# 校园超市营销策划方案 超市营销策划方案(实用14篇)

来源：网络 作者：浅唱梦痕 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。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。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。校园超市营销策划方案篇一礼情款款欢...*

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。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。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**校园超市营销策划方案篇一**

礼情款款欢度国庆

xxxx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

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，\_\_大礼疯狂送国庆狂欢，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。

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\_\_超市所有。

**校园超市营销策划方案篇二**

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，限度

地扩大销售额，实现销售业绩的`增长。

所有在校大学生以及周边小区居民

时间：20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

“尽享超低价，新学期巨献”

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支;满78元可免费获得精美套杯;满98元可获得高档鼠标一个;满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名);一等奖：超市500元购物卡(3名);二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名);三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、购买，将品牌化妆品和睡衣作为促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台;

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报;

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单;

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

人员安排：

(1)安排足够数量的服务人员,并佩带工作卡或绶带,便于识别和引导服务;

(2)现场要有一定数的秩序维持人员;

(3)现场咨询人员,销售人员既要分工明确又要相互配合;

(4)应急人员(一般由领导担任,如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

1、工作人员第一个到达现场,各就各位;

2、宣传人员派发宣传单,介绍活动和产品,引导顾客至进入超市内;

3、掌握好活动节奏,维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外,以免造成负面效应;

4、销售人员准备销售事项,介绍销售产品;

5、赠品在规定时间发放不宜太早太晚,发放时登记个人资料,签字;

6、结束时清理现场,保留可循环物品以备后用。

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

1、活动现场横幅、咨询台，海报、现场装饰1000元;

2、活动宣传单打印1000元;

3、校园期刊或报纸广告500元;

4、发传单工作人员，在活动前派发，300元;

6、康师傅饮品300瓶，750元。

合计成本：15450元左右

1、如果出现促销商品缺货情况，要尽快用其他商品替补，避免不必要的纷乱;

2、如果出现疯抢等混乱情况，做好疏通工作，必要时可以安排一定数量的保安人员;

3、做好各种意外发生的防范措施，维护好现场的秩序;

4、做好应急人员安排，必要时可以与公安及保安联络，请求其支援。

借助新学期这个契机，由于大学生们在开学之初资金都比较充裕，而且都需要购买一些生活用品等展开此次促销活动，采用一系列的促销手段，预期会产生满意的效果。

**校园超市营销策划方案篇三**

超市营销的目的是为目标人群介绍产品，并转化为用户。以下是小编为大家整理推荐的关于超市营销

策划方案

范文，希望我们的文章你能喜欢。

一、活动目的

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

二、活动对象

所有在校大学生以及周边小区居民

三、活动时间和地点

时间：20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

四、活动主题

“尽享超低价，新学期巨献”

五、活动方式

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支;满78元可免费获得精美套杯;满98元可获得高档鼠标一个;满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名);一等奖：超市500元购物卡(3名);二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名);三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、限时购买，将品牌化妆品和睡衣作为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

六、广告配合方式

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台;

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报;

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单;

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

七、前期准备

人员安排：

(1)安排足够数量的服务人员,并佩带工作卡或绶带,便于识别和引导服务;

(2)现场要有一定数的秩序维持人员;

(3)现场咨询人员,销售人员既要分工明确又要相互配合;

(4)应急人员(一般由领导担任,如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

八、中期操作

1、工作人员第一个到达现场,各就各位;

2、宣传人员派发宣传单,介绍活动和产品,引导顾客至进入超市内;

3、掌握好活动节奏,维持好现场秩序防止出现哄抢和其他意外,以免造成负面效应;

4、销售人员准备销售事项,介绍销售产品;

5、赠品在规定时间发放不宜太早太晚,发放时登记个人资料,签字;

6、结束时清理现场,保留可循环物品以备后用。

九、后期延续

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

十、费用预算

1、活动现场横幅、咨询台，海报、现场装饰1000元;

2、活动宣传单打印1000元;

3、校园期刊或报纸广告500元;

4、发传单工作人员，在活动前派发，300元;

6、康师傅饮品300瓶，750元。

合计成本：15450元左右

十一、意外防范

1、如果出现促销商品缺货情况，要尽快用其他商品替补，避免不必要的纷乱;

2、如果出现疯抢等混乱情况，做好疏通工作，必要时可以安排一定数量的保安人员;

3、做好各种意外发生的防范措施，维护好现场的秩序;

4、做好应急人员安排，必要时可以与公安及保安联络，请求其支援。

十二、效果评估

借助新学期这个契机，由于大学生们在开学之初资金都比较充裕，而且都需要购买一些生活用品等展开此次促销活动，采用一系列的促销手段，预期会产生满意的效果。

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

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);

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。

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。

活动推广

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

费用预算(略)

背景：

江口县城区人口为4万人左右，分为新老两个城区。老城区人口众多拥有多条主干道和步行街以及多条商业路。新城区属于政府新开发地区，新建的县政府和当地的镇政府以及江口县最大的娱乐城均在新开发地区内。地区内房地产开发商建立了两个住宅小区和当地居民建立的十几栋私人住宅。两个小区拥有楼房(房屋结构为商品房)为十三栋，每栋住户约356人，居民住宅约为三百人左右。离开发区不远有个村子，村子为三百户左右。一户人口均为四人，总住宅人口为一千二百人左右。根据从政府和房地产开发商那得知开发区的将会打造一个建材城场。

好又来超市位于江口县新开发地区，新县政府对面(于20xx年五月前搬迁)。周边有镇政府和十三栋住宅(住宅人口约四千六百人左右，所有住户未搬迁。)以及江口县最大的娱乐。而且离超市一公里左右有一村落约三百户人家和拥有大大小小散户住宅区为二十几处。

一：环境分析

1：目标居住群

十三栋住宅居民，一个村落(约三百户人)，县人民政府，镇政府，江口县最大娱乐城，散落住宅(二十几处)

2：现在目标群

离超市十分钟左中的散户，赶集村落人口，其它流动人口，建筑民工。

二：竞争者

1：具有规模商店为一家(相比较而言)

有一定的竞争性

2：其它五家均为零售户

无竞争性，但能产生客户截流

两者不在商圈以内

三：交通：

1：有公交停车站

2：处于十子路口，拥有主要干道两条

四：问题

1：超市地段处于江口县新开发地段。根据居住群来解释，新县政府还未搬迁，十三栋住宅现四处售完，还有两处正在进行，其余正处于建设状态。所有的住户还未搬迁。

2：由于超市地段处于新开发地区，附近无菜市场和其它公民使用场所，显示超市现在情况处于单一状况。难以达到利用其它资源进入吸引客户。

五：民工策略：

现在的目标群和问题一显示，民工是现在的主要目标群体之和判断民工现在的人数之多。从而产生了巨大的消费群体。

1：产品策略(根据民工生活习惯而定)

2：价格策略(采用低价实惠)

五：未来趋势

1：从环境分析看竞争者，不构成太大的威胁(均不在商圈以内)

2：未来居住人群众多

3：目标住宅区为江口较高档住宅(以此看来有较高的消费能力)

4：根据附近居民得知，商圈中将会有一个建材城形成

5：县政府的搬迁，将有望打造江口一个新的经济区(但是由于当地有赶集的风俗，这个经济区不适于赶集，从而少掉一个优势)

六：威胁(假设)

根据以住宅群和目标客户以及未来趋势分析。在未来很可能有一家大超市坐落于这个地段。

住宅分三阶段进行：

第一阶段：现已完成八栋，售完四栋。其余四栋正在进行。

第二阶段：三栋正在进行建筑

第三阶段：两栋正刚好打完地基(含假设开超市据点)

住户分三个阶段搬迁：

第一阶段：搬迁住户，四百人左右。(第一阶段住宅)时间为半年

第二阶段：搬迁住户，八百人左右。(第二阶段住宅)时间为一年半

第三阶段：搬迁住户，一千人左右。(第三阶段住宅)时间为两年

假设：如果，此超市规模如以上假设，估计时间将是在一年半以后。因为在第一阶段搬入，超市一切开支不能自何，会处于亏本状态。所以，推定时间定在一年半以后。(但是在时间上面，会给好又来超市足够发展空间和市场地位的建立)

从此进行分析和判断：从三方面设想，但是实施时间为一年以后的。因为那建立超市门面，必须一年以后才能完成。

第一方面：超市为五间门面，面积为250平方米。初步预估资金(x万)。但是供应商铺底预估资金为7万。此规模超市最佳开业时间定位于第二阶段。

第二方面：超市为六间门面，面积300平方米。初步预估资金(x万)。但是供应商铺底预估资金为9万。此规模超市最佳开业时间定位于第二阶段。

第三方面：超市为七至八间门面，面积350—400平方米。初步预估资金为(x万)但是供应商铺底为10—12之间。此规模超市定位最佳时间为第三阶段。(需要考虑，本地住户是否能让此规模超市盈利)。

假设竞争对手威胁层次细分：第一方面为最具竞争者，第二阶段为最大威胁竞争者，第三者处于观望状态(根据情随时调整策略)。

营销方式：

1：短期策略

2：中期策略

3：长期策略

一：短期(时间期限为半年)

现在的目标群：

根据资料显示，周边的村落，离超市十分钟路程散户(但是会被竞争者截流一部分)

策略：

从现在情况来看，现今的目标群为超市的主要客户，最重要的盈利点。

从假设竞争者为出发点进行策略

1：产品定价

2：提升知名度

3：增加美誉度

4：核心竞争力(集中资源)

5：随环境变化而调整策略

产品定价

1：根据整个江口县三个大超市对比进行定价

2：根据产品空间定价

3：心理定价(如透明产品定位为低，非透明产品定价高)

提升知名度

1：宣传(制定大型广告条副)

2：产品，价格(利用口碑营销)

3：服务态度

4：是否可以增加特色化产品(利用产品差异化口碑传播)

增加美誉度

1：服务态度

2：产品优越，价格优惠

3：超市购物环境

核心竞争力

1：分散资金

把现有资金，分散进货。如：最畅销的产品为先进，少屯货，多进一些产品使产品更加多元化。

2：集中，多产品品类

3：供应链(是否具优势)

二：中期(时间为半年以后至一年)

中期营销策略，从住户搬迁人数，周边环境发展状况，短期策略的反响来进行考虑。

1：资源整合

2：资金优势

3：客户资源(制定相应策略)

资源整合

根据搬迁住户人数制定

1：找煤气经销商，看是否可以进行代卖(突出便捷优势)

2：找矿泉水经

销商，看是否可以进行代卖(进一步打造便捷优势)

3：看是否顾一个人进行专门跑腿(专门为客户跑腿办理一些杂事，如：电费，水费，电话费)根据本店客户或非客户进行相应收费标准。

资金优势：扩大经营规模(注意，环境是否会制约扩大经营规模)

客户资源：

1：办理相应的会员卡制度

2：开展每月，每周，每日的活动

三：长期(一年以后至两年)

长期营销策略，通过短期策略到中期(看假设条件是否进入)策略的变化度，整个地区住户人数，人流量，周边的环境来进考虑。

1：产品再次定价

2：根据假设竞争者进入制定策略

3：招商(比如引入菜贩和其它货品供应商)注：必须根据超市规模而定

产品再次定价

1：超市规模

2：供应商

3：超市经营状况

根据假设竞争者进入制定策略

1：从中期策略，来进行改进。考虑自身是否有扩张的能力

2：超市所处地段的环境，限制超市扩张的因素

3：如果假设竞争者出现，根据竞争者的经营的品类进行策略

招商策略

两个因素将限制招商策略实施

1：是在假设超市能有扩张能力

2：地段环境无制约超市扩张

策略：如两因素不存在

1：招买卤菜(此策略，必须根据当地饮食习惯来采取)

2：增加门面，用于打造生菜区(根根当地区是否有菜市场的出现而定)根据门面面积而进行划分，来进行招商。因为设定一些条件(此策略看超市资金是否充足和超市本身想法而定)。如：把超市附近的小菜摊招进超市(原因是想把那些散户进行吸引)。第一，实行前一个或几个月不收费(原因是想让他们看到在在超市要比原来那地方挣钱)第二，一但挣钱，超市应适应收取一定的费用。

3：其它产品招商(同上)

**校园超市营销策划方案篇四**

借\_\_这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

二、时间段

2024年\_月\_日——\_月\_日，总计一周时间。

三、促销主题

“欢天喜地贺\_\_，明礼守信待亲友”。

四、详细方案

(一)购物有“礼”

主要内容：凡于\_月\_日-\_月\_日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

(二)执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

(三)喜从天降

主要内容：凡于\_月\_日至\_月\_日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

(四)执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。(可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜)

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权(购物免费)的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

(五)我为特价狂

(一)主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的惠顾，本超市将在\_月\_日-\_月\_日，推出为期7天的“我为特价狂”这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期7日，到期即恢复原价。

1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这7天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

2、梦想成真

(二)主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您2024年\_月\_日至\_月\_日在本超市购物，并且购物金额在50元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于\_月\_日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。(具体详情见超市海报)

1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台(两名)。

二等奖家用橱具一套(六名)。

三等奖手套或者帽子一份(十名)。

纪念奖纪念品100份。

注：纪念品要求供应商提供。

2、此活动需用道具：

(1)抽奖箱一个。

(2)抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

注意事项：

(1)此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、地址、性别、购物金额、奖券号码;以方便核对。

(2)此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

(3)如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来;如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

(4)在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

(5)公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证;并邀请现场顾客协助抽奖;最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客(一等奖、二等奖)名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

**校园超市营销策划方案篇五**

20\_\_年\_月\_日—20\_\_年\_月\_日

共七天(\_日—\_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。

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、\_月\_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、\_月\_日开始，至\_月\_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\_月\_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)。

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。

(二)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。

(三)活动推广

1、报纸广告。

2、电台广告。

3、现场横幅。

4、现场彩灯。

费用预算(略)

**校园超市营销策划方案篇六**

借xx这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

20xx年x月x日——x月x日，总计一周时间。

“欢天喜地贺xx，明礼守信待亲友”。

（一）购物有“礼”

主要内容：凡于x月x日—x月x日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

（二）执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

（三）喜从天降

主要内容：凡于x月x日至x月x日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

（四）执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。（可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜）

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权（购物免费）的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

（五）我为特价狂

（一）主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的`惠顾，本超市将在x月x日—x月x日，推出为期7天的“我为特价狂”这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期7日，到期即恢复原价。

1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这7天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

2、梦想成真

（二）主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您20xx年x月x日至x月x日在本超市购物，并且购物金额在50元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于x月x日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。（具体详情见超市海报）

1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台（两名）。

二等奖家用橱具一套（六名）。

三等奖手套或者帽子一份（十名）。

纪念奖纪念品100份。

注：纪念品要求供应商提供。

2、此活动需用道具：

（1）抽奖箱一个。

（2）抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

注意事项：

（1）此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、地址、性别、购物金额、奖券号码；以方便核对。

（2）此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

（3）如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来；如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

（4）在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

（5）公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证；并邀请现场顾客协助抽奖；最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客（一等奖、二等奖）名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

**校园超市营销策划方案篇七**

xxxx年xx月xx日—xx月xx日（历时14天）。

喜迎新春便宜购年货。

腊八。

1、腊八简介：

腊月最重大的节日，是十二月初八，古代称为\"腊日\"，俗称\"腊八节\"。从先秦起，腊八节都是用来祭祀祖先和神灵，祈求丰收和吉祥。据说，佛教创始人释迦牟尼的成道之日也在十二月初八，因此腊八也是佛教徒的节日，称为\"佛成道节\"。

腊八这一天有吃腊八粥的习俗，腊八粥也叫\"七宝五味粥\"。我国喝腊八粥的的历史，已有一千多年。最早开始于宋代。每逢腊八这一天，不论是朝廷、官府、寺院还是黎民百姓家都要做腊八粥。到了清朝，喝腊八粥的风俗更是盛行。在宫廷，皇帝、皇后、皇子等都要向文武大臣、侍从宫女赐腊八粥，并向各个寺院发放米、果等供僧侣食用。在民间，家家户户也要做腊八粥，祭祀祖先；同时，合家团聚在一起食用，馈赠亲朋好友。

1、食品：45种商品（其中惊爆商品4个（大分类商品各一种），会员商品7个）；

（儿童食品、保健品礼盒、酒水、饮料等）

2、百货：30种商品（其中惊爆商品3个（大分类商品各一种），会员商品4个）；

3、洗化：25种商品（其中惊爆商品3个（大分类商品各一种），会员商品4个）；

4、生鲜：30种商品（其中惊爆商品4个（大分类商品各一种））；

（各类蔬菜、水果、肉制品、水产、南北干货等）

5、会员专享专栏：15种商品（选择单值高的礼品类商品）；

6、每日特价专栏：14种商品（选择日常必需品）。

注：每日特价（自营每日各限1—2个惊爆价），会员专栏（自营品20种）属于常规促销栏目。

1、12月26日腊八节当天，凡在我超市购物的顾客朋友，均获赠精美礼品一份。（数量有限，送完为止）（各店自定奖品）

2、便宜购年货欢乐齐分享。

活动期间，凡当天在我超市一次性购物38元以上的顾客朋友，凭购物小票可到服务台参加抽奖活动，抽到即拿。奖品丰富，赶快行动！（单张小票限一次）（各店自定奖品）

3、新年全家福荣盛送大礼。

活动期间，凡当天在我超市一次性购物68元以上的顾客朋友，凭购物小票可到服务台登记参加“88购物券”抽奖活动。

活动方式：2月16日早上10点，我们将在参加抽奖的顾客中抽出10名顾客，将得到荣盛超市为您提供的价值88元的“荣盛超市购物券”一张。

注：以上三项活动不可同时参加。

a、堆头陈列原则上只陈列单一商品，最多不大于2个单品，并且丰满；

b、端架陈列原则上只陈列单一商品，最多不大于2个单品；

d、给顾客留足充裕的购物空间。

1、制做“年货一条街”吊牌挂在主通道上；

2、制做奖箱一个。

**校园超市营销策划方案篇八**

1、策动好又多的品牌竞争力与影响力。

2、树立好又多购物广场在业界的性、权威性地位。

3、展示好又多的新颖独特的文化魅力。

立足都匀，放眼全国，闭门造车、酒香不怕巷子深的时代已经过去，只有将自己展示出去，打造属于企业自身的知名度，让群众明白企业的所作所为，才能为大众所接受。宣传自身，也就成为当下企业必不可少的一种营销手段。作为一个好的合作伙伴，黔南电视台准备为好又多购物广场做360度的服务，同好又多人一起为好又多购物广场设计和共同创造一个美好的未来，树立成都匀零售业独一无二的典范。基于互相信任、互相协助的共识，一个好的契机与平台展现在彼此面前，我们将以重装庆典之事件为栈道，暗渡提升“好又多”品牌之陈仓。

作为一个超市，人脉和地缘是主要优势，即“天时、地利、人和”的概念。对于现在的零售业来说，中国的消费者是不忠诚的，是“唯利是图”的。那我们用什么来留住消费者的心呢？最有效的途径就是建立品牌通道。品牌的塑造其核心内容超不出独特的企业文化和企业经营理念，有了这种内涵的延伸，品牌才会与众不同。基于这种认知，我们便把好又多购物广场的重装庆典作为一个营销手段加以利用，以达到迅速提升品牌，扩大影响力与知名度。

活动方案：

1、金点子行动

超市经营追求人气的聚集，追求消费者对超市产生亲近感。因此，本活动应以消费者为中心，充分围绕消费者做文章，尽可能与消费者有效沟通、交流，让消费者通过各种途径积极参与到活动中来，以此来增加好又多购物广场的亲和力。庆典之前我们就落实开展该项活动，利用电视媒体等手段告知消费者，让消费者将其在超市购物时的切身体会和真实感受或对超市经营的好点子与我们沟通（短信、电话、或邮件），经过评审评出金点子、银点子、铜点子。即有机会获取超值礼品。

2、同生缘

重装庆典日当天，凡生日为月日的消费者，凭身份证即可免费获赠会员卡一张、礼品（蛋糕）一份。凡20xx年xx月xx日出生的婴儿，由好又多购物广场赠送厚礼一份，并授予“终身荣誉顾客”称号，并授予相关证书。“终身荣誉顾客”在好又多购物广场消费时评证书均可享受打折优惠。

3、疯狂购物日，好礼送不断

庆典日前后几天内（具体时间由好又多决定），凡在好又多购物广场消费达到68元以上，即可评小票参与幸运大抽奖，抽取奖券一张，消费满168，可有两次抽奖机会，每消费上升100元，相应多获取一次抽奖机会。

奖品设置：

一等奖：2名大家电或超值大礼包（价值500元以上）

二等奖：4名小家电或礼包（价值200元到500元）

三等奖：4名礼包（价值50到200元）

纪念奖：若干

4、开业剪彩活动

新店新气象，庆典当天，邀请都匀市相关部门领导进行剪彩活动，剪彩活动热热闹闹，轰轰烈烈，既能给企业自身带来喜悦，又能令人产生吉祥如意之感。最主要剪彩可借自己的活动良机，向社会各界通报自己的“强势回归”，以吸引社会各界人士对企业的关注。

5、好又多百姓才艺大舞台

该项活动为此次系列活动的重点，暂拟定于都匀市人民广场举行，人民广场为都匀市广大市民休闲娱乐的聚集场地，人流量大，驻足观看的群众数量巨大。庆典当天，在人民广场开设属于老百姓自己的舞台。

参与人员：参与人员不分年龄、不分性别，只要有才艺绝活就可参加，个人、团体均可。

活动形式：唱歌、舞蹈、乐器、绝活等，形式不限。上台就有机会获得好又多购物广场购物券一张（具体奖品由好又多购物广场决定），面值不等，台上表演时间越长，面值越高，活动时间大约为两个小时。

活动规则：参与人获得奖品价值的高低取决于参与人在台上的表演时间，表演时间由评委决定，时间越长，获得奖品价值越高，表演时间没有超过40秒的获纸巾一包等价值不高的.鼓励奖。奖品可在超市内寻求赞助。

报名地点：好又多超市服务台换购处

活动前期准备：

1、时间：

2、地点：都匀市人民广场（暂定）

3、音响、舞美

音响、舞美将邀请市歌舞团进行指导，力求奉献一场有水平有特色的活动。

活动前期准备时间安排

略

活动期间，我们将以电视媒体这一主流媒体进行全方位宣传报道。黔南电视台《12在线》和《综艺大看台》两大老牌栏目将强强联手、通力合作，以此打造属于都匀市人民和好又多购物广场的盛大节日。

1、金点子行动、同生缘、疯狂购物日，好礼送不断、开业剪彩活动中，黔南电视台王牌栏目《12在线》将会进行前期宣传和对活动内容进行新闻报道或视频录制。

2、“好又多百姓才艺大舞台”的活动中，黔南电视台收视率的《12在线》栏目将以新闻的形式对活动进行前期宣传，为活动的宣传添一把火。活动中，黔南电视台将提供专业的摄像团队进行录制，活动结束后将进行包装后重播，并制作影像光盘赠送作资料保存。

活动预计效果：通过此次活动的开办，大大提高好又多购物广场在人民大众心目中的形象和品位，获得硬广告不能达到的效果。从商致富以为民用，特别是好又多百姓才艺大舞台，其一，使人民大众的精神文化生活得以满足，当今社会，大众所追求的不仅仅是物质上的满足，更多是精神上享受，这一活动的开展，更多的是给人们一个展示自我的平台，也就带来来企业在当地的知名度，这就不是硬广告能带来宣传效果。最为典型的例子就是红花郎酒这一品牌，牢牢抓住春晚这一台中国人最为丰盛的文化大餐，最终使之深入人心；其二，提高企业形象和品位，良好的企业形象，不仅可以扩大企业的知名度，增加消费者的好感和信心，还可以得到消费者的信赖，为企业的商品和服务营造出一种良好的消费心理。总而言之，活动的开展肯定会给企业带来形象和品位的急剧提升以及大的宣传效果，给企业带来化的效益。

**校园超市营销策划方案篇九**

背景：

好又来超市位于江口县新开发地区，新县政府对面（于五月前搬迁）。周边有镇政府和十三栋住宅（住宅人口约四千六百人左右，所有住户未搬迁。）以及江口县最大的娱乐。而且离超市一公里左右有一村落约三百户人家和拥有大大小小散户住宅区为二十几处。

一：环境分析

1：目标居住群

十三栋住宅居民，一个村落（约三百户人），县人民政府，镇政府，江口县最大娱乐城，散落住宅（二十几处）

2：现在目标群

离超市十分钟左中的散户，赶集村落人口，其它流动人口，建筑民工。

二：竞争者

1：具有规模商店为一家（相比较而言）

有一定的竞争性

2：其它五家均为零售户

无竞争性，但能产生客户截流

两者不在商圈以内

三：交通：

1：有公交停车站

2：处于十子路口，拥有主要干道两条

四：问题

1：超市地段处于江口县新开发地段。根据居住群来解释，新县政府还未搬迁，十三栋住宅现四处售完，还有两处正在进行，其余正处于建设状态。所有的住户还未搬迁。

2：由于超市地段处于新开发地区，附近无菜市场和其它公民使用场所，显示超市现在情况处于单一状况。难以达到利用其它资源进入吸引客户。

五：民工策略：

现在的目标群和问题一显示，民工是现在的主要目标群体之和判断民工现在的`人数之多。从而产生了巨大的消费群体。

1：产品策略（根据民工生活习惯而定）

2：价格策略（采用低价实惠）

五：未来趋势

1：从环境分析看竞争者，不构成太大的威胁（均不在商圈以内）

2：未来居住人群众多

3：目标住宅区为江口较高档住宅（以此看来有较高的消费能力）

4：根据附近居民得知，商圈中将会有一个建材城形成

5：县政府的搬迁，将有望打造江口一个新的经济区（但是由于当地有赶集的风俗，这个经济区不适于赶集，从而少掉一个优势）

六：威胁（假设）

根据以住宅群和目标客户以及未来趋势分析。在未来很可能有一家大超市坐落于这个地段。

住宅分三阶段进行：

第一阶段：现已完成八栋，售完四栋。其余四栋正在进行。

第二阶段：三栋正在进行建筑

第三阶段：两栋正刚好打完地基（含假设开超市据点）

住户分三个阶段搬迁：

第一阶段：搬迁住户，四百人左右。（第一阶段住宅）时间为半年

第二阶段：搬迁住户，八百人左右。（第二阶段住宅）时间为一年半

第三阶段：搬迁住户，一千人左右。（第三阶段住宅）时间为两年

假设：如果，此超市规模如以上假设，估计时间将是在一年半以后。因为在第一阶段搬入，超市一切开支不能自何，会处于亏本状态。所以，推定时间定在一年半以后。（但是在时间上面，会给好又来超市足够发展空间和市场地位的建立）

从此进行分析和判断：从三方面设想，但是实施时间为一年以后的。因为那建立超市门面，必须一年以后才能完成。

第一方面：超市为五间门面，面积为250平方米。初步预估资金（x万）。但是供应商铺底预估资金为7万。此规模超市最佳开业时间定位于第二阶段。

第二方面：超市为六间门面，面积300平方米。初步预估资金（x万）。但是供应商铺底预估资金为9万。此规模超市最佳开业时间定位于第二阶段。

第三方面：超市为七至八间门面，面积350—400平方米。初步预估资金为（x万）但是供应商铺底为10—12之间。此规模超市定位最佳时间为第三阶段。（需要考虑，本地住户是否能让此规模超市盈利）。

假设竞争对手威胁层次细分：第一方面为最具竞争者，第二阶段为最大威胁竞争者，第三者处于观望状态（根据情随时调整策略）。

营销方式：

1：短期策略

2：中期策略

3：长期策略

一：短期（时间期限为半年）

现在的目标群：

根据资料显示，周边的村落，离超市十分钟路程散户（但是会被竞争者截流一部分）

策略：

从现在情况来看，现今的目标群为超市的主要客户，最重要的盈利点。

从假设竞争者为出发点进行策略

1：产品定价

2：提升知名度

3：增加美誉度

4：核心竞争力（集中资源）

5：随环境变化而调整策略

产品定价

1：根据整个江口县三个大超市对比进行定价

2：根据产品空间定价

3：心理定价（如透明产品定位为低，非透明产品定价高）

提升知名度

1：宣传（制定大型广告条副）

2：产品，价格（利用口碑营销）

3：服务态度

4：是否可以增加特色化产品（利用产品差异化口碑传播）

增加美誉度

1：服务态度

2：产品优越，价格优惠

3：超市购物环境

核心竞争力

1：分散资金

把现有资金，分散进货。如：最畅销的产品为先进，少屯货，多进一些产品使产品更加多元化。

2：集中，多产品品类

3：供应链（是否具优势）

二：中期（时间为半年以后至一年）

中期营销策略，从住户搬迁人数，周边环境发展状况，短期策略的反响来进行考虑。

1：资源整合

2：资金优势

3：客户资源（制定相应策略）

资源整合

根据搬迁住户人数制定

1：找煤气经销商，看是否可以进行代卖（突出便捷优势）

2：找矿泉水经

销商，看是否可以进行代卖（进一步打造便捷优势）

3：看是否顾一个人进行专门跑腿（专门为客户跑腿办理一些杂事，如：电费，水费，电话费）根据本店客户或非客户进行相应收费标准。

资金优势：扩大经营规模（注意，环境是否会制约扩大经营规模）

客户资源：

1：办理相应的会员卡制度

2：开展每月，每周，每日的活动

三：长期（一年以后至两年）

长期营销策略，通过短期策略到中期（看假设条件是否进入）策略的变化度，整个地区住户人数，人流量，周边的环境来进考虑。

1：产品再次定价

2：根据假设竞争者进入制定策略

3：招商（比如引入菜贩和其它货品供应商）注：必须根据超市规模而定

产品再次定价

1：超市规模

2：供应商

3：超市经营状况

根据假设竞争者进入制定策略

1：从中期策略，来进行改进。考虑自身是否有扩张的能力

2：超市所处地段的环境，限制超市扩张的因素

3：如果假设竞争者出现，根据竞争者的经营的品类进行策略

招商策略

两个因素将限制招商策略实施

1：是在假设超市能有扩张能力

2：地段环境无制约超市扩张

策略：如两因素不存在

1：招买卤菜（此策略，必须根据当地饮食习惯来采取）

2：增加门面，用于打造生菜区（根根当地区是否有菜市场的出现而定）根据门面面积而进行划分，来进行招商。因为设定一些条件（此策略看超市资金是否充足和超市本身想法而定）。如：把超市附近的小菜摊招进超市（原因是想把那些散户进行吸引）。第一，实行前一个或几个月不收费（原因是想让他们看到在在超市要比原来那地方挣钱）第二，一但挣钱，超市应适应收取一定的费用。

3：其它产品招商（同上）

**校园超市营销策划方案篇十**

佳美精品年货节

二、活动时间

2024年\_月\_日(农历\_月\_)——\_月\_日(\_月\_)

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：\_月\_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2024个送完为止)

(二)新年送“鲤”年年有“鱼”

活动时间：\_月\_日——\_月\_日。

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：\_月\_日——\_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。

(三)新年“福”运一把抓，抓到什么送什么

活动时间：\_月\_日——\_月\_日(初\_至初\_)

新年到福运到，佳美让您购物乐陶陶，购物满额抓，福运带回家，购物满100元抓一把。

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。

(四)团购价低更有礼，财运吉祥送到家!

活动时间：\_月\_日——\_月\_日。

团购满2024元送价值50元的\_\_一件。

团购满3000元送价值99元的\_\_。

团购满5000元送价值150元的\_\_。

团购满10000元送价值280元的\_\_礼盒。

**校园超市营销策划方案篇十一**

借xx这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

20xx年xx月xx日——x月x日，总计一周时间。

“欢天喜地贺xx，明礼守信待亲友”。

（一）购物有“礼”

主要内容：凡于x月x日—x月x日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

（二）执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

（三）喜从天降

主要内容：凡于x月x日至x月x日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的\'乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

（四）执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。（可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜）

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权（购物免费）的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

（五）我为特价狂

一）主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的惠顾，本超市将在x月x日—x月x日，推出为期7天的“我为特价狂”这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期7日，到期即恢复原价。

1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这7天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

2、梦想成真

二）主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您20xx年xx月xx日至x月x日在本超市购物，并且购物金额在50元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于x月x日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。（具体详情见超市海报）

1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台（两名）。

二等奖家用橱具一套（六名）。

三等奖手套或者帽子一份（十名）。

纪念奖纪念品100份。

注：纪念品要求供应商提供。

2、此活动需用道具：

（1）抽奖箱一个。

（2）抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

注意事项：

（1）此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、地址、性别、购物金额、奖券号码；以方便核对。

（2）此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

（3）如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来；如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

（4）在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

（5）公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证；并邀请现场顾客协助抽奖；最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客（一等奖、二等奖）名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

**校园超市营销策划方案篇十二**

借xx这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

2024年x月x日——x月x日，总计一周时间。

“欢天喜地贺xx，明礼守信待亲友”。

（一）购物有“礼”

主要内容：凡于x月x日-x月x日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

（二）执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

（三）喜从天降

主要内容：凡于x月x日至x月x日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

（四）执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。（可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜）

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权（购物免费）的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

（五）我为特价狂

（一）主要内容：

为了回报广大本地人民对我超市一直以来的惠顾，本超市将在x月x日-x月x日，推出为期7天的“我为特价狂”这一促销活动。届时将会有众多生鲜、食品、百货类的促销商品供您选购，我们将期待着您的再次光临。详情见传单或超市海报，本次活动为期7日，到期即恢复原价。

1、执行要点：

此活动是元旦促销计划中最重要的一项活动，这7天的销售目标是否能达到，此活动是关键，因而采购人员应立即与供应商进行谈判，确保挑选出力度最大的促销商品。

2、梦想成真

（二）主要内容：

在这个辞旧迎新的时刻，有很多的梦想都希望能在今年实现。只要您2024年x月x日至x月x日在本超市购物，并且购物金额在50元以上，您就有资格参加此项活动。请持收银小票至客服总台换取抽奖券，并将抽奖券副联投至抽奖箱中。本超市将于x月x日晚上八点钟在超市门口公开抽奖。（具体详情见超市海报）

1、执行要点：

提供一份此活动的抽奖方案供参考：

一等奖微波炉一台（两名）。

二等奖家用橱具一套（六名）。

三等奖手套或者帽子一份（十名）。

纪念奖纪念品100份。

注：纪念品要求供应商提供。

2、此活动需用道具：

（1）抽奖箱一个。

（2）抽奖券若干张，抽奖券须有正、副券，正、副券上须有相同号码。

注意事项：

（1）此活动期间，前台要做好登记，登记内容是顾客姓名、地址、性别、购物金额、奖券号码；以方便核对。

（2）此活动具体方案要在超市入口显著位置以海报形式告知顾客。

（3）如果超市入口附近方便的话，可将奖品的实物显著陈列出来；如果有困难，最好也将奖品的图片陈列出来。

（4）在活动开始后，店内广播需以每半小时一次的频率将信息告知顾客。

（5）公开抽奖最好邀请公证处派人现场公证；并邀请现场顾客协助抽奖；最后中奖名单出来后，最好把中奖顾客（一等奖、二等奖）名单在本地电视台上公布，以提高今后类似活动的可信度。

**校园超市营销策划方案篇十三**

一、活动目的：

万圣节是西方的“鬼节”，和我国的中元节有一拼，不过万圣节更注重恶搞，更热闹。今年万圣节（20\_\_年\_\_月\_\_日）正好是星期五，星期五、星期六、星期天三天相连，就相当于一个小长假，无论电商还是实体店绝不会放过这个借节造势短期促销的良机。为抢占市场先机，我超市另辟蹊径在万圣节期间推出了一系列“鬼点子”促销活动。旨在提升顾客的新鲜感，调动“70”“80”“90”后顾客的购买热情，发掘潜在的年轻顾客群。

二、活动目标：

通过开展“有钱能使鬼推磨”、“小鬼当家”、“鬼迷心窍”等一系列促销活动，拉动消费，力争销售额提升20%，接近或达到国庆节销售水平。

三、活动主题：

万圣节鬼做主。

四、活动时间：

20\_\_年\_\_月\_\_日——\_\_月\_\_日。

五、活动内容：

活动一：有钱能使鬼推磨

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日，在超市门口放置一个直径为1米的“鬼推磨”模型，在以磨眼为中心围绕模型画一个半径为两米的的圆圈。在门口设置一个临时零币兑换点，顾客站在圆圈外任意一点往磨眼投币，只要投入磨眼，音乐就会响起，同时鬼开始自动推着“磨”转。对投准的顾客，超市现场发放的小礼品一份。

注：本促销活动主要是增加体验式购物，并结合路演促销，聚敛人气，提高销售。本活动费用均由各品牌承担，“0”费用。

活动二：找乐子，万圣节搞怪大王

凡在\_\_月\_\_日进店的小朋友（\_\_—\_\_周岁之间），只要你跟着我们现场万圣节搞怪大王（在商场选一名善于搞笑的员工身穿诡秘服饰装扮成万圣精灵，在超市内需找小朋友派发糖果做游戏等）做出搞笑搞怪动作，均可领取小礼物一份。礼物有限，派发完为止。

活动三：鬼玩意，越夜越送

凡在\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日，晚间7：30—22：00活动期间，顾客在超市单票购物满99元，即可凭购物小票到一楼值班经理领取万圣节礼物一份，每天限领50份，送完为止。

活动四：狂欢万圣节，加一元多一件

凡在\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日活动期间，顾客当日一次性购物满59元及以上者，均可凭小票到一楼总服台加一元得一件超值礼品。

购物满59元+1元得挂面一把；购物满119元+1元得柚子一个；购物满179元+1元得大瓶饮料一桶；购物满259元+1元得卫生纸一提。

注：换购商品只能任选一件，超市有权更换价值相同的换购品。

活动五：欢购万圣节，幸运大转盘

凡在\_\_月\_\_日当日，顾客购物满299元以上，即可凭小票参加“好礼转转转，幸运大转盘”活动。

活动细则：用不锈钢和kt板自制一个幸运大转盘，转盘上标刻五种不同颜色区域，每个颜色区域代表不同奖品（奖品价值越大，转盘颜色区域越小），参与顾客按顺时针方向旋转五圈以上才有效，红色指针静止后指向区域才有效。

黄色区域为特等奖：奖励价值100元超市现金券一张；蓝色区域为一等奖：奖励价值50元超市现金券一张；绿色区域为二等奖：奖励价值30元超市现金券一张；橙色区域为三等奖：奖励价值10元超市现金购物券一张；白色区域为四等奖：奖牙刷一支。

注：现金购物券仅限标注日期内使用，不找零不退现，过期作废，团购不参与。

活动六：万圣节聚惠，生鲜半价抢购

凡在\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日活动期间的每天晚间7：30—8：30档，推出超市内生鲜商品价格全场半价（促销品除外），3日内商品循环，品质优良，价格低的不能再低，抢到就是赚到，快来吧！生鲜课要做好氛围营造和爆炸花提醒准备。

活动七：狂欢万圣节，立冬进行时

凡在\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日期间，顾客一次性购针织保暖类商品（各专柜设置提示牌）满200元立减20元；满300元立减50元；满500元立减80元外加赠不锈钢面盆一个。

六、活动宣传布展：

1、超市场外布展：

1）超市西门入口70厘米x8米横幅一条，标语：万圣节鬼做主，超值来购物！

2）在人行道上插摆小旗，小旗上印制万圣节标语，共计插摆21面，每0.5米一个，双排错位插摆。

3）西门楼宇正上方悬挂8米x10米巨型布幅一个，红底黄字。

2、超市内场布展：

1）超市入口用kt板制作立体拱门一个，形象要突出万圣鬼节内容；具体尺寸为高2.21米，宽3.6米。

2）在超市中厅用泡沫制作巨型南瓜一个，需让本市模具公司制作。

3）各主通道悬挂铜版纸吊旗50个。

4）各商品课堆围更换与本期主题促销相关联内容的写真布。

5）超市收款员提前一天佩戴万圣节面具，要得体大方。

3、媒体宣传：

1）报纸：本市知名晚报连续刊登五分之一版3期。

2）电视：本市数字频道每晚黄金档滚动字幕介绍活动情况，播放时间：\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日。

3）电台：本市知名互动栏目晚间档有奖问答栏目，插播促销活动主要内容（提供奖品，本宣传免费）。

4、其它宣传方式：

1）印刷5万份dm海报，通过专业投递公司投递到户，企划部负责监督检查发放情况。

2）会员短信分早上和中午两个时段送出。

3）雇佣3辆流动宣传车，在市区内分早上上班时间7：00—8：00，下午下班时间5：00—6：00期间主要街道游走宣传。

七、活动分工协作：

1、企划部：负责活动方案的制定，并提前2天将场内场外活动布展到位。

2、运营督导部：负责整个活动的协调和监督检查工作，并在活动结束后三日内将活动分析报告撰写完毕提交总经办。

3、采购部：负责主力促销品摆放及价格变更以及活动支持浅谈等工作。

4、人事部：负责活动期间促销员的招聘以及帮忙人员的合理调配等人事工作。

5、财务部：负责赠品的管理以及收银员的培训等工作。

6、物业部：负责活动期间安全保卫以及商品的防损防盗等工作。

八、活动费用预算：

1、超市外围布展费用约5000元。

2、超市内围布展费用约5000元。

3、一楼中厅南瓜制作费均由活动参与厂家承担不列支费用。

4、媒体宣传费减去异业联盟所承担的费用外为1000元；

5、其它费用约1000元。

本次活动费用共计1.2万元。

**校园超市营销策划方案篇十四**

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确。因此，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，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。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。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。超市春节促销策划方案--策划书20超市春节促销策划方案--策划书。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。

各分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

春节style衣食住行玩

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。

四、简洁明快的pop

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。

五、专业导购的口头推荐

1、严格筛选促销人员

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。

优惠活动

时间：2024年1月主题：春节

一、活动持续时间：2024年1月8日2月17日

二、活动主题：温暖送万家三、活动方式：

活动期间，凡在xx超市，一次性购物满80员的顾客朋友可凭单天单张电脑小票可兑换刮刮卡一张，即有机会获得以下礼品：

1.送惊喜

(1)五星级酒店团圆龙虾大餐一桌《共八桌》;

(2)团圆蛇王大餐一桌《共八桌》;

2.平安送

3.送爱心

(1)送爱心礼品一份《共999份》

4.送温暖

(1)环保内衣一套《共99套》

(2)肯德基儿童套餐一份《共40份》

5.送彩头

(1)送福利彩票一张《共599张》

6.送吉祥

(1)年年有余火锅一份《共99份》

7.健康送

(1)健康秤一台《共39台》

(2)年糕一份《共399份》

注：1月23日至2月12日凭刮刮卡可到各门店领取神秘礼品一份，送完为止。

[节日超市营销策划方案]

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