

2023年超市购物卡促销方案(优秀5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

超市购物卡促销方案篇一

随着经济的发展和形势的变化，零售市场如今到处生根发芽，竞争日趋惨烈。面对这种局面，我已深知需完成角色转换，修正态度，抓紧学习，从实际出发，从细节着手，以图加强职能培训，整顿卖场氛围，调整员工心态，狠抓顾客忠诚度，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对于节假日期间的工作进行反思和总结如下：

一、盘点节日期间的工作

a□加强卖场的人力资源□a类销售科别□a类商品的管理。

b□对本卖场竞争店的调研及附近消费情况的评估，在尽量做到差异化经营的情况下，避免商品同质化条件的价格竞争，对超市滞销商品进行清退，节日性商品的管理，尽一切可能做到不打无准备之仗。

c□积极组织管理岗员工的学习，加大对a类科别的帮扶力度，一切为销售服务。努力提高员工以及促销人员的工作积极性，并针对节日期间员工以及促销人员可能出现或之前经常出现的问题进行了分析。

二、存在的问题

超市在总部领导下，年度xx月份月合计销售：288万于元，月

度销售目标360万元。超市业绩的影响主要来自于以下几个方面：

a:大环境受国内整体经济环境，竞争店酒饮强势等影响，客单价、来客数相对减少，特别是在商品同质化的条件下，同种商品的价格往往高于竞争店，一线商品更为严重，购买力严重不足，因高新区店的主要消费层次为周边居住的中老年人群，顾客往往在购买来都货比三家、精挑细选，对于高单价商品的需求相对减少。

能起到了立竿见影的效果。大型促销活动每次都一味地特价促销活动，老生常谈，缺乏预见性和可行性。有的甚至只是形式性化，对于日益竞争的零售业没有起到攻城掠地的效果。

员工以及促销人员积极性不高，商品只是不够全面充实，缺乏培训、促销卖点不清晰□c□畅销商品缺货、堆头管理混乱与新品引进速度慢节月份多为公历纪年中的xx月份是食品、酒饮销售旺季时期，顾客需求量大。而畅销商品、特价促销商品经常出现备货不足，堆头陈列不丰满，有的堆头甚至只有外围一层商品，在顾客购物时缺乏商品可比性，造成业绩的流失。

卖场商品选择性不够，同类商品额过多，造成卖场陈列过程中不能几种按照类别陈列，卖场陈列尤显凌乱。

堆头陈列位置多未能按照其所属类别分区分类，例如：酒水区出现奶制品堆头，礼盒区出现饮料类堆头。致使顾客购物时不能快速找到所需商品，且无法对同类商品有直观选择性的购买。另，同一堆头上虽同时陈列同一供应商的商品，但这些商品并不属同一类别。

新品引进速度较慢，开发新品力度有限，旧品淘汰率低，违背了“卖场商品都是新的”这一经营理念。另，酒水堆头多

为本地较为常见的品类，泸州、扳倒井等。我店已有商品竞争者均有在售，而竞争者已有商品我店并未进场。我店至少缺乏此一项上的竞争力度。

c□商品质量问题和顾客投诉高一旦商品发生质量问题，一方面承担卖场的品牌形象损失，另一方面商场还可能要承担商品死货的责任，严重影响卖场业绩及对外信誉度。顾客因商品质量引起的投诉率和抱怨普遍，如：小家电商品质量问题，和节大闸蟹事件等。

d□人员流失率过高员工入职时间一到两月或者半年时间对其负责的业务知识相对熟悉后出现辞职或自动离职，对商场的损失较大，一支稳定、高效的团队是商场参与竞争的根基。由于公司改革和薪酬体系的原因，员工流失比较严重。同时主管及员工的沟通、指导以及专管员干部的考核力度不够，员工的纪律观念强化有待升级。

超市购物卡促销方案篇二

二、地点：锦江大酒店

三、活动目标及活动宗旨：

- 1、让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

四、公众对象：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位：“融融端午情团圆家万兴”在祁阳酒店消费水平

日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

六、促销活动组合

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。

2、餐饮部以“融融端午情团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。

1)、美食城的菜价10元，燕京纯啤买一送一。

2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

3□ktv

a)开晚场消费送餐饮消费卷20元。

b)消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

c)餐饮消费达到400元以上者送ktv下午场包厢一间(中包，提供茶水一壶)。

4、桑拿中心

全套300元

送餐饮消费卷20元。

七、营销活动效果分析

1、这次策划体现锦江大酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

1、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

2、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对锦江大酒店的认识。

4、通过此次营销计划，应实现目标：客房1.2万元/天，餐饮1万元/天□ktv3千元/天，休闲中心1.2万元/天。总计3.7万元/天。

八、经费预算及广告策划：

1、祁阳县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由奉总负责。

2、祁阳县所有的手机尾数带6、8、9用户地毯式短信覆盖。预计发5000条，共500元。由钟经理负责。

- 3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用xx元。由奉总负责。
- 4、祁阳县所有的出租车车张贴广告。费用1000元。由蒋部长负责。
- 5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。费用300元。由蒋经理、杨经理负责。
- 6、消费卷制作400张，费用50元。由李姣姣负责。

超市购物卡促销方案篇三

千盛超市冷鲜区现在有很多品牌的产品在促销，这次辉山的产品打出了元生牧场的旗号，元乃“初始、第一”之意，生喻意原生态；取名元生，就是指这款牛奶产自产自辉山自营的五星级牧场，天然、不添加任何防腐剂和抗生素。而且有广告牌宣传现在购买整箱的辉山牛奶还有玻璃杯赠送，原价42元，现价只需38元。

- 1、折价类促销：现金折扣，辉山元生牧场牛奶在其好品质的基础上展开折扣促销，给予顾客实实在在的`优惠，原价42元，现价38元。
- 2、有奖类促销：附赠销售，每箱牛奶附赠一个玻璃杯，可以用来喝牛奶或它用，让消费者觉得实惠。

辉山元生牧场牛奶的促销活动，主要在卖场摆放促销展台，在相同竞争对手中，价格比较占优势，消费者比较关注。赠送的杯子，印有辉山的标志，很醒目。但是，在牛奶市场中，他的竞争优势还很弱，处于中低档，即使促销力度很大，也很难引起消费购买兴趣。

**辉山乳业有限公司是国家、省市农业产业化重点龙头企业，

是集乳品加工检测、奶牛繁育饲养、饲草种植加工、物流配送销售于一体的大型合资企业。

辉山乳业在股份制改造的基础上 20xx 年转让 52 % 股份给美国隆迪公司进行合资合作□ 20xx 年转让 28 % 股份，隆迪公司追加投资 2 亿元□ 20xx 年将其余 20 % 股份全部转让给美国隆迪，变成独资企业，把鲜奶加工能力由每天...

超市购物卡促销方案篇四

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日共七天

辞旧迎新，半价返还

(一)主要活动：辞旧迎新半价返还

2、单张购物小票返还金额不超过5000元；

4、年初一开始，至2月15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2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)；

(二)可行性：七天中抽取一天50%返还，相当于全场折。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

超市购物卡促销方案篇五

儿童节:6月01日(星期二)

父亲节:6月19日(星期日)

端午节:6月6日(星期二)

二, 快讯档期

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

每年的农历五月初五, 是我国富有民俗传统文化的节日——端午节. 今年是6月22日(星期二). 端午节一方面是纪念爱国诗人屈原, 但在现代生活当中, 更重要的是象征着吃粽子, 喝黄酒, 插蒲子叶等, 主要是满足人们“驱邪, 消毒, 避疫”的心理, 另外也是为了庆祝节日的欢乐气氛, 因此, 根据这一节日特点, 特制定本促销方案, 以求达到提升我司知名度和节日销售的目的.

二, 快讯档期

6月10日—6月24日 《端午节靓粽, 购物满就送》

三, 促销主题

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

四, 促销方式

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, 商品特卖

二)活动促销

1,《xx猜靓粽, 超级价格平》

1)活动时间:6月10日—15日

2)活动内容:凡在6月10日—15日促销时间内,在xx各连锁超市一次性购物满18元的顾客,凭电脑小票均可参加《猜靓粽》活动.

3)活动方式

在商场入

口处或冻柜旁边设促销台不打价格或不易分变的厂商粽子,让顾客进行粽子品牌及价格竞猜;商品由采购部落实价格一定要相当低,以顾客意想不到的价格出售给顾客,使顾客感受到真正的实惠,为节子下一步的销售立下口碑打下基础.

2,《五月端午节,xx包粽赛》

1)我司去年已经举行过,顾客反响强烈,效果也不错,实施与否敬请公司领导定夺;

2)操作步骤:采购部洽谈粽子材料——材料到位——活动宣传——各店组织比赛;

3)参赛奖品:获得自己所包粽子,多包多得.

3,《五月端午射粽赛》

1)活动时间:6月20日—22日

2)活动内容:凡在6月20日—22日促销时间内,在xx各连锁超市

一次性购物满38元的顾客,凭电脑小票均可参加《五月端午射粽赛》活动.

3)活动方式:

7)道具要求:气球,挡板,飞镖;

8)负责人——由店长安排相关人员.

五, 相关宣传

1, 两款《粽子吊旗》卖场悬挂宣传;

2, 我司dm快讯宣传(分配数量见附件);dm快讯第一,二期各40000份,第三期单张快讯40000份平均每店1800份(如祖庙丽园,莲花相隔距离较近的店从成本角度出发可以适当减少数量)

3, 场外海报和场内广播宣传.

六, 相关支持

1, 采购部联系洽谈5000只粽子做顾客赠送;

2, 采购部联系洽谈1000斤粽子材料,举行包粽比赛;

3, 采购部联系洽谈2200只粽子,举行射粽比赛;

七, 费用预算

2,《xx猜靓粽,超级价格平》活动:(数量价格由赞助商在各店促销决定);

3,《五月端午节,xx包粽赛》活动:粽子散装米每店30斤/22

店=660斤；

4, 《五月端午射粽赛》活动:粽子每店100只/22店=2200只.

费用总预算:

1, 装饰布置, 气球, 横幅, 主题陈列饰物, 平均每店300元, 费用约6600元;

2, 吊旗费用:10000元

六月份促销总费用:约16600元

以上方案, 妥否敬请领导批示:

企划部

5月16

端午节气氛布置评分标准

第一项——陈列类(共40分)

一, 粽子陈列(30分)

1, 有无按要求将指定的粽子商品陈列于指定的位置——3分

2, 粽子在促销台陈列的丰满度——3分

3, 粽子在促销台陈列的整齐度——3分

4, 粽子标价在促销台的美观度——3分

5, 是否运用特殊饰品突出粽子的节日气氛——3分

- 6, 粽子在促销台陈列外型新颖, 大方及创意——3分
- 7, 除促销台外是否增加了堆头(端架)的粽子陈列——2分
- 8, 粽子堆头商品的整齐度——2分
- 9, 粽子堆头美观度——2分
- 10, 是否运用特殊饰品突出岛柜粽子的节日气氛——2分
- 11, 粽子在岛柜陈列品项类别是否清晰——1分
- 12, 粽子在岛柜陈列的丰满度——1分
- 13, 粽子在岛柜陈列的整齐度——1分
- 14, 粽子标价在岛柜的美观度——1分

二, 生鲜陈列(5分)

- 1, 生鲜品质保证(无变质, 腐烂商品)——1分
- 2, 生鲜陈列的丰满度——1分
- 3, 生鲜陈列的整体度和美观度——1分
- 4, 生鲜标价是否清晰——1分
- 5, 生鲜护理是否及时和到位——1分

三, 货架陈列(5分)

- 1, 货价商品整齐度和美观度——1分
- 2, 货架商品丰满度——1分

3, 是否符合先进先出原则——1分

4, 商品标价是否清晰, 是否货签对应——1分

5, 无过期, 变质, 包装受损商品——1分

第二项——形象类(共46分)

一, 音乐广播(3分)

1, 有无播放端午节喜庆歌曲——1分

2, 有无对端午节促销活动用广播介绍——1分