

# 2024年超市促销活动策划方案四篇文章四篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/179526.html>

## ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？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。

### 超市促销活动策划方案四篇文章篇一

提高xx品牌形象，提高销售。

20xx年x月x日开始。

xx超市所有门店。

xx超市从20xx年x月x日起，会员卡系统将会全面升级，xx超市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

- 1、顾客申请入会时，必需有相关证件（如：身份证/身份证复印件等）详细填写《xx超市会员申请表》，并支付办理费5元则给予办理。
- 2、办量方式分：个人办理，单位集体办理。团体办理优惠20%的办理费。
- 3、会员如以团购形式来购买的个人或单位，则不能享有的会员权利。
- 4、顾客一次性购物满288元，可免费申请办理会员卡一张。
- 5、会员卡有效期为二年，顾客会员卡如有到期或遗失申请补办时凭原会员卡或“顾客保留联”给与补办，补办工本费为2元，原会员卡并同时作废。
- 6、原会员卡积分按10比1的比例切换，会员积分礼品以每月1至4号进行兑现。

针对会员积分换礼品共设置八个等级，礼品费用按营销费的0.6%的比列计算，等级分别如下：

一级好礼（80分）：xx元同等价值商品。

二级好礼（100分）：xx元同等价值商品。

三级好礼（200分）：xx元同等价值商品。

四级好礼（600分）：xx元同等价值商品。

五级好礼（800分）：xx元同等价值商品。

六级好礼（1200分）：xx元同等价值商。

七级好礼（2500分）：xx元同等价值商品。

八级好礼（8000分）：xx元同等价值商品。

- 1、各分公司根据积分方式的内容确定换礼商品，每级积分礼品的商品范围在（1-10个单品内）。
- 2、各门店利用海报把积分换礼品的方式贴入商场进出口确保宣传力度。
- 3、会员积分换礼的礼品在兑换前必需到位，在兑换时的商品要列在商场门口，礼品的陈列确保量大美观。
- 4、积分礼品的兑换专由一人负责，兑换负责人要做到服务态度真诚，充分利用服务六大用语，并做好解释工作。
- 5、执行中各分公司营销科对所辖的商场进行辅导及监督。

（1）说明会员卡今后的用途，这些用途包括：享受积分，兑换礼品，定期参加会员卡号的抽奖活动，享受会员卡联谊单位的优惠待遇等。

（2）已登记办理过会员卡的顾客，如果会员卡没过期，仍可继续使用，但积分会清为零。

（3）强调商品的价格是十分低价位的，任何消费者都可以享受平价甚至更低价的商品。

（4）说明我超市在调价的同时更注重商品的质量。

（5）如果可行的话，可以让持有会员卡的顾客，如果对购买的商品（需规定是哪些商品）不满意，或是商品有质量问题，可在15天以内退换货，而其他的消费者一般只有7天的时间。

（6）永久会员：指从顾客积分达到8000分，并到商场来换此礼品时，他就成为xx超市的会员，且在今后每年的会员卡更换过程中，不用交纳2元钱的办理工本费，则为永久会员，并且我们要对永久会员的资料做单独的记录。

亲爱的顾客朋友：xx超市从20xx年x月x日起，会员卡系统将会全面升级，xx超市本着以顾客的利益优先为原则，实行会员卡的积分换礼制度。

如果您是xx超市的持卡会员，当您拥有一定的积分，您将会获得意想不到礼品，xx超市将会带给您“一样的消费，不一样的体会”。如果您还没有加入我们的会员，那就赶快行动吧！

## 超市促销活动策划方案四篇文章篇二

随着市场经济的发展及人民生活 and 消费水平的提高，超市已经成为社会上不可缺少的一个行业，与人民大众的生活关系也越发的密切。大大小小的超市也争先恐后的出现在市场上，因而增加了各大超市间的竞争。

为感谢广大消费者一直以来对xx超市的支持，xx超市在xx七天进行优惠活动。活动期间部分商品打折出售，还有买多赠送的活动。本次活动本着以“欢度xx、感恩回馈、真情放送”为原则，让广大消费者在超市购物买的放心，用的放心。

### 活动一：商品优惠

(1) 活动期间超市部分商品优惠出售，同时部分商品采取买三赠一，买五赠一的优惠。例：凡一次性购买五袋方便面者，即可获得火腿肠或者榨菜，让消费者的伙食不再单调。

(2) 与生产厂家协商，采取买一赠一的销售方式，对部分商品进行促销（例如买洗发水送护发素等），这样生产厂家既可以增加知名度，超市也可以在促销中吸引消费者，增加消费者对超市的认可度和关注。

(3) 快乐竞答：凡购买参加活动的顾客，可有机会参加有奖竞猜活动。活动主办方在活动前准备好问题，内容涉及娱乐、时政等多方面。参加竞猜的顾客在题库中任意挑选一道题目，答对者有机会得到精美小礼物一份。

(4) 有福同享：在上一环节答对题目的顾客可选择另一名顾客同时进行下一环节，如能再次获胜，两人同时得到一份精美礼品。

(5) 活动意义：此次促销活动主要通过丰富多彩的活动组织，从而吸引顾客与顾客间建立信任度，消费者将更倾向于去xx超市购买商品。

### 活动二：推行会员制

(1) 活动目的：由于xx超市之前已经推出会员卡制度，所以对于已经拥有会员卡的消费者的优惠幅度将会更大。同时推出一项新业务，消费者可以预存消费金额，通过消费者预存消费额赠送一定金额的方法吸引顾客，让顾客感受的“加”的温暖与实惠，从而提升超市的顾客回头率，提高超市收入。

(2) 对于没有办理会员卡的顾客，在活动期间可以优惠办理。一次性消费300元，可办理会员卡一张，每人限办一张。持会员卡在超市购物，可享受店内某些商品购物折扣优惠，并获得相应积点，优惠幅度详见店内各品牌明示（特价、特卖商品除外）。积点可反礼、不定期满额赠礼。

使用须知：

- 1、本卡是您尊贵身份的象征。
- 2、本卡可充值消费。

- 3、凭此卡在xx超市消费可享受会员价优惠。
- 4、结转前请出示此卡，享受专属会员价。
- 5、持卡可享受超市为会员准备的一切会员礼遇。
- 6、此卡只限本超市使用。
- 7、此卡不挂失、不兑现、请妥善保管。
- 8、本超市保留此卡在法律允许范围内的一切解释权！

通过这次以“欢度xx，真情放送”为主题的营销活动，主要塑造xx品牌，使本地的消费者认同xx，并且喜欢xx，提高xx的美誉度与信任度，从而建立xx市场稳固基础。同时此次活动采用不同形式使参与活动的消费者享受到活动的多样化与丰富化，有利于xx超市稳固好客源，进一步保持营业额的稳步提升。

促销活动从实际活动中对消费者进行心理干预，使得其提高对xx的赞誉。最后活动将会员制度作为xx超市以后长期经营的份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高的美誉度，同时也拉住了客源，做到了一举两得。同时，此次活动以“欢度国庆，真情放送”为主题，从各个超市的销售市场来看，能够抢占先机，进而提高xx在xx的市场份额。

- 1、活动安全组在活动前安排好安检人员，活动中要有专人不定时安检，对活动中存在的安全隐患要立即排除，对于不能排除的安全隐患要迅速向组委会报告，宣布活动暂停。
- 2、活动安全组要组织好工作人员不断地对电路进行维护与管理，一旦发现电路上出现安全隐患有权停止一切活动。

活动所需物品：5000。

优惠让利支出：小于10000元。

活动纯收入：大于100000元。

### 超市促销活动策划方案四篇文章篇三

- 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。

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择的呢？

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。

（1）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。

（2）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，xx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20xx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。

#### 超市促销活动策划方案四篇文章篇四

20xx年x月x日-2xx年x月x日（共七天）

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x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、x月x日（初x）开始，至x月x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x月x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。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发