# 2024年生鲜超市营销策划方案(实用11篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-08-24

*无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。生鲜超市营销策划方案篇一中秋节的活动已经结...*

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**生鲜超市营销策划方案篇一**

中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充足，因此在国庆节期间，我超市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，带动超市的人流及销售高峰。

精彩华诞，举国同庆

xx月xx日—xx月xx日

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

xx日活动期间，在xx西门口，xx为您在xx邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，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，凡在我超市二楼一次性购物满xx元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。（限xx面，送完为止）

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日——7日（7天）

10月1日起，在xx广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧！

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天，欢乐实惠颂：

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

除了菜价外，出惊爆价的部门依次为：二楼食品、酒饮、洗化、百货、针织、食品，酒饮。

选择商品时，根据xx的近期活动，要有针对性的选择商品，原则上为平毛利。

情况特殊可作负毛利。一定要在活动，期间作出清早买菜老太太满场飞奔的情况

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在10。1—5日，凡在我商场二楼一次性购物满xx元，或是在一三四楼一次性购物满xx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：xx；

二等奖：xx；

三等奖：xx；

参与奖：xx。

100%中奖！

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖！

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜！

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的承诺，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好！亲爱的，我们结婚吧！让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝！

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我超市一次性购物满xx元以上，即可获赠xx县xx婚纱摄影名店提供的xx寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼：

凡在10。6—7日在我超市二楼一次性购物满xx元，或是在一三四楼一次性购物满xx元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取xx。（小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品）

通过各类媒介做好活动推广的宣传。

**生鲜超市营销策划方案篇二**

活动思路：作为超市这个零售行业来说，低价是吸引顾客的途径，然而随着社会的发展，消费者素质的提高，服务更是吸引顾客的关键。根据“20%的顾客创造80%的销售额”原则，举办“好邻居，好伙伴”活动，目的就是为了培养忠实顾客，提高顾客忠度，增加企业亲和力，树立优良企业形象。

活动目的：培养忠实顾客，提高顾客忠诚度，提高门店销售额，同时增加企亲各力，树立优良企业形象。

活动主题：好邻居，好伙伴

活动时间：4月22日-年5与20日

活动安排：a、“油盐柴米酱醋茶我们帮您送到家”活动（见附1）b、“最忠诚的客”活动（见附2）c、“最称心的礼”活动（见附3）

附1：油盐柴米酱醋茶我们帮您送到家这是一个长期的活动，主要以送货上门服务为主。活动期间在各门店用kt板制作出以“油盐柴米酱醋茶我们帮您送到家”的广告标语，主要是起到加深巩固的`作用。建议：超市各门店成立一个顾客服务部；顾客服务中心主要是有防损成员组成，如哪位顾客需要帮助可直接向顾客服务中心请求；（要求必须离我超市不超过1公里）

附2：“最称心的礼”活动“最称心的礼”活动是以顾客积累购物为主，只要顾客在活动期间购物达到一定数量我们超市将送出一份温馨的家庭日常用品。要求：购物达到以下标准的顾客只须将姓名、联系电话、家庭住址（通信地址）填写在“最忠诚顾客”表上就可以在我超市领取礼品。活动完毕后各门店须将“最忠诚顾客”表提交到营运部。活动期间（年4月22日-年5与20日）每一周购物累积满120元者送精制碘盐一袋每二周购物累积满280元者送汰渍洗衣粉一袋每三周购物累积满480元者送加加酱油一瓶一个月购物累积满580元者再加5元即可获得200ml飘柔洗发水一瓶。并为世纪海联超市“最忠诚顾客”。

通过这次活动不仅可以得到促销作用又可对我超市的忠诚顾客进行一次彻底的调查。有了这份顾客调查报告后，可长期与顾客沟通（如过年、过节向顾客电话问候节日或不定时制作温馨卡，寄予顾客），可稳定顾客对超市的忠诚度，培养一大批稳定的消费者，既可以提高企业的知名度，也对超市发展也有着很大的影响。

附3：“最忠诚的客”活动培养最忠诚的顾客，必须让顾客对我超市的信任度很高，很愿意来我超市购物。用“最忠诚顾客卡”主要是为了抓住顾客的回头率，培养一批稳定的消费群体在这一个月购物累积满500元者再加5元就可获得200ml飘柔洗发水一瓶并可以成为我超市最忠诚的顾客，可获得“最忠诚的顾客”卡一张。最忠实顾客参加年4月27日“忠实顾客联谊会”主题party我们将聆听你宝贵的意见和建议，以便为您提供更好的服务现场抽奖（从中固定抽出5名，奖价值100左右的礼品）精彩礼品（凡参加联谊会的忠实顾客均可获得价值20元左右的礼品）

费用预算：

1、“好邻居，好伙伴”活动快讯40000x0.12=4600元

2、精制碘盐9个门店计5000包：5000×0.84=4150元

3、加加酱油9个门店计500瓶：500×4.1=20xx元

4、汰渍洗衣粉9门店计1000袋：1000×2.4=2400元

总计：14560元x1/2=6780元（注：以上赠品拟由供应商赞助1/2自行采购1/2）

6、忠实顾客奖品：500元7、忠实顾客礼品：200×20=4000元

8、各门店pop广告500元以上费用共计：11280元

**生鲜超市营销策划方案篇三**

2024年\_月\_日起至2024年\_月\_日止，为期\_天。

二、目标

1、把握购物高潮，促销哈尔滨啤酒产品，协助经销商出清存货。

2、增加销售量，提高市场占有率。

3、坚持以顾客为中心，坚持顾客是上帝的服务宗旨，保证产品质量，积极宣传\_\_啤酒，增强公司知名度，树立品牌形象。

三、活动主题

\_\_啤酒让你欢乐开怀

四、对象商品

\_\_啤酒、\_\_\_啤酒、\_\_啤酒、\_\_啤酒。

五、计划内容

1、把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者的兴趣，引导选购\_\_系列啤酒产品，以达到促销效果。

2、新年大优惠：每听\_\_原价2.7元，现价1.98元;\_\_330ml;原价4.3元，现价3.2元;\_\_600ml;原价6.8元，现价5.5元;\_\_600ml;原价4.3元现价3.5元，并且实行捆绑销售。

3、快乐幸运送：幸运转盘转不停，大礼连连送。

凡购买\_\_啤酒68元以上的顾客均有一次抽奖机会，可以得到\_展架上的礼品，100%中奖。

注：奖品包括圣诞老人玩具，印有哈尔滨啤酒字样的水杯、雨伞，各种小饰品等等。

六、计划的对象

中年人

七、计划的目标

\_\_600ml10件、5.5\_12\_

10=660元。

\_\_600ml15件、3.5\_12\_

15=630元。

总计：5202元。

八、促销场所

\_\_店超市店内

九、店内装饰

1、在超市入口张贴促销海报，以[哈尔滨啤酒让你欢乐开怀\"为主题，并设立抽奖展台。

2、在超市内设立促销展台，并设置路标，指引顾客哈尔滨啤酒促销活动的具体位置。

3、巨幅：各分店根据物业实际尺寸联系制作，内容为圣诞节各项主题促销活动和哈尔滨啤酒优惠大酬宾的信息。

4、展板：主要公布此次各项主题促销活动的所有内容，传达活动信息，吸引顾客。

5、橱窗玻璃：设计制作圣诞节主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛。

十、广告宣传

1、制品种类：宣传海报、广告传单。

2、通知方法：提前一周在居民区发宣传单，在店内张贴活动广告。

十一、运营计划

活动准备排期表如下：

1、广告宣传品设计采购：广宣品设计周期为2天，交项目经理审核通过。采购制作周期3天，\_月\_日前提交给项目经理。

2、礼品制作制作周期5天，样品交项目经理审核通过，\_月\_日前提交促销活动。

3、确认促销超市向店方书面展示促销政策，并就备货、定价、提供场地、广宣品布置方式、厂方促销人员数量、促销区域等鉴定协议，并获得驻场场促销人员核准手续，\_月\_日前项目经理完成。

4、与店方洽谈供货事宜，确认在促销日前店方有充足、全品项备货，\_月\_-\_月\_日业务代表\_\_和项目经理完成。

5、再次与店方确认促销配合事宜，持已签定的促销协议与店方洽谈，再次确认\_月\_日-\_月\_日业务代表\_\_和项目经理完成。

6、促销人员招聘活动，招聘熟手促销人员\_名(有当地身份证、健康证、有担保人)，按促销培训指引进行岗位培训，\_月\_日-\_月\_日。招聘9：20-9：28，培训\_月\_日。促销主管负责。

7、促销开始前，店内广宣品、产品备货、陈列达到设定要求促销方案中对促销现场的备货、陈列、标价、码放等作出详细规定(最好有现场模拟图)促销前一天要求全部到位\_月\_-\_月\_日业代\_\_促销活动组全体人员和项目经理。

8、确认准备工作已全面落实促销全部内容已与店方达成共识，并确认;物料齐备;促销店产品供货、陈列、广宣品、标价合乎要求;促销人员就位岗前培训合格，\_月\_日-\_月\_日项目经理和销售经理。

9、安排促销人员进场开始促销：促销第一天促销促销活动组全体人员到场，项目经理全天跟进，及时纠偏，销售经理当天审查促销效果。

十二、计划效果

1、顾客购买量明显增加，提高销售额，增加市场占有率。

2、提高了产品的知名度。

3、树立品牌形象。

**生鲜超市营销策划方案篇四**

\_\_年6月1日—6月23日

二、活动名称

抽奖go购乐

三、活动内容

(一)、靓夏新折扣场内各楼层夏季商品全面折扣销售;(各楼层折扣见附表)

(二)、go乐透抽

1、活动期间，在本商场购物累计满200元可兑换刮刮卡一张，满400元可兑换刮刮卡两张，依次类推，买多抽多(满1000元以上限换抽取刮刮卡5张)抽奖方式:利用刮刮卡的形式，设置一、二、三、四等奖四种奖项，消费者凭购物小票到五楼兑奖台按要求兑换刮刮卡，现刮现兑。(一等奖最后几天开始设置或者不设置，具体情况待定。)

2、奖项设置:

一等奖1名价值3500元的三洋空调机一台

二等奖2名面值500元的提货券一张

三等奖300名防紫外线阳伞一只(印上商场logo)

四等奖\_\_名精美礼品一份(印上logo)

(三)、真馨真意甜蜜献礼活动期间:6月1日至6月12日凡当日于本馆内购物累积满500以上(含500元)，即可凭发票至赠品兑换处兑换精致6吋儿童节蛋糕兑换券一张，每张发票至多可兑换三张兑换券，于6月20日前可至b2喜悦蛋糕专柜提领，逾期无效。

\_赠品以现场实物为准

(五)、现场活动

1、大胃王趣味赛

时间:6月1日pm3:00

地点:一楼广场

内容:以最快吃完一盘寿司10粒、一笼汤包10粒、一盘意大利面之前三名即为优胜。(名额限30名)凡参赛均可获得参加奖一份。

协办单位:

日式海鲜餐厅、上海汤包、义式餐厅

2、捷足先登加值送

活动时间:5/31~6/16

活动地点:2f贵宾厅

凭当日于纽约纽约消费满200元之发票即可参加加值送活动加19元可购得造型足球闹钟。加29元可购得造型足球迷你凉风扇。加59元可购得时尚牛仔椭圆包。加99元可购得时尚牛仔方包注意事项:赠品数量有限送完为止。

四、媒体行销

(一)5月31日(星期五)

1、《扬子晚报》10.5彩色通栏

2、《南京晨报》10.5彩色通栏

3、《现代快报》10.5彩通

(二)6月4日

1、《扬子晚报》10.5彩通

2、《现代快报》10.5彩通

3、《金陵晚报》10.5彩通

五、费用预算

序号品名单价数量小计

1、媒体56000元

2、一等奖空调3500元/台1台3500元

3、二等奖购物券500元/个2张1000元

4、三等奖阳伞8元/个300把2400元

5、四等奖小礼品2元/个\_\_个4000元

6、户外看板300元/个10个3000元

7、美陈费用8000元

8、其他费用3000元

9、刮刮卡制作费10000张150元合计81050元

附:夏季纳凉促销晚会方案

\_\_年6月1日—6月2日18:30——20:30

二、活动内容

以纳凉、促销、观光为主的晚会演出(具体所需物料与演出节目单见附页)

(一)、演出内容:4人街舞、5人乐队、儿童京剧、主持人现场和消费者互动演出等。

(二)、演出提供:全套演出音响设备及调音师、舞台灯光布置等。

**生鲜超市营销策划方案篇五**

一、活动介绍：

老师作为知识的传播者，在历朝历代都受到人们的尊重和爱戴，被誉为“人类灵魂的工程师”，鉴于此，我们在教师节期间促销活动以“尊师爱师”为主题，把这次促销活动的主要目标群锁定为教师群体。

二、活动目的：

通过多次针对不同目标群体的促销活动，分别针对不同的消费群做不同形式的促销活动，使用各个击破的策略，对不同的消费群体展开不同形式的宣传促销攻势，逐步让整个鸢都消费者都能了解并参与进风筝地一大道购物活动中来，最终达到提高商场人气，增加客流量和销售额的目的。

三、活动主题：

浓情9月，致礼恩师，\_\_\_\_感恩大回馈

四、活动时间：

20\_\_年9月上旬(9月5日—12日)

五、活动地点：

\_\_\_\_购物广场卖场内

六、前期宣传

9月1日开始整体宣传造势，具体宣传方式：

(1)制作活动宣传片在公交车车视tv上9月1日至12日进行宣传。

(2)通过dm单(凭dm单可为老师领一张贺卡)进行户外宣传。

(3)《\_\_晚报》自9月7日至12日进行半版宣传。

(4)\_\_\_电台自9月1日至12日广播宣传。

(5)商场广播及广场音响9月1日至12日播放活动宣传。

(6)广场户外围挡、条幅以及商场内展架、水牌等宣传9月1日。

(7)企划部9月1日至12日在网上发布活动内容，进行网络宣传。

七、活动内容：

2、购物满二十元顾客可凭小票到服务台领取专为老师准备的特殊礼品一份(雨伞、遮阳帽或者价值更高的礼品，上面印有“老师，您辛苦了”等字样)。

4、餐饮区推出“祝福老师”特别餐，专为老师或招待老师的学生搭赠一些菜品或进行特别优惠活动。

**生鲜超市营销策划方案篇六**

为感谢广大客户长期以来对本支行的关心和支持，进一步提升本支行的市场影响力，本支行以感恩之心举办以下营销活动，努力回报客户的信任，致力提升客户价值，和客户共谋发展，分享创造硕果。

二、活动内容

(一)开展“存款拿大奖，福气喜临门”主题活动

1、活动对象:支行全体存款客户。

2、活动时间:20xx年x月xx日-20xx年x月xx日。

3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理存款业务满xxxx元的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(二)开展“贷款喜得奖，好运日日来”主题活动

1、活动对象:支行全体贷款客户。

2、活动时间:20xx年x月xx日-20xx年x月xx日。

3、活动规则:活动期间，凡是到支行办理贷款业务的客户即可获得一次抽奖资格。活动期末抽取20名幸运客户，分别赢取价值xxxx元的xx商品。

(三)开展“用电子银行，得惊喜好礼”主题活动

1.活动对象:支行全体企业网银、个人网银和手机银行客户。

2.活动时间:20xx年x月xx日-20xx年x月xx日。

3.活动规则:活动期间，一是支行企业网上银行客户使用企业网银完成账务类交易5笔(含)以上，累计金额达100万元即可参与抽奖。活动期末抽取10名幸运客户，分别获赠价值xxxx元的xx商品。二是支行个人网上银行客户、手机银行客户分别完成个人网上银行、手机银行账务类交易5笔(含)以上，且每笔金额超过200元即可参与抽奖，各获赠以下奖品:一等奖20名(个人网银和手机银行用户各10名)，分别赢取价值xxxx元的xx商品。二等奖500名(个人网银和手机银行用户各250名)，分别获赠100元话费充值卡一张。

三、活动安排

活动结束后在11月中旬抽奖，抽奖在公证部门的公证下进行，由电脑随机抽奖。获奖信息在支行各网点营业厅公布，并到指定地点。

四、活动声明

自获奖名单公布起一个月内，客户未来指定地点\*，视为客户自动放弃。

五、活动宣传

(一)本支行各营业网点张贴本次营销活动的宣传海报，活动信息通过led屏幕滚动播出。

(二)本支行通过电视、报刊等媒体对本次营销活动进行宣传。

(三)本支行各部门和营业网点解答客户有关本次营销活动的咨询。

银行营销策划方案范本(四)：

本方案所指客户包括存款客户、贷款客户，客户类别包括个人客户和对公客户，业务涉及贷款、贴现、承兑、开销户、存取款、转账结算、pos机等业务。

指导思想：信用社的长远发展要以“效益”为中心，在正确处理近期与远期关系的基础上，制订切合实际的发展策略，尽快建立一个以效益为纽带，以业务的持续、稳步增长为目标，以充分员工的主观能动性为目的的资金营销和运作方案，迅速开展工作，为信用社圆满完成上级下达的任务指标和信用社长远发展而努力。

工作思路：以客户为中心，经过对存款和贷款进行结构分析，细分客户，量化激励，全员营销。工作中充分授权，配比费用、存款重视账户开立、贷款重视信贷关系的确立，维护好存量客户、开拓新的黄金客户，客户经理以很多的时间走出去，充分了解客户，迅速熟悉客户社交圈，进而赢得客户，占领市场。

服务理念：纵线关注全流程服务，横线关注全方位服务，把差错化为惊喜、把平淡化为满意、把高兴化为眷恋，跟踪到位，横道边，纵到底，把阶段性行为变成高效的、有灵性的持续服务。

第一部分贷款营销

信贷是收入之源，是立社之基。

一、个人客户

1、纯农区的农户

对纯农区的农户继续实行“五户联保”的形式，金额单户10万元，并在适宜的村促成农民专业合作社、和农民信用共同体等农村经济组织的产生，改变农村金融体系缺乏独立承当民事职责且有必须组织性的贷款主体的现象。

2、城中村村民

对城中村村民贷款继续实行“五户联保”的形式，金额单户30万元，大力推广，资料中有村委的介绍信，并要求在我部办理贷款的客户数到达五户的，城中村委会在我部开立结算账户。且由五户以上的客户组成信用共同体，统一评级定信用等级，信用共同体全体客户同意能够推荐其他村民加入享受统一的优惠利率，贷款金额，若信用共同体中村民有一户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次。不仅仅能够加深信用社和所扶持村民所在村委的天然联系，并且还能够实现营销链的外延，并且对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

3、社区居民

由于社区居民零散，且不具有很强的组织性，所以对社区居民贷款一律采取抵押的方式进行，金额以评估价值并参照市场价确定合理的抵押率来定。

4、个体工商户

对于在同一市场里的个体工商户，采取两户商户保证担保加市场担保的方式进行，最高不得突破200万元。对不在同一市场或市场难以供给担保的且由五户以上的个体工商户组成信用共同体，统一评级定信用等级，由信用共同体所有成员向商户供给无限连带职责的保证担保，授信金额核定为50万元，全体成员同意能够推荐其他商户加入享受统一的优惠利率，授信额度，若信用共同体中有一户商户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次，并由所有成员来偿还贷款本息。从而实现营销链的外延，节俭人力成本，并对贷款资产的质量起到进取有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

5、城市白领(含信用社职工)

参照《白领通》执行

6、微小企业老板

把控风险口外延，加强和以在省联社备案的担保公司的合作，采取担保公司总授信，老板贷款，担保公司担保的方式开展业务。

二、企业客户

1、存量贷款

客户经理必须维护好存量客户，作为基本工资的发放考核指标，在存量贷款未发生重大变化时，予以进取办理、并尽快熟悉客户上下游客户及社会关系，实现全方位合作。

2、品牌(自然增长)营销贷款

3、营销贷款(主要是指由明确的单位职工作为营销人的贷款)

(1)全员营销，具体分营销人、客户经理(主调查人为客户经理和协助调查人为其他客户经理)，注：营销人不参与调查。

(2)核定营销金额：信用社负责人总额度5000万元，单户不超过500万元;信用社主任助理3000万元、单户不超过300万元;各科室科长1000万元、单户不超过100万元，副科长700万元，单户不超过70万元;信用社客户经理700万元、单户不超过50万元;信用社其他员工和机关员工300万元，单户不超过30万元。

(3)操作流程[整理]按照利息收入的5%给营销人提取奖励费用，奖励费用进入专户管理，并登记台账，在贷款本息全部收回时兑现。

若贷款进入收回再贷程序，则奖励费用兑现20%，余额和收回再贷的奖励费用一并入专户管理，在贷款彻底收回时全部给予兑现。

若贷款出现风险，则奖励费用全部用来弥补损失，调查人、审查人、贷审会成员、分管主任、主任尽职免责，由营销人负责偿还和并承担贷款营销职责。

参考其他银行利率定价及费用奖励模式：12%的年利率中，包含了资金筹资成本、管理、营销及人工费用大约为7%;研究到商业风险，必须要有2%左右的风险加价;此外还有1%的一般准备计提。同时加上合理利润1.4%，并研究当地银行市场竞争状况，按照0.6%的比例计提奖励费用即利息收入的5%。

(4)贷款期限、利率及还款方式

贷款期限以短期贷款(1年以内)为主，贷款利率执行联社贷款的现行利率，还款采取按月结息到期还本的方式。

4、票据业务

主任助理主抓，利用掌握的客户资源，安排专人办理，重新完善贴现手续，合规操作，日均余额2个亿，循环操作，保证合法有效、到期兑付。

三、人员安排及流程时限

1、信用社全部信贷人员均为客户经理

2、流程时限

依据市办对信用社贷款职责的确定，客户经理负责贷款流程中受理和调查两个环节，初步确定接收资料到正式受理，所有贷款期限均为为3天，完成初审，到达准入条件、并满足客户需求后方可正式受理。

调查时限要求：根据贷款金额来确定，具体为：50万以下贷款均在3个工作日办完，50万-100万贷款在5个工作日办完，100万-500万贷款均在6个工作日办完、500万元以上贷款在8个工作日内完成。调查质量要求：调查方案必须详实，做到心中有数。

第二部分存款营销

“存款是立社之本”，是资金运营、创造效益的基本保障。主动营销存款成为了“立社”的关键之举。

1、存款营销流程和重点的确定

本方案所指存款营销包括存款客户账户和客户日均存款余额及客户业务发生额的营销。随着银监局对金融企业存贷比的监管要求的变化，存贷比中存款量以日均余额来监管，所以我部存款客户的营销理念必须迅速转变，并结合我部实际，存款营销以吸引存款大户在我部开户为重点，营销流程为：开户(账户营销)----日常结算(结算便利)----月底余额。

2.全员营销任务的确定：为培养具有强烈生存意识的现代商业银行员工的氛围，凡是在我部员工都要有吸储任务，员工(大堂经理、信贷外勤人员、岗位负责人、主任除外)最低基数为每季存款净增50万元。

3、存款营销专业团队任务的确定：

存款的组织是一个系统工程，根据每位员工的自身实际(形象、口才、人脉、本事、耐力等)和岗位特点，信用社实行全员参与但各有侧重的存款营销办法，由信贷外勤人员和岗位负责人组成信用社存款营销团队，并结合信贷收益(发放贷款的收益水平》增量存款上存的收益水平)，运用资金上应优先研究信贷投放，主要侧重于零(低)风险贷款商品和个体、私营企业临时性贷款，从而实现存贷齐头并进，到达利益最大化。存款营销团队员工营销存款每季新增保证1000万元，负责人每季新增3000万元，主任助理每季新增1500万元。

4、存量存款任务：商业银行经营是以效益为中心，存量一块毕竟同样产生效益。忽视存量存款，会严重挫伤员工的工作进取性。加强对原有存款业务的发生和巩固工作，对存款营销团队中从事专门存量存款客户维护工作的员工任务为每季新增存款50万元。

5、新业务：发展某种新业务，一般短期内不会产生多少可观的存款额，或许从长远看有利于存款的稳步增长。研究“考核报酬的即期性与部分新业务带来存款的远期性”的关系时，避免失去存款新的增长点。目前对专门从事系统性的代收代付业务的员工存款每季新增50万元。

5、存款业务分析例会的确定

为避免出现“鞭打快牛”和“懒牛卧车槽”及“挖空心思凑数据”的情景，每月召开一次存款营销分析会，根据任务的完成情景，每位员工社会关系、个人精力、个人素质、甚至个人形象等情景，具体分析制定下个季度的任务目标。

6.考核办法：凡是吸收的存款，一律存在联社信用社，月末由信用社安排专人建帐。在年终对超过基数的存款，按照账户的每日存款余额的千分之一进行统一考核奖励。

利用唯物辩证法的观点和思路开展工作，诠释好“熙熙攘攘皆为利来、家有梧桐树引得凤凰来、酒香也怕巷子深”这三句话，经营风险、融通资金、提升服务、加快营销、实现双赢。

银行营销策划方案范本(五)：

一、活动总主题

“中行卡五一献礼，‘金’喜来找你!”

二、参加活动卡种

长城系列信用卡、中银系列信用卡

三、活动时间

4月30日-5月3日

四、活动资料

(1)一重礼---“商场、超市购物大抽奖”

活动期间，在指定商场、超市持卡累计消费满必须金额即可参加商场、超市大抽奖活动。

万亚商场标准：当日单笔消费满500元即可参加商场抽奖活动，活动中将抽出5名幸运客户，每人奖励500元商场购物券。

时代超市标准：单笔消费满99元即可参加抽奖活动，每个超市将抽出50名幸运客户，每人奖励价值100元超市券。

(2)二重礼---刷卡赢“金”活动

凡活动期间，消费累计满3000元即可参加抽奖赢“金”活动(房地产类、汽车类、批发类、医疗教育类、慈善类、政府服务类交易不参加本次活动)，该抽奖活动按发卡归属地进行抽奖，吴江奖项设置如下：

特等奖1名奖励10g金条一根.

**生鲜超市营销策划方案篇七**

1，《端午节靓粽，购物满就送》活动

活动内容：凡五月端午当天，在xx各连锁超市一次性购物满38元，即可凭电脑小票到服务中心免费领取靓粽一只，每店限送200只，数量有限，送完即止。

2，商品陈列

1)采购部要求供应商或厂家(如三全凌，思念公司等)，制作促销粽子的小木屋或小龙舟，每店一个;(因为便于厂家的销售，我们又免费提供位置，合作是可行的。)

2)促销期间，要求场外有地理条件的门店将小木屋或小龙舟放在场外进行促销;无地理条件的门店要求放在本店主通道或客流较集中的地方，以便促进节日卖场气氛和商品销售(由采购部联系洽谈)。

3)除小木屋或小龙舟促销之外，各店在促销期间，应在主通道摆放4-6个粽子堆头;

3，商品特卖

二)活动促??

1，《xx猜靓粽，超级价格平》

1)活动时间：6月1日—8日

2)活动内容：凡在6月10日—15日促销时间内，在xx各连锁超市一次性购物满18元的顾客，凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动。

3)活动方式

2，《五月端午节，xx包粽赛》

1)我司去年已经举行过，顾客凡响强烈，效果也不错，实施与否敬请公司领导定夺;

2)操作步骤：采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

3)参赛奖品：获得自己所包粽子，多包多得。

3，《五月端午射粽赛》

1)活动时间：6月1日—8日

2)活动内容：凡在6月1日—8日促销时间内，在xx各连锁超市一次性购物满38元的顾客，凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动。

3)活动方式：

7)道具要求：气球，挡板，飞镖;

8)负责人——由店长安排相关人员。

**生鲜超市营销策划方案篇八**

20\_\_年\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日

二、活动主题

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季

三、具体活动

四重喜、惊喜连连看!

惊喜一：激情五一开门送礼!

\_\_月\_\_日当天前\_\_名购物的顾客朋友，无论购物金额多少均可获得精美礼品一份，数量有限，送完即止。

惊喜二：购物抽奖抽完还送!

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日，凡在本商场一次性购物满\_\_元即可凭电脑小票换取抽奖券一张;满58元换取抽奖券两张;多买多抽。单张小票最多限抽5张。

一等奖：现金购物卡\_\_元\_\_名

二等奖：现金购物卡\_\_元\_\_名

三等奖：现金购物卡\_\_元\_\_名

四等奖：精美礼品一份\_\_名

惊喜三：您购物，我送礼!

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日，凡来本商场超市一次性：

购物满\_\_元送牙刷一把;

购物满\_\_元送\_\_ml茶饮一瓶;

购物满\_\_元送\_\_l可乐一瓶;

购物满\_\_元送\_\_l洗洁精一瓶;

购物满\_\_元送\_\_l调和油一瓶;

(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参此活动)

惊喜四：超值换换换!

活动期间凡在本商场超市区一次性购物满\_\_元，就可凭海报剪角加\_\_元换购牙膏1支;一次性购物满\_\_元，加\_\_元可换购价值\_\_元冲调礼品盒一盒;购物满\_\_元，加\_\_元换购价值\_\_元保健品一盒。(注：烟酒、粮油、生鲜、特价、会员价及专柜商品不参加换购活动;此活动和惊喜3活动任选一项，不可同时参加)

**生鲜超市营销策划方案篇九**

1、花小钱买健康。

2、为您建立真正放心的家园。

3、向消费者承诺：若发现未检疫的猪、牛、羊肉上市，向举报者当场奖励200元

4、层层把关专业保证

6、吃上真正的放心肉

7、关心广大居民的身心健康，全面启动放心工程。

**生鲜超市营销策划方案篇十**

保健酒类、

保健品类、

保健食品类

其它老年用品等

2、保健品厂方促销活动

3、健康是福--“义诊”活动(由保健品厂方提供)

4、老年歌舞表演

重阳节当天晚上开始，在超市外场举行。演员由街道提供，20名，每人送礼品一份(由保健品厂方提供)

5、向健康老人、幸运老人送真情

a、满60周岁老人可获得“会员卡一张和赠品一份”(每天限前50名)(赠品由各厂商联合提供)

b、满80周岁老人可获得健康老人礼品一份。

c、生日为10月26日(重阳节)的60周岁以上老人可获得幸运老人礼品一份。

(b、c活动联系一家厂方联合举行，时间可定在重阳节当天晚上，穿插在歌舞表演时进行)

5、敬老行动

重阳节当天组织部份团员青年送老人到某酒店就餐。(与某酒店、居委会联合举行)

五、费用估算：

**生鲜超市营销策划方案篇十一**

在超市的进出口地方悬挂宣传牌，以突出活动的主题，超市卖场以清凉舒爽的布置，洪托出清凉的气氛，为顾客提供一个舒适的购物环境。

2.宣传广播

在学校的广播里，不定时地播出广告，内容是：

（1）校园超市商品大特价，一元等于百事可乐，果汁

（2）喜讯校园最新推出彩色冰激凌，有不同口味，好吃不贵，大家快来抢购。

（3）同学们还记得儿时食品的回忆吗？现在校园超市推出了我们儿时的小零食，让我们一起回忆一下吧！

（4）校园超市又推出新产品了，新鲜水果，保证你买得放心，吃得开心。

3、pop宣传海报

（1）、制作商品特价优惠海报

（2）制作宣传单

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn