

2023年网店商品活动方案策划(模板5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

网店商品活动方案策划篇一

一. 活动时间：

7月20日-7月30日

二. 活动内容：

1. 夏季商品全场特价销售。(1元啤酒饮料、蚊香、杀虫剂等)每天不定时推出不同商品做活动。
2. 天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。
3. 在活动期间一次性购物满38元，即可享受“惊爆”价啤酒抢购，每日限量供应100提，每人限购1提(1提9瓶装)。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的'统计准备。

网店商品活动方案策划篇二

浪漫情人节，万枝玫瑰免费送。

2.11-2.14(4天)

所有专柜3款情人节特别商品推荐

配套活动(金行, 手表, 美容院)

万朵玫瑰免费送: 部分专柜消费不限金额即送玫瑰

1、情人节“爱她就要大声说出来”

活动时间: 2月11日-2月14日

地点: 大门中厅

活动内容: 活动期间, 顾客即可至大门中厅爱情告白墙上留下您的“爱情宣言”, 现场进行拍照留念, 并把拍好的照片用电子版形式发送给您。(需要顾客留下qq或电子邮箱)

2、贴心礼品包装服务

2月12日—2月14日凡购百货商场内任意商品, 凭当日小票即可至客户服务中心享受礼品免费包装服务。

地点: 客户服务中心

3、恋人花语情定今生送好礼

活动说明: 情人节当天满就送, 购物满不同的金额送不同等级的礼品。

网店商品活动方案策划篇三

市场环境分析: 广大师生在消费观念上更倾向于物美价廉的商品, 在快消品行业中拥有广大的消费群体。

产品：

- 1、种类相对齐全
- 2、而且还有快递配送
- 3、品牌形象在消费群体中的认知度较低
- 4、产品影响低。

消费者：

- 1、消费水平600元左右。
- 2、男生喜欢直接快捷的购物方式，女生喜欢好看精美的商品。

消费者利益点：在他们的日常学习和工作的生活中，为了缓解他们的学习、生活、工作压力，满足他们的消费需求。让他们在进入超市时能够感受到极其热情的服务。在促销专柜多设置一些生活用品，比如食品、饮料、日用品，为顾客节省每一分钱，能够在自己的价格范围能买到有品质保障的商品，达到薄利多销的目的。

二、swot分析法

优势

- 1、地理环境优越
- 2、消费群体广泛
- 3、成本低

劣势

1、主要服务于校园内部群体

2、地理位置单一

3、节假日人流减少

机会

消费群体越来越多，适时扩大超市规模，打造超市质量品牌。

威胁

1、竞争更激烈，来自于越来越多以及越来越完善的其他学校超市及商家的竞争。

2、成本上涨，近年来物价水平的提高，商品价格上涨使得超市的销售面临巨大的压力。

三、营销组合策略

1、产品策略

商品的选择和陈列是一门学问,如果做得好会给消费者带来便利,并有极佳的促销作用。在产品策略方面,校园便利店应该采取以下的'产品策略:提高商品陈列利用率校园便利店商品数量和陈列空间的利用率存在严重不足现象,对其产品销售产生了非常大的负面影响。校园便利店在学校的人流密集地段,面积在60平米左右,所以不能浪费商品的陈列空间。在商品的陈列方面,有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象,有不少商品在3个排面以上,这样的陈列为的商品品种单调创造了借口,从而致使原本应当有1200种商品左右的门店,可能只有500多种的商品上架,其结果显然是不足以满足顾客的基本需求。因此校园便利店尽管经营面积小但是我们一定要做好产品的版面位置使其在小的空间内摆下更多的物品以免产

生浪费。

2、正确进行商品类型的选择

校园超市的主打商品应为快销食品、饮料及学生日常用品上,这些商品不求多、全,而应求精,即选择畅销的、质量高的、价格又适中的产品。在我们超市中应避免出现整扎销售或者大包装的产品,既然便利店的定位是为应急的需求,量贩包装的商品是不属于超市的销售范围,超市销售商品的选择不是“韩信点兵,多多益善”。因为销售大包装商品,便利店的价格必然要高于大型综合性超市的价格,这种“鸡蛋碰石头,扬短避长”的行为将会导致顾客对便利店产生价格高、购物上当的心理。量贩商品陈列在便利店的货架上不仅不能获得良好的销售,还会浪费门店的有效陈列面,进而影响到门店的正常经营业绩及形象。所以,便利店所选择的商品类型应为品牌质量有保证、畅销的学生用品。

3、价格策略

校园超市10小时全天候营业,在学校中这种便利性超市,不仅稀缺,而且还要负担15小时不间断的人力费用、营业费用以至于照明费。如果要求我们提供的商品对消费者来说既便利,价格又便宜,对便利店来说显然是不公平的,小店的利润也就无从谈起。因此,便利店要生存发展,就必须实现“否定低价、便利制胜”。我认为便利店在制定价格策略时,一方面,要尽量降低成本,以适合消费群体急需的品种大量采购,争取较低价格销售;另一方面,便利店的定价不能盲目追求低价,更不可与大型超市竞争价格,便利店的商品价格比大型超市高一些是正常现象,因为其吸引顾客的不是价格而是可以应急的服务。

3、渠道策略

1、建立网络货物系统,统一送货

鉴于目前国内便利店多数已有配送中心这一事实, 现在重要的问题就是怎样提高配送中心的工作效率, 因此我们便利店也要利用网络来进行配送首先我们店要编制自己的货物存储表, 并且对每一种产品都要一一的列入表中这样如果缺什么货就可以把表直接发给供货商这样不但节省了时间而且减少了误差的概率。

2、提高商品周转率, 减少库存, 由于货物的存储的空间比较小这就需要我们合理的来安排货物的摆放, 做到资源的优化配置。一般来说货物不宜存储过多一般的货物足够销售3天的就可以了而像冰淇淋这类的产品。可以做到一天一送。

3、促销策略

我认为商苑情超市的薄弱环节就是促销。因为我们店的规模很小, 无法像那些大超市那样进行大规模的促销活动。但有一些活动还是有一定的作用的。

四、营销规划:

1、策划目标

短期目标: 稳定现有消费者, 建立超市忠诚度。中期目标: 改变潜在消费者对于本超市的认知。长期目标: 确立超市在学校中的地位, 形成我校规模最大的超市。

2、营销实施

1、媒介投放pop手绘海报媒介主题——“520生活”。目的——以简单生动的pop手绘广告海报来进行宣传, 提醒消费者的认知和购买。要求——在活动期间, 在超市门口、宿舍楼前进行投放。

2、促销活动

1、活动目的：提高销售额，吸引顾客

2、地点：南楼商苑情实训超市

3、活动对象：全体在校学生

4、活动明细：

1)办理会员卡，积分换奖品0元办理会员卡，每消费满1元增加1积分。满50分，可兑换1包45g干脆面一袋(或等价商品)满100分，可兑换1瓶550ml可口可乐(或等价商品)满200分，可兑换1条60g德芙巧克力(或等价商品)满300分，可兑换1提卫生纸内含12卷(或等价商品)满500分，可兑换1瓶900g星球杯(或等价商品)注：在兑换奖品后，将清除相应积分。

2)团购有礼，多买多送同一种商品购买大于5件小于8件，赠送1件同一种商品购买大于8件小于10件，赠送2件同一种商品购买大于10件，赠送3件注：商品价值3元3)整点结账，惊喜相赠凡在x点40分□x点50分□x点00分，在店结账商品打9折结算，并赠送精美小礼品。

4)购物结账赢好礼凡在超市购买满10元，就可获得一次抽奖机会。一等奖，1盒600g德芙巧克力，价值32元。(1名)二等奖，1盒48粒绿箭口香糖，价值12元。(5名)三等奖，1瓶550ml可口可乐，价值3元。(20名)参与奖，一支棒棒糖，价值5角。(若干)

5)你买我“送”凡在活动期间购买商品，不过论多少，只要您拨打电话_____，提前告诉我们您要什么商品，我们就可以根据您提供的位置送货上门，支付方式支持到付，也支持红包，支付宝转账，银行卡里的零钱在也不担心取不出来了。

6)安排与实施活动前五天，确认库存是否充足，开始对活动

进行各班宣传，可通过广播站，跑班，贴吧，等方式，将活动散出。活动前三天，采购布置会场需要的装饰，培训参加活动的人员。、活动前一天，布置好会场，将培训内容进行一次演练，确保无误，责任到人。

五、宣传方式

- 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

六、结语

在竞争激烈的市场里，超市需要不断提高自身对消费者的吸引力，才能维系老顾客，发展新客户。在恰当的时机，选择一个适合本超市的营销策略，让自身的卖点独特、新颖，有别于其他同类超市，并有效地吸引消费者大幅度增加销售额，这才是成功的营销。

在营销活动的开展中，超市往往习惯了一成不变的营销方式。其实在不知不觉中消费者的核心需求和习惯喜好都是处于不断的变化之中的，这时就需要超市时时掌握消费者的需求，根据消费者的喜好制定相对应的营销策略，才会起到一定的作用。正如“贴近你我，便利生活”一样，在整个营销过程中贯彻始终。