# 202\_年超市活动促销方案 超市促销活动策划方案(模板14篇)

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2021-10-12

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。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。以下就是小编给大家讲解介绍...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。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。以下就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。

**超市活动促销方案篇一**

每年五月的第二个星期天，这是传统的“母亲节”。这个节日是为为母亲设计的，是一个温暖的节日。超市，家庭主妇经常光顾的，我们可以在这一天经营“亲情”，并做一些有助于超市形象的公关促销活动。

二、活动时间：5月8日至5月10日

三、活动主题：超市康乃馨节，或温暖母亲节

四、推广内容：

活动1：母亲节特价商品

食物：蛋糕、巧克力、牛奶、生鲜等等；

日用品：纸制品、卫生巾等；

化妆品：洁面乳、营养霜等。

活动2：凡在超市购物单张收银小票满100元者，凭购物小票送康乃馨一扎。

成本计算：母亲节康乃馨（10支）的成本约为5元人民币，相当于让利5％。如果数量减少到5枝一扎，估计费用约为2.5元。

活动3：真心真语祝妈妈

内容：在“母亲节”之际，您最想对母亲说些什么？从5月8日到5月10日，您可将最想对妈妈说的话填在超市的“留言本”上。由超市把这些话在超市的显眼处张贴公布。

五、注意事项：

1.在上述第二项活动中，为了防止作弊，礼品必须在购物小票后标明。

2.在活动三中，您需要准备一份高档的留言簿，将其放在超市门口，方便顾客在购物后留言；留言簿上的精彩内容由计算机处理，并张贴在一个显眼的位置供客户欣赏，内容包括消息人的姓名和受祝福的人的姓名。

**超市活动促销方案篇二**

礼情款款欢度国庆

20xx年9月20日—10月7日

（三）加深超市与消费者的相互了解与情感沟通；

（四）扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

（一）买99元送30元现金

1、活动时间：9月20日—10月7日

2、活动内容：

为庆祝国庆节的到来，回报广大顾客朋友，活动期间，凡在超市购买服装、鞋类商品满99元即可返回30元现金，满198元可返回60元现金，多买多返，依此类推，欢迎广大顾客朋友前来选购。（注：此时刚好到了换季的时候，又正值国庆，顾客也为选择在哪里购买服装而忧郁不决的时候，吸引顾客，不让顾客外流、拉动人流、推动销售）

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）国庆狂欢，xx大礼疯狂送

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，剪下现金券到我超市购物满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。

3、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）国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销

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。

3、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

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岁的顾客在本超市购物，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xx超市所有。

负责和各品牌洽谈和签定本次活动的条件及活动费用的分摊。

负责培训员工活动的内容和操作方法。

**超市活动促销方案篇三**

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

分阶段活动（按时间顺序，开学、中秋、教师节）+递增式礼品（文件夹、文件袋、笔记本）

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的\'价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

20xx.8.25—20xx.9.30

step1、创意主题&礼品吸引眼球

step2、分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3、成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4、礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5、长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

活动主题：学霸征集令，九月礼不停！

活动1：豪礼开学季——8月25—8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+香辣鸡翅+薯条（小）+可乐（小）仅需套餐价格88.88元（自行填写），即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88。88元！

活动2：中秋惠团圆——9月1号—9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价88。88元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

活动3：感恩教师节——9月9号—9月14号

礼品：资深学霸笔记本

特价套餐：脆皮全鸡+可乐2杯小，仅需套餐价格88。88元（自行填写）。

除特价套餐外，持教师证到点消费享受全场八折优惠！

红豆派/香芋派/金桔苹果派均可享受买一送一！（派不参与八折优惠）

活动4：霸到有礼！——9月14号—9月30号

礼品：学霸专享套餐一份

集齐学霸三件套+三次购物小票，并在点餐时出示，即可获赠学霸专属套餐一份！

（学霸套餐：指定汉堡1个+小可乐1杯，）

学霸文件夹正反面建议零售价：1.2元

学霸文件袋建议零售价：1.6元

学霸笔记本正反面建议零售价：5元

**超市活动促销方案篇四**

1、扩大和提高xx超市的品牌形象和美誉度。

2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。

3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的.促销手段之一:将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售。

从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。

通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的\'商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。

超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动――海选超级商品。

1、选票的设计:

我们的选票分为两部份。

a、消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b、消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词:这个春节，您当家。

效果目的:为了让消费者知道，今年春节，x×超市有很特别的活动――海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。

7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费。

从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

**超市活动促销方案篇五**

8月份正进入了酷暑阶段，此阶段天气炎热，人们的购物行为主要集中在早、晚2个阶段，所购商品也主要集中在日常生活用品为主，配以一定的消暑商品为辅，如：西瓜、碳酸饮料、果汁饮料、防晒霜等。7月份xx店由于卖场格局的调整，销售有了一定的下降，为更好的加强品类促销，加强夏日商品的销售，特做出夏季商品品类促销。

1、更好加强并稳定会员顾客群，通过每档的会员专享商品及一定的会员抽奖等形式拉拢并稳定好周遍顾客群。

2、通过夏季商品的品类促销，并做出一定的关联性促销，充分挖掘市场份额，在迅速提升一大类别商品销售的同时，提升门店整体销售额。

冰爽底价吓一跳

xx年8月4日xx年8月12日

主旨：拉动并稳定周遍顾客群，以一定的惊爆价商品做为主流商品，吸引一定的家庭主妇、中低档消费群，并迅速锁定周遍目标顾客群，提升客流量，最终实现销售的回升。

促销商品品类选择：此品类促销主要以hr（高清晰度、高敏感度）类商品（价格弹性比比较高的商品为主，顾客购买率较高的商品），如鸡蛋、大米、肉类、油类等。

具体数量分配：

生鲜类：10支左右。

蔬果类：（2—3支）如：西瓜、绿豆、大米、应季蔬菜。要求在尽量不做负毛利的情况下，可采取平进平出的形式。

肉类：（1—2支）如：前腿肉（肉类现今市场比较火热，价格有明显的上涨，可允许做1支惊爆价商品）。

熟食类：（2—3支）熟食类商品多属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，那么可以列出1支左右的惊爆价商品。如烤鸡、卤菜等。

面包类：（2—3支）面包类商品同属于毛利较高、价格弹性比较低的商品，顾客购买率较为稳定的商品，建议做1支惊爆价商品、12支特价商品。

食品类：5支左右。

粮油类：（2—3支）粮油类商品，尤其是大米、食用油都属于毛利较低，价格弹性比较高的商品，顾客购买率较高的日常生活用品，建议做1支惊爆价商品，12支特价商品，如现在油在市场上价格统一都上涨，如能做一支特价油，定能形成一定的抢购潮。

品类促销：跟酷暑抗衡夏日爽肤100%

主旨：8月正是夏天最为炎热的月份，古人就有酷暑三伏之说，在8月中就有中伏和末伏，紫外线强度及温度在全年当中也数，所以在本月进行护肤类商品（如：防晒霜、防晒伞等）、去油类的洗面奶等作为主打的促销商品，一定能创造一定的销售高峰。

具体促销商品品项选择如下：

食品类；（主打商品选择）50支

个人护理类：防晒霜、洗面奶、面膜等。

个人清洁类：如：洗发水、沐浴露、香皂、纸巾等。

家庭抗蚊类：杀虫水、蚊香、电蚊片等。

非食品类（关联商品选择）10支

床上用品类：空调被、蚊帐等

家电类：风扇、空调、凉席等

百货类：防晒伞

鞋类：凉鞋、凉拖

会员专享商品

主旨：为了更好稳定会员顾客群，特作出8支左右的会员专享惊爆价商品。

促销商品选择：主要选择品项为mr（无清晰度、无敏感度）商品，如：方便面、高压锅、熟食、饮料等。

**超市活动促销方案篇六**

活动分析：农历七月初七俗称中国的情人节，又称乞巧节或女子节。七夕风俗始于汉朝，随着牛郎织女美丽传说的广为流传而深入人心。牛郎织女一直被视为勤劳、智慧的化身，他们的爱情故事也被认为是浪漫、恒久的典范。据说在七月初七这天祈福，女子可以乞巧得巧，拥有像织女一样的巧手天工，并得到美满的爱情。男子祈福可考运亨通，家庭美满。

此次活动目的是营造情人节节日氛围，打造有特色的七夕情人节。增加购物乐趣，以巧克力、鲜花、玩具等相关商品的销售为主，带动其他商品的销售。

活动标题：七夕情人节 相约新世纪

活动时间：8月20日

活动内容：

1.还是主推特价、削价、过季商品为主，卖场装饰营造“情人节”氛围。购物满81元以上的顾客，送鲜花一支，每天限500支，送完为止。(购物就参加)

2.情人节巧克力及相关商品展——超市负责

1)超市做一个巧克力堆头;花妆组准备鲜花。外部项链、情侣表等展示。

2)其它相关商品端架前也可写pop煽动目标顾客购买。

3、广播氛围渲染

2)心情点歌：8月8日至10日，顾客(或公司员工

)均可到服务台填一张免费点歌单，广播将带去你的“心意”。

5、购物新世纪 情定“连理树”

活动时间：8月18日—20日

活动对象：情侣

抽奖时间：8月20日

活动口号：爱从零开始，情在此升华

活动内容：入口醒目位置摆放一棵“连理树”，凡8月8日-8月15日光临新世纪的顾客均可在“连理树”上留言，表达对情侣的祝福和心意。届时将组织抽奖活动。(到服务台领取七夕情人卡)

活动道具：连理树1棵、留言卡200张、抽奖箱1个、

奖项设置：

1)一等奖1名：奖高级汤锅

2)二等奖5名：奖价值18 元巧克力

3)三等奖10名：奖精美玻璃器

**超市活动促销方案篇七**

春节是一年当中最重要的节日，对于客流量较大的超市业态，即是不做活动生意也不会淡，但是在有竞争的情况下，好的企划方案不仅是提高客单价的有效途径，同时也是增强顾客好感度，提升企业美誉度的良好契机。

在做方案之前，我们可以把前来购物人群按购物的目的性分为三大类：

第一类：普通百姓家庭为储备年货而进行的较大金额的购物。

消费高峰从腊月二十三开始到腊月三十。一般消费金额在50、100或200不等，所购商品主要是柴米油盐和特色年货，那么针对这类人群一定要在采购上下大功夫把一些相对实惠的民生用品或是比较有特色的年货精品采回来，这样在宣传环节可以把这些做为主推产品，吸引顾客前来购买。企划方案可以从提高客单价入手，以100为单位进行操作，从而达到提高销售的目的。当然为了突出春节的喜庆气氛，活动可以溶趣味性和参与性于一体给顾客留下深刻的印象。

第二类：普通百姓家庭为走亲访友而准备的烟酒副食类礼品。

消费高峰应該在正月十五之前。因为走亲访友一般会带至少两样礼品，我们可以考虑捆绑销售的方案，但是根据以往的经验，要捆绑销售的商品一定得是畅销品，而且必须得让顾客感觉实惠。

例如火腿肠+牛奶+方便面+桶油=66块钱或牛奶+桶油=58块钱等，可以定为两件套，三件套，四件套等，要么从价格上给予优惠，要么以实物买赠的形式。为了突出“套”这一亮点，可以把这几件东西做上同一标示或系上飘带等，增加喜庆的气氛以促进销售。

第三类：个别单位的大宗团购。

消费高峰期从进入腊月便陆续开始，针对这一群体，往年我们仅仅做的是宣传口号，没有明确的优惠措施，今年可以尝试把不同金额的团购优惠在dm单上详细的进行宣传，明码标示，刺激销费。

经过以上分析，搞清楚目标客户群的不同消费特点，今年的春节要从年货宣传入手，把活动时间拉长，并且把活动内容多样化真正突出“节”的气氛，实现老百姓开心购物，享受实惠的心愿。

一、活动主题：佳美精品年货节

二、活动时间：2020年2月10日（农历十二月二十三）——3月5（正月16）

三、整体活动广告语

欢乐佳美中国年购物惊喜不间断

说明：可用作公交车前后的宣传、一店前厅入口、一店店内气氛、各店对联等

四、活动内容

（一）新春到，“福”送到！活动时间：2月10日开始

购物送福送到家，福运连连，惊喜不断！

凡在佳美各店购物满50元者，送价值5元的.金字“福”联一个（共2000个送完为止）

（二）新年送“鲤”年年有“鱼”活动时间：2月7日——2月17

新年送吉祥，新年有“礼”年年有“鱼”,风调雨顺，天降鲤鱼，购物满200元送一条！

（三）特别企划情人节专版活动时间：2月7日——14日

我亲爱的情人节，特供商品乐开怀，玫瑰、鲜花、巧克力一个也不能少！

买情人节特供商品满38元送情装玫瑰一支

凡购物满60元者免费包装情人节礼物

服装区购物满300元送价值38元的巧克力一盒+玫瑰花一支

（四）新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：2月18日——2月27日（初一至初十）

说明：这其实是一个抽奖活动，与以往不同的是在奖品的设置上可以多样化，可以设一个大奖造出轰动效果，也可以不设大奖，把礼品直接写在奖券上，抓到什么送什么，如果采用后者方案，可以把企划部以前所剩的奖品以及以前业务争取的赠品统计一下，按数量分写在奖券上抓到什么送什么，如果礼品不足可以买一些小的中国结或小吊坠补充，虽然这些东西很小很便宜但因为是在过节期间，人们往往更加在意的是“福”运一把抓活动喜气洋洋的参与过程。

注：可设一二三四五等奖及参与奖。一等奖：1000元礼券2名（1名）二等奖：500元礼券5名（2名）三等奖：100元礼券（3名）四等奖：50元礼券20名（10名）五等奖：20元礼券50名（30名）

（四）团购价低更有礼，财运吉祥送到家！

活动时间：2月7日——2月27日（初十）

团购满2000元送价值50元的衣服一件

团购满3000元送价值99元的酒

团购满5000元送价值150元的酒

团购满10000元送价值280元的礼盒

**超市活动促销方案篇八**

活动主题：情人节促销

活动说明：满就送，购物满不同的金额送不同等次的礼品。

125元----你爱我　享有初恋滋味冰淇淋+中国结手机挂坠;

721元----亲爱的　享有伊甸园冰咖啡一份+情侣纯银对戒指一对

其他活动：

1、最佳情侣装秀评选

2月1日--7日最先报名的10对情侣可参加比赛，要求必须为情侣装搭配。

2、情人节免费礼品包装处

为了给您的情人节增添浪漫，我们将在1、2、4、6楼分别设立免费包装处。

3、玫瑰情缘!

导演：百货

人物：爱之侣

序曲：xx年春夏时装发布会：周末下午16：30~17：30，在商场广场举办春夏品牌时尚发布会。

节目：活动期间，当日购物满299元，就可获取玫瑰卡一张，有机会获得价值1600元的幸运奖或100元的纪念奖。同时获赠情人节礼品一份(玫瑰花一束或巧克力一盒).

背景音乐：珠宝、化妆品、饰品、服饰等品牌买赠活动。

**超市活动促销方案篇九**

永顺超市

五一购物有惊喜，永顺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。

**超市活动促销方案篇十**

讲究新年的“新”，突出好礼的“礼”。将节日休闲购物与享受实惠娱乐完美结合，让顾客在卖场内感受到新年的愉悦和购物的乐趣，充分体现xx超市的家园式购物氛围及无微不至的人性化服务，为春节消费高峰期的来临做好舆论优势。

20xx年12月28日——20xx年01月2日

元旦送礼乐翻天

1、冬至（12月22日）当天推出较多火锅料、汤料、水饺、汤圆等特价销售，可关联性陈列，并快讯推介相关的调味系列商品及火锅用品。

2、圣诞节前期推出圣诞贺卡、圣诞礼品、圣诞装饰品、圣诞帽、散装糖果、朱古力等应季商品。

3、元旦促销期建议加强会员价的覆盖面及特价幅度。在新的一年里，给会员顾客留下一个良好的印象；（目前，我司会员价与零售价相差甚微，顾客意见很大，达不到真正的`实惠会员，因此，元旦节日销售，建议各大分类销售排名前几位的商品不妨拉大零售价与会员价的距离，做超低会员价销售，并做快讯主题推介。）

4、元旦快讯促销品以清洁用品为主，烟、酒、礼品、保健品等开始推介。

5、生鲜商品建议每天做1—2个超低价，上快讯的水果、蔬菜需要全部订出价格。

元旦送大奖，购物更疯狂！

时间：12月29日——元月2日

1、活动期间，一次性购物满48元的顾客参加抽奖一次，以次类推，两次封顶，百分百中奖，永不落空。（特价除外）

兑奖地点：各门店大门口

兑奖办法：即抽即中，即中即奖。

2、奖项设置：

一等奖30名奖自行车一辆售价200元=6000元

二等奖400名奖怡飘10装卷纸一提

或可乐一提售价10元=4000元

三等奖1000名奖xxxx酱油一瓶售价3元=3000元

纪念奖10000名奖立白洗衣皂一块售价1。5元=15000元

（一）主要活动：千僖迎新半价返还

2、单张购物小票最高返还金额不超过500元；

3.1号当场公证随机抽取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1日开始，至1月7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；

**超市活动促销方案篇十一**

七夕，指农历七月初七，被称为中国的“情人节”，是中国传统节日中最具浪漫色彩的日子。\"七夕情人节\"是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以\"情物礼品\"为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。本站小编为大家带来三篇市七夕促销活动策划方案，仅供参考。

一、促销目的

通过\"浪漫七夕夜\"这一主题，紧紧抓住围绕\"有情人\"这一心理，展开商品促销和活动促销，以吸引客流，提高知名度，达到销售的目的。大力推出\"降价风暴\"的降价促销活动，让消费者感到真正的降价优惠。

二、促销时间

2018年8月26日-- 8月31日

三、宣传档期

2018年 8月10日-- 8月25日

四、促销主题

1 .示爱有道 降价有理

2. 备足礼物 让爱情公告全世界

五、商品促销

\"七夕情人节\"是一个特殊的节日，是有情人赠送礼品的节日，因此商品促销应以\"情物礼品\"为主题，饰物礼品、定情信物、鲜花、精品系列等。

各店应做好商品的创意陈列和突出重点陈列，以保证节日商品达到最高销售。

1 、商品特价

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

2 、主题陈列： 8月26日-- 8月31日

各店于正门口显眼位置做情人节系列商品主题陈列，可以充分利用厨窗摆放，如没有厨窗的店面可陈列醒目位置。

要求：

a 、情人节主题陈列，以店内精美饰品为主要陈列对象

b 、各店必须包装至少 11份以上的\"饰品套系\"用于主题陈列

六、\"浓情头饰花束\"

1 、以头饰为主，现价按原有价位 6-7折出售，美术笔手写醒目价签，凡购买饰品 80元以上的顾客均赠鲜花一支。

2 、制作\"浓情头饰花束\"售价表

提前准备包装盒，包装纸，做好包装工作。

3 、免费送货服务，要求饰品超过 100元，送货范围不超过 2公里。

七、活动促销：

1 情人气球对对碰

费用 0.155元 /套。

2 、会员卡赠送

凡购买情人节系列商品(不限金额)，即可赠送会员卡一张。(时间： 8月8日- 13日)

注意做好会员卡资料登记工作。

八、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来。加盟店可在当地自由选择媒体。例：晚报、电视台字幕、dm投递等等。

1 、宣传广告语

色彩跳跃的 xxx饰品

鲜艳的色彩，精致的做工，来自韩国的设计。情人节期间，这样的饰物会不会再兴起一股流行风?快来看看这些高贵、可爱漂亮的饰品吧!

与众不同的情人节

送什么才是与众不同的，送什么礼物才能博美女一笑?又省钱又体面的礼物，请看 haface推荐的宝贝饰品吧 ......

九、店内布置

1 、备足礼物 让爱情公告全世界 门前写真招帖。

a. 店门口美术笔手写招贴(含优惠策略的具体内容);

b. 彩色横幅一条：内容为\"示爱有道!降价有理之降价风暴\";

c. 购买或租用心形气球做店面装饰;

2 、柜台和店面内外的卫生：要整洁，门窗玻璃一定要干净，一尘不染。

3 、在这里还是要特别提到服务质量一定要切实提高。

十、联合经营

与当地鲜花店达成合作协议，相互提供商品，以增加双方销售量。

如购买 xxx元鲜花，赠由 xxx提供的饰品一份或会员卡;

在 xxx购 xxx元饰品，赠由 xxx鲜花店提供的鲜花或优惠卡。

超市七夕促销活动策划方案二

七夕是中国传统的`情人节，由于中国人越来越珍视中国的传统文化、民俗节日，在加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，七夕情人节已经成为情侣必过的节日之一。本人促销方案是主要紧贴\"七夕\"主题的促销方案，以配合店内各商家、卖场促销活动，营造浓郁的情人节消费氛围。

(一)、活动主题

心心相印，浪漫七夕

(二)、活动时间

即20xx年8月26日至8月31日

(三)、活动地点

休闲食品区

(四)、活动办法

1.凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。

奖项有：

一等奖：情侣装一套

二等奖：金装巧克力一盒

三等奖：心心相印抽纸一袋

参与奖：心形气球一个

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

(五)、商品计划

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

(六)、宣传

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来，根据可视经费的多少而选择最恰当的传播媒体。如：

1.传单 2.海报、彩旗、气球、电子滚动字幕 3.店内播音

(七)、卖场布置

1.店外的活动装饰，如：海报、布旗等;

2.店内的气氛布置，如：pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

(八)、特别企划活动

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其他的情人节趣味活动，例如：

1.情人默契大考验;

2.\"真心话大考验\"或\"敢爱你就说出来\"，挑战自己的勇气，许下爱的誓言;

3.在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。

超市七夕促销活动策划方案三

活动时间：8月26日--31日

活动主题：情人节促销

活动说明：满就送，购物满不同的金额送不同等次的礼品。

125元----你爱我 享有初恋滋味冰淇淋 中国结手机挂坠;

365元----天天爱你 享有冰淇淋船一份 索芙特水白晶一盒 情侣来电闪一对

721元----亲爱的 享有伊甸园冰咖啡一份 情侣纯银对戒指一对

1314元---一生一世 享有郑明明三件套一套 情侣来电闪一对 登喜路钱夹一个

其他活动：

1、最佳情侣装秀评选

最先报名的10对情侣可参加比赛，要求必须为情侣装搭配。

2、情人节免费礼品包装处

为了给您的情人节增添浪漫，我们将在1、2、4、6楼分别设立免费包装处。

3、玫瑰情缘!

台词：暗香浮动，花香隽永，阳光下，一场美丽的玫瑰雨，飘飘洒洒不停，在这一个叫\*\*\*情的日子里，携手你的玫瑰情缘，来一趟，早春浪漫的阳光之旅......

导演：xx百货

人物：爱之侣

序曲：xx年春夏时装发布会：周末下午16：30~17：30，在xx商场广场举办xx春夏品牌时尚发布会。

节目：活动期间，当日购物满299元，就可获取玫瑰卡一张，有机会获得价值1600元的幸运奖或100元的纪念奖。同时获赠情人节礼品一份(玫瑰花一束或巧克力一盒).

背景音乐：珠宝、化妆品、饰品、服饰等品牌买赠活动。

**超市活动促销方案篇十二**

活动分析：农历七月初七俗称中国的情人节，又称乞巧节或女子节。七夕风俗始于汉朝，随着牛郎织女美丽传说的广为流传而深入人心。牛郎织女一直被视为勤劳、智慧的化身，他们的爱情故事也被认为是浪漫、恒久的典范。据说在七月初七这天祈福，女子可以乞巧得巧，拥有像织女一样的巧手天工，并得到美满的\'爱情。男子祈福可考运亨通，家庭美满。

营造情人节节日氛围，打造有特色的七夕情人节。增加购物乐趣，以巧克力、鲜花、玩具等相关商品的销售为主，带动其他商品的销售。

七夕情人节相约新世纪

8月20日

1.还是主推特价、削价、过季商品为主，卖场装饰营造“情人节”氛围。购物满81元以上的顾客，送鲜花一支，每天限500支，送完为止。(购物就参加)

2.情人节巧克力及相关商品展——超市负责

1)超市做一个巧克力堆头;花妆组准备鲜花。外部项链、情侣表等展示。

2)其它相关商品端架前也可写pop煽动目标顾客购买。

3、广播氛围渲染

2)心情点歌：8月8日至10日，顾客(或公司员工

)均可到服务台填一张免费点歌单，广播将带去你的“心意”。

5、购物新世纪情定“连理树”

8月18日—20日

情侣

8月20日

爱从零开始，情在此升华

入口醒目位置摆放一棵“连理树”，凡8月8日-8月15日光临新世纪的顾客均可在“连理树”上留言，表达对情侣的祝福和心意。届时将组织抽奖活动。(到服务台领取七夕情人卡)

连理树1棵、留言卡200张、抽奖箱1个、

1)一等奖1名：奖高级汤锅

2)二等奖5名：奖价值18元巧克力

3)三等奖10名：奖精美玻璃器

**超市活动促销方案篇十三**

举国欢腾庆五一，开心购物去海联

5月1日5月7日

活动一：

日化节亮丽人生

联合34个主要洗化品牌举行产品会展。世纪海联超市负责统一组织文艺演出活动、展区整体规划、整体宣传及涉外事宜。厂商自行负责品牌宣传及在规定展区区域的促销活动。

太阳伞若干（供应商自备），氢气球8个以上（供应商自行广告宣传备用）、气拱门一条（20米）、外场展区（4个）、服务台前展区（其它品牌）、二楼不锈钢栏处会展厂家展区、文艺活动区（舞台、音响设备）

1、最后胜利（5月1日7日）

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档2030样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9：0起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动（与英才音乐学校联合举办）

2、风情万种（5月2日）

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深（5月3日）

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采（5月4日）

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品;设置一处景点，现场免费拍摄（1人限拍1次）;免费化妆会;美容美发专家咨询会。

5、爱我中华（5月5日）

“世纪海联杯”少儿绘画赛、作品展

从4月25日开始，少年儿童（6-13岁）凭一幅作品在服务台前报名。

5月5日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦锈中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线（5月6日-7日）

活动形式：模仿秀卡拉ok赛

分为少儿组（童声放送）、青年组（明星挑战）、老年组（老有所乐戏曲票友之夜）三组

从4月25日开始免费报名。桥西店服务台进行详细登记。桥西店从4月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

奖项设置：

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出10余种针棉商品五折销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品。

活动二、爱情岁月甜蜜之旅

促销思路：五一将是婚庆的市场，将营销目标锁定在五一劳动节，针对婚庆市场开展营销活动，提高企业在婚庆市场的占有率，提高企业知名度。

促销对象：五一节期间举行婚礼的未婚伴侣

促销目标：在促销期间将举行婚礼的未婚情侣锁定

促销时间：4月26-5月7日

1、极地情婚纱show（二至三场）

由极地摄影浓情推出其款式新颖、气质特数款婚纱，邀请知名模特举行“极地情婚纱show”。极地情婚纱show气势恢宏，内容丰富，必将吸引众多青年男女特别是将举行婚礼的恋人的青睐，为极地摄影提供宣传的有效途径。

2、见证爱情，留住精彩

3、甜蜜之旅

活动期间，凡在xxx一次性购物80元以上的未婚伴侣，可享受免费婚照一套。

4、爱情岁月，幸福共享

活动期间，凡在极地摄影拍摄婚纱照的爱情伴侣，凭极地开出证明单，在xxx超市购物享受9.8折优惠。

1、电视广告岳阳无线频道8次

2、广播电台10天

3、xxx商品快讯1500份

4、店面pop

5、xxx店面布幅广告1幅

6、报纸广告《xx信息报》1/4版1次

8、活动期间举行婚纱摄影展，设置拍摄景点一个。

**超市活动促销方案篇十四**

【篇一】

一.促销活动时间

20xx年x月x日—20xx年x月26日

共七天(20日—26日大年夜)

二.活动主题

千僖迎新，半价返还

三.活动内容

(一) 主要活动：千僖迎新 半价返还

2.单张购物小票返还金额不超过5000元;

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。

四、活动推广

1.报纸广告：

2.电台广告：

3.现场横幅

4.现场彩灯

五、费用预算(略)

【篇二】

一、元旦后应立即进入年节氛围的布置，第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

二、1/25-2/2 腊八节喜庆年货 早买早实惠

1月27日腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让顾客产生此处可买到便宜年货的感觉。

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

pr活动：

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止!

加1元 换购价值3元商品一个

加5元 换购价值8元商品一个

加10元 换购价值15元商品一个

加15元 换购价值25元商品一个

加20元 换购价值40元商品一个

具体换购商品待定!

三、2/3-2/11 除旧迎新 欢欢喜喜过大年

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购提示随处可见。

pr活动：

新年好礼满额送 (2月3日-2月14日)

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份;

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份;

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份;

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份;

四、2/12-2/18新年好礼 精彩亮相

此时间段是年前采购的也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1)爱让我们相识：n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2)爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3)爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4)爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止!

五、2/19-2/24鼠年最炫礼 福多运多财更多

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的顾客在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动顾客的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位顾客进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得!

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

【篇三】

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴

春联

等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣 (针对这次送福，送财)春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。(礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置)买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动(也是超市销售新特商品的好时机)

一、春节促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息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。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

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。

三、认真做好商场超市的陈列工作

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，在春节促销活动中,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。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和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。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找