

2023年六一超市活动文案 超市五一活动方案(精选10篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

六一超市活动文案篇一

五一大促销

在4月28日到5月7日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名(5个店共10名)各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名)各奖美的吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名)各奖柯达胶卷一卷

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

4月28日至5月9日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(具体定出特价商品的价格)。

六一超市活动文案篇二

20__年12月28日，在人们的关注之中，世纪莲花超市七甲店隆重开业，20__年12月28日又是其三周年店庆，同时，她的另一家兄弟门店——扶贫店也于20__年3月14日隆重开业。自20__年开业以来，七甲店三年内未做整体调整，至今每年的销售增长相对较为缓慢。原因在于，七甲店经过三年的运作，其主要客流还局限于外地打工者，随着20__年的金融危机，导致民工流的回乡，加上本地消费群体未能及时抓住，制约了七甲店整体销售额的上升，扶贫店位于工业区，其主要客流更加明确，本次两店店庆重点将从商品营销入手，希望通过对部分特色商品的的重点渲染，尝试营造出新的低价形象，通过供应商活动的支持及营销活动的相互配合，为销售的提升打开新的上升通道。

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波： 富贵迎新年

第四波： 猜灯谜闹元宵好邻居世纪莲花

好邻居世纪莲花

1. 营销思路： 本次两店店庆营销的重点在于商品营销，商品营销的重点则在于低价形象的营造尝试，配合“1元区、3元区、8元区”版面配以“三年感恩，低价先锋在莲花”文字标题加以突出表现，并承诺“海报商品价格比商圈内的任何一家超市高，差价二倍补偿”

2. 邮报总体安排

商品组织规划：

重点品项要求(注重低价形象)：

第二波： 1元商品： 5个 3元商品： 3个

第四波： 学生开学、元宵速冻产品的销售

本次两店店庆活动商品的陈列起着较为关键的作用，低价氛围的体现除了宣传因素，重点则在于陈列。以地堆，花车陈列的，必须以绝对的量感配合，可以在食品、百货三个区域分别组成主题促销区，经过氛围装饰，形成二个不同区域的特卖点，必须重点提醒的是，邮报商品必须100%的在重点位置陈列，可适当搭配其它品牌的同品类商品进行组合，以对比出促销商品的更多价格优势。本次陈列主题必须明确，主通道产品必须适合当前市场需求。

第一波： 以1元， 3元， 8元区为主要陈列对象

第二波： 以1元， 3元， 年货为主要陈列对象

第三波：主要以年货为主要陈列对象

第四波：以文化用品为主要陈列对象。

第一波：圣诞狂想曲

第二波：春节购物乐翻天

第三波：富贵迎新年

第四波：猜灯谜闹元宵

略

六一超市活动文案篇三

塑造超市人性化风格，提醒顾客77节日，刺激顾客现场消费。

驯养爱情浪漫七夕(卖场内pop主题海报)

8.18——8.20

一、七夕情人大奖精彩放送

档期活动期间至一楼飘亮精品广场购物满下列金额(美食街、特卖花车除外)即可兑换赠品。

满77元送甜蜜情人卡

满277元送热情蛋糕

满577元送情人热贴t恤

赠品以现场实物为准，遇赠品赠毕以等值赠品替代，本公司保留此次活动解释权，限当日累计有效，隔日恕不兑换。

二、甜蜜diy8/17-8/20

顾客持热情蛋糕兑换券可至二层面包课领取鲜奶蛋糕一支，尽写浪漫宣言。

三、浪漫信鸽

凡于8/20来店之情侣可获漂亮信鸽玫瑰花一支，代您倾诉柔情蜜意。

四、七夕特别贴心服务

订花、送花服务：活动期间，鲜花商将接受顾客订购与代送鲜花，代您传达烈火浓情。

免费礼品包装：活动期间，凡需礼品包装的顾客均可凭购物小票至1f服务台进行免费包装。

五、相约爱情夜

8/25、26晚间电台节目主持人现场与您欢度浪漫情人夜

8/25红鹦鹉餐厅酒吧热闹营业，悠扬乐声与您尽享欢乐浪漫夜

六、浪漫宣言留言板

活动时间：8/15-8/20

活动办法：请将您心中隐藏已久的爱情宣言填写于本留言卡，注明姓名、地址及电话，在活动期内将截角投入1f服务台留言箱内或寄回本公司。

超市将汇集精彩的留言于8月20日当天展示在1f门前广场，并

挑选出最真、最酷宣言得主各3名，在电台特定档节目中播出，并赠送热贴情侣t恤一套、情侣照一组。

六一超市活动文案篇四

儿童节:6月01日(星期二)

父亲节:6月20日(星期日)

端午节:6月22日(星期二)

5月27日—6月09日《金色童年,快乐六一》

6月10日—6月24日《端午节靓粽,购物满就送》

第一部分 端午节促销方案

一, 营销目的

6月10日—6月24日《端午节靓粽,购物满就送》

1, 端午节靓粽,购物满就送

2,xx猜靓粽,超级价格平

3, 五月端午节,xx包粽赛

一) 商品促销

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

六一超市活动文案篇五

一年一度的促销大好机会“中秋节”即将到来, 另外今年又和xx年一样, 中秋节(9月14日)和国庆节(10月1日)相距甚近, 对于商家来说, 更具挑战意义。因此, 能否搞好本次活动, 对是否能达到整年度的销售目标等都显得尤为重要, 同时抓住消费者的消费心理, 在中秋、国庆期间, 最大限度的提高人流量、提升人气、扩大商场的销售额, 势必提高全鑫超市各分店的市场占有率, 增加全鑫超市的美誉度。

“喜迎国庆欢度中秋”

3) 通过策划一系活动, 加深全鑫超市与消费者的相互了解与情感沟通;扩大企业知名度, 进一步树立全鑫超市“关爱社区居民 共建温馨家园”的社会形象。

顾客、供应商、员工

- 1) 喜迎国庆欢度中秋
- 2) 月圆中秋情系全鑫
- 3) 情满月圆举国同庆
- 4) 中秋佳节全鑫浓您家乡情!
- 5) 中秋合家欢佳节大献礼
- 6) 望月怀远花好月圆
- 7) 每逢佳节倍思亲全鑫为您送温情
- 8) 礼情款款欢度佳节
- 9) 热烈庆祝中华人民共和国成立59周年!
- 10) 品质、服务、物有所值!
- 11) 关爱社区居民共建温馨家园

六一超市活动文案篇六

通过对夏季旺销商品——啤酒的促销，带动人气，掀起淡季促销的高潮。以啤酒买赠和贯穿整个啤酒节的“啤酒之夜”为两大促销主题，提出超市消夏夜市、活跃社区文化生活的概念。

1、促销活动形式：

时间□xx年7月1日至7月30日

地点：卖场内通道促销区和卖场外赠品区(如图示)

商品促销组织：

促销期间要求各厂商提供商品特价支持。

以买赠为主要促销形式，要求厂商提供买赠具体方式，顾客购买该品牌多买多赠，在卖场外赠品区设赠品台，如顾客一次性购买燕京啤酒三件送一件等，强化买得多更实惠的量贩装概念。赠品区各品牌还可安排免费品尝等其它促销。

展卖商品以各品牌为标准单位，做到每品牌一堆头，扩大其商品形象排面，各厂商须确保货源充裕及价格优势明显，每个堆头安排一个促销小姐重点促销。

活动展卖品牌：燕京、百威、白沙、青岛、贝克、珠江、科罗娜、蓝带、喜力、太阳啤等。

活动方案

2) 开幕式、闭幕式超市承办，厂方协助。

活动宣传

2、主题：啤酒狂欢夜

3、主体广告语：喝杯啤酒交个朋友

买得多，实惠多

4、媒体推广：

1) 电视专题促销广告

2) 邀请媒体进行专题报道，邀请其它省市媒体对“啤酒之夜”进行报道，可挖掘“超市为社区提供丰富多彩的夜生活”这样的话题。

3)制作广播专题广告带，门店广播室播放。

4)播出时段：全天候播放

5□dm

1)推出dm啤酒节专版广告，将各品牌啤酒以买赠形式和啤酒之夜的活动安排详尽告之。

2)dm价格需体现啤酒全市最低价的策略发行二万份，进行广泛宣传

6、气氛布置

1)卖场内外整体气氛布置，渲染热烈火爆的购物氛围

2)店外悬挂厂家祝贺汽球条幅、放置啤酒气模

店面给予参加“啤酒之夜”供货商的优惠条件

1、可免费在主促销通道获堆位一个

2、中厅促销活动可享受最优租金

3、可获在中厅进行本品牌“啤酒之夜”当晚的贩售品尝活动

4、可免费在中厅背墙播放广告(“啤酒节期间”)。

六一超市活动文案篇七

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.抓住客人图吉利心理。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”，求富贵，祈平安。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（针对这次送福，送财）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。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）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

可以通过多种信息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。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，在春节促销活动中，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客人拿光，来不及补货或补充。

六一超市活动文案篇八

五一大促销

（一）深呼吸海的味道

在x月x日到x月x日期间，凡在某超市各分店购物满xx元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的`名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名

□x个店共x名）各奖海南四日游名额一个

一等奖x名（x个店共x名）各奖美的吸尘器一个

二等奖x名（x个店共xx名）各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖xx名（x个店共xx名）各奖柯达胶卷一卷

（二）服装打折自己做主

在x月x日到x月x日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

（三）五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低（各种商品价格全城至低，便宜至极）

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

x月x日至x月x日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

（四）超市“五一”部分特价商品

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品（本次活动最终解释权归某超市所有）

六一超市活动文案篇九

活动时间：0*.3.8—0*.3.15

活动地点：广场及内场

活动内容：

（1）活动期间内商场女性商品专柜特价销售，降低毛利销售。商品范围包括：化妆品、服饰饰品、皮鞋皮具等。

（2）开展“只有他才最爱你”活动。“三·八”节当天，只有男士到商场业务部门指定的数家相关专柜购物才能享受特

别优惠或购物到一定金额赠送特别礼品。（购物达指定金额即可获赠纸巾、抽纸、卫生巾等赠品）

（3）活动期间，在广场组织不少于10辆花车做促销。

（促销商品建议为服装、饰品等女士购买热情高、售价又相对较低的物品，以服装为主。）

（4）三八节当天上午9点半-11点半和下午6点-8点各进行一场服装展示秀，模特所穿服装由服装联营赏提供部提供，模特由外场演出单位提供人员。

榜，一周一更新，3月8日当天上午下午两场服装展示秀。3月8日后一周每晚组织文艺演出配合促销、服装花车及其他特价商品促销。

[五一部分]

六一超市活动文案篇十

五一到，活动方案怎么写?请看下面的超市五一活动方案范文吧!

活动主题:五一大促销

活动内容:

一、深呼吸 海的味道

在4月28日到5月7日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名(5个店共10名) 各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名) 各奖美的吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名) 各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名) 各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折 自己做主

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

三、五一惊喜三重奏

一重奏:全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏:二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

4月28日至5月9日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏:开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有:精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

四、超市“五一”部分特价商品:五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(具体定出特价商品的价格)。(本次活动最终解释权归某超市所有)

一、活动背景:

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的. 低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

二、活动主题:家的感觉，价的乐趣

三、活动时间:4月28日~5月10日

四、活动目的:让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

五、活动地点:店内促销

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，最好联系一家做场外大型促销(演出)等活动。

六、促销的形式:买赠、现场试吃、抽奖等。

七. 活动内容:

1. “五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区(小食品、小百货、日化类等)，做封面。

3. 凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票,可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多,中奖的机会就越多,以此类推小票不累计，最多不超3次(外场专柜、家电不参与此项活动)。可幸运获得以下丰厚奖品:(见奖品设置:)

一等奖:价值300元礼品一份(总计5份)

二等奖:价值30元礼品一份(5份)

三等奖:价值10元礼品一份(20份)

四等奖:价值3元礼品一份(100份)

五等奖:价值1元礼品一份(500份)

注:1. 当日现场抽取奖品, 购物小票不予累计(多买多重)。

2. 店内所有员工一律不允许参加此次活动。

八、促销品的选项(共计150个单品)

生鲜类:促销品项25个(惊爆价商品要求5个)

惊爆价蔬菜每天1个单品, 每日现采, (据价格优势的蔬菜)主要为早市提供, 正常促销品4个单品, 如: 西红柿、黄瓜、包菜、蒜薹等。

肉类2支: 如五花肉、2: 8肉馅, 每周做一个。

水果类: 应季水果), 每天一个单品做惊爆价, 正常单品4个如: 苹果、梨、草莓等。

日配商品□500g水饺、汤圆、小笼包各一个单品、鸡腿、鸡翅。

水产、海鲜类商品各1个

面包类2个单品, 每周做一个

熟食、凉菜个选择一个单品

散装食品4个单品: 散果冻、饼干、蜜饯、沙琪玛等

食品类：促销品项50个(惊爆价商品5个)

针对整件商品(5个单品)：水、啤酒、绿茶、桶面、火腿肠、奶制品。

冲调类(4个单品)：五连包面、凉茶□500g果珍。

日常生活用品(15个单品)：油、袋装米、面、榨菜、腐乳、壶装醋、酱油、鱼罐头、味精、酱类、紫菜类、腐竹、粉丝、芥末油、花椒油等。

百货类：促销品项30个单品(惊爆价商品5个)

家用休闲：羽毛球拍套装、油画棒、玩具类、文具类、

日化类：促销品项30个单品(惊爆价商品5单品)

清洁类：卫生巾、护垫、湿巾、合抽、软抽、蚊香、花露水、杀虫剂、牙膏、牙刷、香皂□1800g洗衣粉、肥皂、洗手液、柔顺剂、芳香剂等。

洗护类□200ml洗发水套装□200ml沐浴露、啫喱膏、防晒霜套装、洁面乳、香水、婴儿洗护类等。

九、部门的配合：

企划部：

版面要求□10p正8k铜板纸

1. 负责对本次活动的设计、印刷、发放及协调工作；
2. 25号早上所有dm促销品项开始拍照，进行排版设计。

3. 26号---27号送交印刷，28日必须印刷完毕。
4. 28--29号组织人员对dm宣传单进行发放。
5. 可以做一张喷绘悬挂在门口(放大：本次活动的内容及特价品)。
6. 30号促销活动开始。

各部门：

1. 各部门主管讨论dm商品品项，那类做封面、底面、惊爆价、需放大等。
2. 所有dm样品及赠品25日之前必须到位，并做详细的登记。
3. 所有dm商品在活动期间必须保证商品的供应。
4. 29号晚上下班之前把所有dm商品必须陈列到位□pop悬挂到位，全部dm商品到收银台前进行试扫，发现有误的地方及时进行更正。
5. 客服部负责对本次活动抽奖进行全面监管，控制赠品发放，并进行登记整理，负责顾客咨询的解释、顾客对活动反映并及时上报。
6. 门店广播负责整体活动的滚动宣传，每半小时播一次。