学生更加易于接受“校园水果吧”的理念。

## （二）竞争环境分析

1. 消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果购买方式。（有些地区已经出现了这种水果消费方式，并把其当成主要的水果消费场所）由于其它传统水果消费理念在消费者心中已经形成了习惯，所以要在短时间内改变消费者的消费观念，让其接受这种商业形态。
2. 大型连锁超市：大型连锁超市开始经营水果已经很长时间了，这说明水果消费在百姓的日常消费中已经占有了一定的比例，也同时说明了市场的广阔，这些商家也很看好这块市场。大型连锁超市的优势在于采购量较大，采购成本较低，客流量较大，购物环境比较好，产品质量和份量都有保证。
3. 校园摊点：由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势。但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠。
4. 游商小贩：其特点是流动行强，能把水果车推到校园周边，由于没有租金成本，所以其价格可能会更低。其缺点是游商小贩所售水果经常有缺斤少两、以次充好的现象。

## （一）优势

与其他水果经销方式相比，“校园水果吧”具有着不可比拟的优势。“校园水果吧”有着丰富的水果品类；“校园水果吧”中的水果都是当着消费者的面切开来的，不会出现欺骗消费者的情况；“校园水果吧”主要面向大学生，其价位能购满足消费者的经济要求，低廉的价格能够招揽大量的顾客。

“校园水果吧”打的是价格战，同时以质量、品质为保证，满足了消费者就近购物、低价购物、诚信购物的消费需求。

## （二）劣势

卫生问题，食用安全是一个不可忽视的问题，以往观念的影响导致消费者对水果切开卖会有一定的抵触心理。校园里如果开一家具有相当规模的水果吧，需要大量的资金投入，收回成本需要较长的营业周期。

## （三）机会

校园中高档水果消费方式一直处于空白阶段，“校园水果吧”的出现满足了消费者就近购物、低价购物、诚信购物的消费需求。同时，作为一种新兴的水果消费理念，“校园水果吧”更容易抓住大学生消费者的消费心理，这也就意味着“校园水果吧”这种产业形态能够迅速的占领大学生市场并发展壮大。

## （四）威胁

由于店面布置和销售方法都是可以复制的，所以相信在“校园水果吧”引起消费者重视的时候，会有一些追随者出现，但只要我们把资源（采购、物流）整合起来，相信我们的价格和服务是别人无法追赶的。并且我们对于追随者可以劝其加盟我们。

## （一）市场细分

现时社会上的水果消费场所大致包括“水果主题餐厅”和“水果吧”两种形式。其中“水果主题餐厅”主要面向的是高层白领阶级等消费群体，其消费水平一直处于较高水平。而我们的“校园水果吧”立足校园，面向广大学生市场，以低廉的价格，优质的服务，放心的品质保证占领大学生中高

档水果消费市场。

## （二）目标市场选择

相对于主题水果餐厅来说，我们更倾向于选择“校园水果吧”。大学生的消费水平是有限的，主题水果餐厅的消费门槛太高，不容易被大部分消费者接受。而“校园水果吧”里的消费水平普遍偏下，很快便会成为大学生休闲娱乐的首选。

## （三）市场定位

以低廉的价格，优质的服务，放心的品质保证占领大学生中高档水果消费市场。以全新的销售理念将“校园水果吧”迅速做大、做强。

# 水果销售活动方案 水果营销策划方案篇二

礼情款款欢度国庆

20xx年3月8日——10月7日

（三）加深商场与消费者的相互了解与情感沟通；

（四）扩大企业知名度，进一步树立商场“关爱社区居民会形象。

（一）买99元送30元现金

1、活动时间：

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) 狂欢□xxxx大礼疯狂送狂欢，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，剪下现金券到我商场购物满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) 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岁的顾客在本商场购物，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xxxx商场所有。

## 水果销售活动方案 水果营销策划方案篇三

一、活动目的：

2、通过一系列企划活动，吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。

二、活动宣传计划：

1、海报：根据公司总体安排。

2、场内外广告牌宣传：总体要求：活动公布一定要提前、准确无误，排版美观大方，主题突出。

3、卖场气氛布置：总体要求：节日气氛隆重、浓厚、大气。（单独出台方案，在此略。）

### 三、活动组织计划：

#### （1）分时间段的活动安排：

（为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周安排，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对xxx的印象，不断实施消费行为。）惊喜第一重：购物积分送大米，积多少送多少！

惊喜第二重□xxx积分卡再次与您有约！

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？唯一办法：再次发行一期积分卡，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

活动时间：12月7日—11日注：凭电脑小票（当日小票有效，金额不累计）到我商场大宗购物处办理。

第三周：12月14日—18日

奶粉文化周活动内容：结合天气和饮食的特点，在此期间重点推出奶粉促销，组织3个厂家进行培训和保健宣传，如惠氏、美赞臣、雅培等，并要求每个厂家提供相应赠品进行赠送和促销，计700份，此期间提供10个奶粉惊喜特价。食品惊喜第四重：狂欢圣诞节，加一元多一件！活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满58元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。（每日限量，先到先得）



购物满58元加1元得圣诞帽一项（限量300顶日用）

购物满118元加1元得柚子一个（限量300个自理）

购物满218元加1元得500ml生抽一瓶（限量300瓶食品）

（2）周六、周日活动安排：

目的：根据目前销售情况及本地人消费习惯，周六、周日的客流还具有挖掘的潜力，通过以下活动，旨在拉动周六、周日销售，提高本月整体销售额。

## 水果销售活动方案 水果营销策划方案篇四

3月14日

2、地点：

\_\_购物广场

3、活动主题：

“浓情蜜意爱在\_\_购物广场”

4、活动内容：

活动一：“许愿桃花树好梦定成真”参加者把您对他(她)的宣言填写在我们为您专门制作的卡片上，挂在商场的桃花树上，我们将在3月14日评选出最有创意宣言、最感动人宣言、最浪漫的`宣言。一定注意要留下您的他(她)的联系方式哦！我们会帮您把您的深情传达给您的他(她)。

活动二：“心心相印”活动当天，凡购物满\_\_x元的情侣均可参加活动。

抽奖细则：

a□心形抽奖盘有心形贴纸，心形贴下面有空白和半心形两种图案；

b□抽奖的情侣分别选择心形贴，如选到两张半心图案，即为中奖，如两张空白或一张空白一张半心均为纪念奖；c□心形卡片分为一等奖红色、二等奖粉色、三等奖紫色三种。

一等奖x名，奖品为：（略）；二等奖\_\_名，奖品为：（略）；三等奖：（略）；纪念奖若干名，奖品为：（略）。

## 一、活动主题

迎双节惠不停

## 二、促销时间

20\_\_年x月x日-x月x日

## 三、活动目的

2、通过\_\_周年策划一系列与爱国有关的宣传活动，大力弘扬以爱国主义精神，扩大企业知名度，进一步树立商场“热爱祖国，关心教育”的社会形象。

## 四、活动地点

商场各店

## 五、活动企划

活动一：迎双节，惠不停

x月x日——x月x日活动期在本商场推出系列“迎中秋、国庆、优惠大酬宾”活动，天天惊爆价，天天会员独享价，让你疯狂购到底！

要求：

- 1、各店必须提前五天向总部作出每日惊爆限时抢购价、会员独享价书面申请。
- 2、各店要做好充分的活动准备与宣传，确保天天惊爆价，天天会员独享价达到聚集人气，制造轻松效应，提升销售额的目的。
- 3、主题装饰另附效果图

活动二：购物送国旗

20\_\_年x月x日到我商场消费者消费满\_\_元以上，均可以服务台领取小国旗一面，凭电脑小票到服务台领取，每张小票限送一面，限量\_\_面，送完即止。

活动三：爱国主义宣传画展

注：宣传画布置商场、大门口(附图)。

活动四：“迎中秋，庆国庆”大型文艺晚会演出。

20\_\_年x月x日-x月x日期间各店联合企事业单位、厂商、供应商在商场大门口大舞台举行精彩演出，要求期间穿插宣扬爱国爱企业这主题的互动游戏。

六、活动宣传

1)海报宣传单

a□活动时间：20\_\_年x月x日—x月x日

b□印量\_\_张□a3纸4p□105g铜版纸.

2) 大门口海报宣传

3) 商场广播滚动广播

4) 卖场内用喇叭充分营造购物节庆气氛

## 水果销售活动方案 水果营销策划方案篇五

12月23日(星期二)—1月5日(星期一)

相约圣诞之夜(圣诞狂欢夜、欢乐优惠在圣诞)

每年的12月25日，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。而元旦节也是我们个的一大节日，我们可以参照以下的促销活动方案！

一、场境布置：

a.门口：一服务员妆扮成圣诞老人站在门口迎候宾客，迎候语必须是‘merry christmas!’遇上大约10岁以下的小客人则发一粒水果糖。

b.大堂：中央摆上圣诞树，圣诞树要大，要与大堂的空间协调一致，树上必须有闪烁的彩灯吸引客人的注意。

c.玻璃门窗：贴上圣诞画如：雪景，圣诞老人等(精品批发市场有现成的出售)

d.餐厅：服务小姐头戴圣诞红帽，给每桌客人先上一盘别致的圣诞点心，点心主要有蛋糕，饼干，也可以是平时很受欢迎

迎的宾馆特色点心，周围摆上各式各样的糖果。还可以在盘中藏匿一有奖吉祥物，不同的吉祥物到服务台领取不同的圣诞节小礼物e.过道：用红纸扎成小巧的灯罩，每隔一米五挂一只，顺着过道挂两列。

## 二、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□服务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。

## 三、促销活动

(a)狂欢帽子节!展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子!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。

(b)定餐送手套，定餐满1200元，凭购物小票，赠送一双手套(手套价值5-10元左右)，在手套里还藏有小礼物操作说明：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。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。

#### 四、联系外国留学生。

##### a□组织节目。

我们到黑大、工大等高校联系欧美国家留学生10多人，邀请他们参加我们的活动，到酒店大厅与大家一起表演节目，共度平安夜。我们的邀请得到他们热烈的欢迎，有啤酒，还能够与英俊的中国小伙和美丽的中国姑娘一起共度良宵，还不用花钱，这美事还从来没有过，他们简直是喜出望外。我们对他们的要求仅是会表演节目或会跳的士高就行，节目水平要求不高，只要能够突出气氛就行，这一点都难不住他们，有的会吹萨克斯、有的会弹吉它、有的会唱欧美流行歌曲，的士高则是他们生活的一部分，没有一个不会跳的，这就够了。

##### b□赠酒和鲜花祝福，消费者获得意外惊喜。

凡当晚到民防商务酒店的消费者我们对每桌客人都免费赠送葡萄酒1瓶，并由礼仪小姐向情侣们中的女士送一支红玫瑰，并真诚地对他们说：“感谢你们光临，我代表民防商务酒店祝你们圣诞快乐，情深似海！”这种意外的礼物和暖融融的话语使每一位消费者都倍感亲切和激动，和民防商务酒店的距离一下就拉近了。消费的激情也就被充分地调动起来了。因为给自己带民防商务酒店来的不仅是本身的享受，更重要的是精神上的超值享受，这是无法以用金钱来衡量的。

##### c□与留学生同歌共舞，燃烧品牌激情。

除了店内的节目之外，我们穿插着让留学生表演节目。他们全部一身牛仔服，流着前卫的发型，个个酷呆了，具有浓厚欧美风格，充满动感和激情的表演引起阵阵掌声和喝彩，许多消费者忘情地与留学生们一起狂歌劲舞，把活动一次次地

推向高潮，更让人们乐开怀。留学生们在表演中不停地有中文或英文喊“民防商务酒店，我爱你！”加上你们的精彩表演把整个活动推向了最高潮，民防的品牌与消费者的激情产生了高度的共鸣。

d□赠送精美照片，留住精彩瞬间。

为了让消费者永远留住这一精彩瞬间，永远记住民防商务酒店，可以免费获得我们为其拍摄的精美照片一张。

要留下详细地址和电话，我们亲自送到。谁出来还想到带相机，而这一难忘的时刻不拍张照片留下来太可惜了。这可乐坏了消费者。我们让消费者在民防商务酒店的大厅拍照，并且每张相片都装进一个简易的相框里，为的是让消费者放地显眼的上方，让他们能够经常看到照片和照片上的民防商务酒店，就永远忘不了这一难忘的时刻，也就永远记住了民防商务酒店。照片洗出后按消费者的详细地址，我们派专人送达，得到消费者的再一次感谢！