

# 2023年商超活动名称 商超促销活动方案(大全5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 商超活动名称篇一

1、店方对该产品较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合厂方促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等。

2、人流量大，形象好，地理位置好；

3、超市定位及其商圈的顾客群与促销产品的定位、目标消费群体一致。

1、师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响。

2、有效炒作：要有吸引力、易于传播。

3、尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），免有降价抛货之嫌，结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了”贪便宜低收入的消费群体。

4、可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形象陈旧就不可取）。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选

择。

## 6、限时限量原则。

1、广宣品设计原则与目标消费群心理特点一致。

2、赠品选择原则尽可能是新颖的常见用品。使消费者一看就知道是否实惠而且又受其新颖的造型外观所吸引。

效果预估：指根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响，作出促销期间销量的预估。

费用预估：根据销量预估配备相应的物料：广宣品、礼品，并根据所选超市的规模和促销期长短，预估销量，准备相应的促销人员预算。

如果促销期大于1天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽，也很容易出问题的工作。所以有必要在促销案中将产品的备货、陈列、广宣品布置等责任落实到具体人身上。

实质性的准备工作需细分责任，落实到人，规定完成时间，避免某项工作出现疏漏而影响整体进程。

## 商超活动名称篇二

新世纪感恩节的起源：自20xx年开始，新世纪每年4月份都会凭借雄厚的`实力和品牌号召力推出感恩节大型促销活动。这是与百团大战、八月重头戏相呼应的新世纪独创的三大促销活动，是新世纪强大的促销活动品牌。感恩节活动期间，新世纪将携手众多合作伙伴，精选出具有超级震撼的低价商品及系列优惠活动，为莒城人民奉献丰盛的购物盛宴。

新世纪第六届感恩节隆重开幕！

20xx年4月20日至4月29日

秋冬商品、全新上市，第6届感恩节隆重开幕，感恩节期间，穿着类商品、百货类商品，家电类商品全场感恩价(部分商品低于成本价)，价格一降到底，好机会一年一次，不容错过。

感恩节期间，每天进店前100名顾客，购物满20元即可凭票到一楼总服务台领取感恩大礼包一份。

感恩节期间，超市购物满39元、服装、百货、家电类满88元赠华诚美食广场肥牛10元代金券一张，以此类推，单张小票限5张。

感恩节期间，新郎西服送豪礼，满298元赠袜子，满498元赠领带，满598元赠腰带，满998元赠衬衣，满1598元赠衬衣.腰带，满3000元赠498元休闲服一件。

新郎休闲服全场6折起，并推出衣旧换新活动：一套旧西服折价：150元，单件折价：100元。

感恩节，感恩礼、感恩价、感恩心，在这感恩的时刻，让我们在感恩长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，表达我们感恩的心。

序号项目位置备注

1、电视台广告、飞字广告，电视台媒体播放时间：4月26日至4月2日

2、气象局广告电视台媒体播放时间：4月26日至4月2日

3□dm(2万份)活动内容大度8开2张4页码

4、感恩价格牌1万：500份全楼通用。 $7 \times 14 = 1$ 万/ $17 \times 25 = 500$

- 5、喷绘中厅活动内容
- 6、播音服务台全楼播音内容为：促销信息
- 7、卖场看板全楼主要通道看板吊挂等
- 8、地贴全楼卖场主要通道
- 9、门贴一楼所有通道门
- 10、门外看板东门、圆门、南门大看板写真看板

### 商超活动名称篇三

活动内容：

#### 一、新年惊喜换购价

$$20xx=200+8=+8=□$$

购物满200元，加8元可换购价值18元的商品；

购物满xx元，加8元可换购价值88元的商品

（换购商品可为一些实用性商品，如茶杯、电饭煲、电吹风等）

操作说明：

凭购物小票到服务台一侧换购商品，并在小票上盖章以示无效，如某商品已换购完，可用同价值商品替换，商场元旦促销方案。

#### 二、噼里啪啦迎新年

在商场内购物满200元，可扎破气球一个，在气球内藏有奖券。

满400元扎两个，以此类推，单张小票限扎10个。

奖券设置：

（奖券为即刮即开型，100%中奖，奖品可以为实物商品或消费券）

一等奖：在奖券上标有5个大象，2名，奖品为价值xx元的礼品或消费券；

二等奖：4个大象，5名，奖品价值为500元；

三等奖：3个大象，10名，奖品价值200元；

四等奖：2个大象，20名，奖品价值50元；

五等奖：1个大象，奖品为价值10元。

操作说明：

可以在商场内圈定一个区域，在里面摆放各种颜色的气球，顾客凭购物小票进内扎气球。

### 三、购物送马克杯——感受时刻温馨

当将图象印在t恤上已经变得不再新鲜时，随着流行时尚的不断变化，人们开始流行将自己喜欢的图象和自己的照片或亲友的照片印在陶瓷杯上，又称马克杯，天天相伴，时时都能感受那份怡然自得或者是那份流淌在心底的温馨。活动目标顾客群体：重点针对年轻情侣或三口之家，将恋人的照片或家人的相片印在杯子上，可以让自己所喜欢的人时刻陪伴在身边，规划方案《商场元旦促销方案》。

购物满300元，即可赠送一个马克杯，顾客可以选择将自己喜欢的图片或恋人的相片或亲人的相片印在马克杯上，每个马克杯成本在5元左右。立拍立显，立等可取，体现个性魅力，可作为自己的专用杯，也是年轻人相互馈赠的礼品。

设备可以租用专业个性彩印店的设备，或与专业个性彩印店联合举办此活动。

#### 四、一谏值千金——我们倾听您的心声

在旧的一年将逝去、新的一年将来临际，听听顾客的意见，是十分有必要的，有助于商场对过去一年进行更好的总结和反思，也有助于商场在新的一年里明确如何更好的提升完善自己。同时，此举也会让顾客感受到真诚。

选择周末两天，李总、谢总亲自坐堂，倾听顾客的意见和建议，凡提建议的顾客均赠送一份精美礼物（价值5-20元，如台历、小型工艺品或印有的实用商品等），而那些提出了好建议的顾客，可以通过事后筛选，给予1000元的奖励，并于次日张榜公布。如果感觉建议特别好，也可以当场拍板给予1000元奖励。对于那些提出了好意见和建议的顾客，商场还可以聘为兼职监督员。

## 商超活动名称篇四

9月21日(周五)——10月7日(周日)

：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

某商场商城及某商场购物广场

华信店中秋同步跟进

月饼+红酒某商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

9月21日(周五)——9月25日(周二)

因为商场现有品牌自行举行的折扣，某商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)

在所有品牌现有折扣上当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。(单独包装，价值约8元)

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。(价值约40元)

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。(价值约80元)

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

“月圆中秋，情浓某商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

9月28日(周五)——10月7日(周日)

穿着类、床品、箱包新品7折起

活动期间，凡单店当日购买穿着类、床品、箱包商品新品7折起，原上参加品牌范围要广，至少济南五店相同品牌要保证相同力度。(超市及特例品牌除外，活动期间，会员积分卡只积分不打折)

购物某商场，尽享意外惊喜——“国庆购物不花钱”

20\_\_年10月1日—7日

凡当日单店购物满300元的顾客，可凭购物发票参加抽奖，有机会获得该票全额和半额消费返还。

各店设置一个抽奖箱，内有20个乒乓球(其中全额返还1个，半额返还2个，17个纪念奖，可选择超市商品)，工作人员需要在参加活动顾客发票上加盖“1”章，即时开奖。

国庆同欢乐，某商场送安康

此活动旨在通过购物加购的方式，经历过7.18暴雨事件后，人们在面对意外事故、灾难时候的无助和彷徨，更加突出了保险的重要性，拟通过购物赠送人身意外保险的方式，体现出某商场以人为本，关心顾客，为树立某商场关注顾客健康的形象，起到一定的积极作用。因国庆主题促销已经推出全场7折起，为控制成本，此活动采用加购的方式，作为主活动的附加活动，淡化商业气息，突出某商场送安康的营销思路，能引起顾客的关注。

活动期间，凡当日单店购物累计满1000元(含超市)的顾客，均可加一定金额的现金到各店总服务台办理“保险卡”一张，每日每店500个，保险卡设置为：

**a系列：**加5元赠送保额为220\_元的意外伤害保险(成本15元)。

**b1系列：**加10元赠送办理保额为63020元的意外伤害保险(成



本30元)。

b2系列：加10元赠送办理保额为281000元的交通意外伤害保险(成本30元)。

c1系列：加20元赠送办理保额为155030元的意外伤害保险(成本50元)。

c2系列：加20元赠送办理保额为540000元的交通意外伤害保险(成本50元)。

## 商超活动名称篇五

促销活动卖场超市促销活动方案，大部分以促销的名义来做活动都能起到良好的效果,但并不是全部,比如说超市,在大多数人的眼里,下面是小编整理的商超促销活动方案,欢迎阅读!

2、 人流量大，形象好，地理位置好；

3、 超市定位及其商圈的顾客群与促销产品的定位、目标消费群体一致。

1、师出有名：以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、有效炒作： 要有吸引力、易于传播

3、尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），免有降价抛货之嫌，结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了”贪便宜低收入的消费群。

4、 可用成熟品牌带动新品牌捆扎销售，但要注意两者档次、定位必在同一层次上（如果老品牌已面临种种品牌危机、形

象陈旧就不可取)。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且需要提供多种选择。

6、限时限量原则。

1、广宣品设计原则与目标消费群心理特点一致

效果预估：指根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响，作出促销期间销量的预估。

费用预估：根据销量预估配备相应的物料：广宣品、礼品，并根据所选超市的规模和促销期长短，预估销量，准备相应的促销人员预算。

如果促销期大于1天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽，也很容易出问题的工作。所以有必要在促销案中将产品的备货、陈列、广宣品布置等责任落实到具体人身上。

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x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。

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