最新银行商超活动方案(通用8篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

银行商超活动方案篇一

公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

1、婚庆消费。（婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类）

2、长假旅行消费。（箱包旅行包、摄影器材、旅行用品）

3、近郊春游消费。（饮料类、即食品类、休闲食品类、）（户外用品、运动用品、园艺用品）

4、家庭换季消费。（夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季）（夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品）

5、福利消费（夏季消夏用品团体福利消费）我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不益太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为益。

一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；

二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。

再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。

一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；

二是换季购物为主题的新品推广诉求；

三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。

四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购。（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣低价有礼。（数十种名优商品的大幅降价，以家庭

消费品为主）

开心度长假低价总动员。（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏低价风暴。（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季。（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天购物拿大奖。（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣吃上再拿上。（游戏互动促销大规模的品尝买赠活动）

辐度生鲜包装熟肉装210%—20%

散称熟肉、面包、散称饼干610%—20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯410%—20%

粮油色拉油25%—10%

10公斤代大米、面粉25%—10%

调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油（凉拌型）25%—10%

代干货（腐竹、粉丝）210%—20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%—10%

酒饮白酒（当地婚庆常用型）23%—5%

啤酒（单支、罐装）23%—5%

饮料（纯水、果汁、乳酸、茶）105%—10%

冲调（柑粉、固体果味冲饮）230%—50%

茶叶（散装、袋装）420%—30%

休闲饼干210%—15%

膨化410%—15%

果冻210%—15%

干果蜜饯410%—15%

山楂210%—15%

五一期快讯，各类促销品量，非食品类分类，主要品种促销品数让利辐度：

洗化洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化810%—15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂410%—15%

香皂（润肤型）210%—15%

护肤膏霜（防晒、保湿型、换季护肤品）1020%—30%

牙膏、牙刷410%—15%

卫生巾、卫生纸410%—15%

家居收纳整理袋、衣架410%—15%

居室清洁用具210%—15%

冰品制作模具、凉杯水具210%—15%

雨具210%—15%

家电夏凉家电（电扇、空调）45%—10%

摄影器材（像机、胶卷、电池）45%—10%

家纺内衣、睡衣、丝袜（夏凉型）1010%—15%

床品（凉枕凉席）210%—15%

毛巾（浴巾、毛巾被）210%—15%

运动服、鞋420%—30%

凉拖420%—30%

文体运动器材（羽拍类、球类）320%—30%

户外玩具类（风筝、摇控模型）420%—30%

银行商超活动方案篇二

一、活动背景：

__节过后，“__”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“__”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：

x月x日—x月x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、“__”，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__元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，__元__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__元礼品一份(总计x份)

二等奖：价值__元礼品一份(x份)

三等奖：价值__元礼品一份(x份)

四等奖：价值__元礼品一份(x份)

五等奖：价值x元礼品一份(x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x个单品)

生鲜类：促销品项x个(惊爆价商品要求x个)

惊爆价蔬菜每天x个单品

银行商超活动方案篇三

敬老、爱老孝心大比拼

10月11日--15日

负责人□xx

负责人□xx

1、超市类每天3个负毛利商品。

2、服装类预计论文联盟整理每天销售7万，3个时段销售占全天销售的40%，相当于全场9.1折。

3、欢渡老人节购物送健康

负责人□xx

银行商超活动方案篇四

随着市场经济的发展及人民生活和消费水平的提高，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家乐超市的支持，家乐超市在国庆七天进行优惠活动。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“欢度国庆感恩回馈真情放送”为原则，让广大消费者在超市消费买的放心，用的放心。

促销活动内容

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简建立信任度，消费者将更倾向于去家乐超市购买商品。

活动二：推行会员制

(1)活动目的：由于家乐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。持会员卡在超市消费，可享受店内_些商品消费折扣优惠，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、凭此卡在家乐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!

预期效果分析

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题的营销活动，主要塑造家乐品牌,使本地的消费者认同家乐,并且喜欢家乐，提高家乐的美誉度与信任度，从而建立北辰市场稳固基础。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，有利于家乐超市稳固好客源，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，使得其提高对家乐的赞誉。最后活动将会员制度作为家乐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，进而提高家乐在北辰的市场份额。

安全预案

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。

银行商超活动方案篇五

本人促销方案是主要紧贴“七夕”主题的促销方案，以配合

店内各商家、卖场促销活动，营造浓郁的情人节消费氛围。

心心相印，浪漫七夕。

即20xx年8月x日至8月x日。

休闲食品区。

1、凡于活动期间在本店购买巧克力满77元，即可凭购物小票到活动赠品处换取赠送玫瑰花一枝。

2、凡于活动期间在本店购买商品满520元，即可凭购物小票参与9：00—12：00的情人节幸运大抽奖。

奖项有：

一等奖：情侣装一套。

二等奖：金装巧克力一盒。

三等奖：心心相印抽纸一袋。

参与奖：心形气球一个。

注：一张小票只可参与一个活动，不可重复使用，小票只有在活动期间参与活动有效。

情人节期间，对于店内积压商品整理归类，设立特价区，此部分产品可借此次活动之势，保本销售，让销费者感到真正实惠。

为加强活动的影响力，要做好相关宣传，以吸引更多的顾客积极的参与到节日促销当中来，根据可视经费的多少而选择最恰当的传播媒体。如：

1、传单。

2、海报、彩旗、气球、电子滚动字幕。

3、店内播音。

1、店外的活动装饰，如：海报、布旗等。

2、店内的气氛布置，如pop广告制作，为配合七夕主题，本店在卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色的塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的氛围。

为了让店内有更浓烈的节日气氛，活动期间在本店还举行其他的情人节趣味活动，例如：

1、情人默契大考验。

2、“真心话大考验”或“敢爱你就说出来”，挑战自己的勇气，许下爱的誓言。

3、在入口处设置展板征集情侣的甜蜜照，或现场在鹊桥下免费给情侣拍照留念。

银行商超活动方案篇六

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，

二、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3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3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3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。

银行商超活动方案篇七

利用端午佳节小长假期间，进行大规模促销活动，提高产品销量，扩大本农家乐知名度，刺激消费渠道，有效掌握消费者的顾客资料。

**人家农家乐的目标消费群

20xx年6月1——8日(根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者。)

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，传统端午节文化，活动复兴的冲击以造成的`气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

“ 感受传统文化 品尝特色美食”;副标题:“**人家农家乐粽子选秀大赛期待您的参与”

本农家乐特色文化与美食

策略:为扩大本农家乐知名度，提高市场竞争力，本次促销活动以向消费者让利为主要操作手段;为了展示**人家农家乐的特色文化，向消费者传达正统农家乐的全面形象，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销量与消费者的认同。

方式：本活动以粽子为主打促销产品，以及**地方特色端午美食，进行不同食品搭配销售、节日礼包赠送等。

1、举行农家粽子选秀大赛，邀请十里八乡手艺出众的农人参与比赛;邀请乡镇政府部门人员观赛并进行公证与监督;邀请本农家乐消费者代表进行评分(外观和味道)。得胜者均有丰厚奖金及奖品发放。

2、推出端午节团圆餐，凡以家庭为单位的消费者均可享五折优惠。

3、给异地大学生节日的问候，凡在校异地大学生均可凭学生证领取节日礼包一份(**地区端午特色食品)。

4、重现传统端午文化，从起源、发展、变迁、现状等方面进行现场解说，并包含趣味答题互动环节，答对者可获的节日礼包一份。

1、活动期间活动点派销售人员在各入口处派发活动传单;

3、在活动地点醒目处放置主题背景及内容说明物料等;

4、活动面积至少保证50平米以上，可选择营业点前露天广场;

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，可同时在活动场地举办歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑

选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

本次活动由本农家乐按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发传单，负责向消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有本农家乐明显标志。(建议统一服装)

2、大赛活动管理人员：

为保证活动有序进行，必须指定专人对比赛材料、奖券、奖品进行管理，避免发生不必要的纠纷，影响到品牌形象。

银行商超活动方案篇八

端午节当天，超市将以全新的活动版块及其内容，为您及家人提供一个温馨的购物场所，让您感受一个难忘的端午佳节。

一、超市的播音室于当天将适时推出为亲友送歌的免费业务，以带去您对身边亲友的祝福与节日的问候，让舒适的购物场所更添温馨的氛围。

二、超市将设立老公寄存处，不爱逛街的老公被老婆寄存此处，看书、喝喝咖啡、吸吸烟，逃却逛街之苦，不亦乐乎。

三、当天购物金额数每满xx元可获赠超市提供的优质粽子一个，依此类推，多买多送。

四、推出六六顺金球制胜法的摸奖活动。

细则如下：消费者凭xx元以上的购物小票即可参与摸奖。摸奖时，每次只能摸出一球，购物额每xx元可摸奖一次。

摸奖箱内将设有xx个白色乒乓球与x个黄色乒乓球，其中，黄色球为中奖球，奖金值为每球xx元。

超市每隔一小时将取出一个白色球，并再放进一个黄色球，直至有黄色球被消费者摸出为止。

参与摸奖的消费者，只要能摸出箱内的任一黄色球，则箱内所已经投放的黄色球一并视为归其中得，并可当场兑换与黄色球数相应的奖金额。

此端午节热庆活动，既体现了超市的人文关怀，也同时以巧具匠心的独特摸奖形式，而给消费者一个全新的感受，即：新颖、刺激、吸引力强。

通过此次活动，将有利于树立超市在消费群体中的良好形象，并最终服务于超市销售额的`增长与延续。