

超市策划书(实用5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？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。

超市策划书篇一

二、活动时间□20xx年3月5日-20xx年4月1日

三、活动目的：

- 1、以司庆七周年为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传企业的整体形象，企业在顾客及供应商中的知名度和美誉度。
- 2、以三八妇女节、3.15消费者权益日、公司七周年为契机，刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，限度地扩大销售额。
- 3、通过策划一系活动，加深xx超级广场与消费者的相互了解与情感沟通。
- 4、扩大企业知名度，进一步树立“关爱社区居民共建温馨家园”的社会形象。

四、活动对象：顾客、员工及供应商

五、活动广告语：

a□针对性广告语：

- 1、热烈庆祝深圳**公司成立七周年！

- 2、热烈庆祝**超市成立七周年！
- 3、**司庆乐在“七”中。
- 4、真诚相伴七载，真情服务永在！
- 5、服务**我们会更加努力！
- 6、欢庆七周年真情大献礼。
- 7、携手同行七周年千万好礼送给你。
- 8、**超市祝所有女性朋友节日快乐！（庆祝三八妇女节）
- 9、全民行动关爱女性。（庆祝三八妇女节）
- 10、天天xx天天“3.15”。（消费者权益日）

b□公司常用形象广告语：

- 1、爱是挚诚家乃至亲。
- 2、品质、服务、物有所值！
- 3、关爱社区居民共建温馨家园4□xx年xx品质服务工程。

六、活动举措：

1、卖场布置：

a□场外布置：

- 1) 大型巨幅：各分店根据物业实际尺寸联系制作，内容为此
次各项主题促销活动的信息。

2) 小型条幅：内容是各知名企业的祝贺语；比如：百事公司祝**公司成立七周年。（请采购部提前将供应商名单传市场部）

3) 喷绘：主要公布此次各项主题促销活动的所有内容，传达活动信息，吸引顾客。

4) 橱窗玻璃：对橱窗玻璃进行合理化布置，增加公司七周年喜庆气氛。

b 场内布置：

1) 吊旗纸：设计制作以公司七周年为主题的一款吊旗纸，烘托卖场气氛，美化购物环境。

2) 店庆横幅：在大门口正中悬挂“热烈庆祝**公司成立七周年”的横幅。

3) 收银台、入口：制作相应的企业形象宣传语及各项主题活动内容。

4) 手工吊旗纸：在卖场显眼的区域，制作各种主题促销内容的手工吊旗纸。

5) 灯笼（拉花）：烘托气氛。

6) 根据卖场实际情况，适当设计制作一系列广告宣传牌，美化卖场，传达信息。

2、媒体宣传：

1) 海报3期：

第一期：“三八”妇女节手招（2月27日-3月8日）。

第二期：公司七周年手招：（3月5号——3月18号）8p90个单品。

第三期：公司七周年手招：（3月19号——4月1号）8p90个单品。

主要以特惠装、搭赠装形式为主。

2) 场内广播：滚动宣传企业文化，介绍商品特价信息和促销活动，现场刺激顾客的注意和参与的积极性，影响顾客购买行为，提高销售额。

3) 人员广告：所有人员必须充分了解此次开展的促销活动，做好每一位顾客的活动解释工作。

4) 电视、报纸广告。

3、促销活动：

每当春暖花开时，我们将迎来公司周年庆，“谈指一挥间”，公司在大浪中已走过了七周年，回顾过去，我们始终坚持以“品质、服务、物有所值”为经营理念，满足于每一位顾客，也同时得到了各位顾客的一致认可，展望未来，我们始终相信会为您想的更多、做到更好，为感谢您对**超市一直以来的支持与厚爱，值此司庆七周年到来之际，我商场特为您举办各种优惠活动，保证让您惊喜不断、乐在“七”中、高兴而来、满意而归！

超市策划书篇二

供销超市闪耀4周年感恩回报顾客情

月圆中秋，其乐融融，活动期间，现场传递团圆/和谐的气氛，商品以买赠为主，要求厂家提供与中秋相关的赠品(可以以月

饼/花生油等相关商品为主)，会员更有惊喜。

制造惊喜给顾客以实惠，营造热烈的购物气氛。

一、促销目的：供销超市在这美好的秋季与您相约，9月14日“花好月圆人团圆、供销送礼礼连礼”与您共度中秋、国庆佳节。感受秋天带来收获与成熟的风韵。

以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。预计日均销量在促销期间增长10%—20%。

二、促销内容：

1、买中秋月饼送可口可乐：

买90元以上中秋月饼送355ml可口可乐1听。

买200元以上中秋月饼送1.25l可口可乐1瓶。

买300元以上中秋月饼送2l可口可乐1瓶。

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次。

3、在促销期间(9.5——9.15)，在超市凡购满300元者，均可获赠一盒精美月饼(价值20元/盒)。

4、在9月10日的“教师节”，进行面向教师的促销：凡9月9—10日两天在供销超市购物与消费的教师，凭教师证可领取一份精美月饼或礼品(价值20元左右的)

活动一：来就送

活动时间：9月10日

活动内容：店长安排人员将赠品放到活动规划区，顾客凭收银小票到活动区领取礼品一份。

礼品：洗发水洗衣粉饮料。

活动三：买还送一——果冻任你抓

活动时间：9月5日—15日

活动内容：只要9月5—15日购物满58元的顾客凭当日单张收银小票到活动区参加糖果抓一把活动。购物满88元者两手各抓一把，每张小票最多限抓两次。

果冻于9月3日到达超市，由店长验收。

1、现场：时候人相对来说比较拥挤，活动无法安排，活动安排在统一规划好的活动街。用大喇叭引起顾客注意。

3、注意：顾客购68元以上抓二把，两手必须要同时抓，而且必须是手掌俯下。

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送！

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推！可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”

每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员

卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让供销超市的会员卡变成随身必带的物品之一。

月是故乡明、中秋思亲情”在金秋教师节、中秋佳节阖家团圆之际，供销超市于9月5日——9月15日活动期间特推出“中秋月饼话神仙”月饼荟萃展销，品种齐全，质优价宜；大宗订购，价格优惠并免费配送，超市同时还有百余种时令性商品特价销售，欢迎新老顾客前来选购！

专题促销：心动商品惊喜价——优质低价想不到的实惠，活动期间，每天限量推出几十种超特惠商品回报给您，真正惊喜惊喜，物超所值。

有行动就有赠送——活动期间，每天购物超过80元的顾客，可凭当日购物小票(单张，不累计)到服务台领取贴心礼物一份(9月5日、6日送洗衣粉一袋，9月7日、8日送酱油一瓶，9月10日、11日送面巾纸一盒，9月12日、13日、14日送洗洁精一瓶)。

文档为doc格式

超市策划书篇三

借助光棍假日消费，且光棍又正赶春节前销售旺季，推出一系列活动，让消费者有购买越多，实惠越多，只要购物就有惊喜的感觉，从而实现旺季提升销售业绩的目的。

××光棍惊喜多，恭贺新年送大礼

惊喜一

1+1购物，实惠加实惠

活动期间，如顾客与其亲友（至少两人，最多限三人）在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受“满100xxxx即送10xxxx现金”的特大优惠（可两人的购物小票加起来享受团购待遇）。可促使顾客拉亲友来商城购物。

惊喜二

为了庆祝广大顾客在20xx世界末日之后，依旧活泼乱跳，特此公告

惊喜三

购物喜上喜香港七日游

- 1、在活动期间，顾客在一次性消费50xxxx以上，可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖。
- 2、领取奖券时，每满50xxxx领取一张，超过50xxxx部分金额以50xxxx的倍数计算（不足倍数部分不予计算，例如□100xxxx—149xxxx可领取两张），以此类推，最多限领5张。
- 3、抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游（只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负）。
- 4、此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排。
- 5、最终产生幸运顾客xxx

以上三个活动消费者可同时参与。

惊喜四

好东西，便宜卖，天天特价送给您！

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

场内外布置：

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显光棍与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字“恭贺新年”，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型“福”字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的“恭贺新年”字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

超市策划书篇四

随着市场经济发展及人民生活和消费水平提高，超市已经成为社会上不可缺少一个行业，与人民大众生活关系也越发密切。大大小小超市也争先恐后出现在市场上，因而增加了各大超市间竞争。

为感谢广大消费者一直以来对家乐超市支持，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购物买放心，用放心。

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，让消费者伙食不再单调。

(2)与生产厂家协商，采取买一赠一销售方式，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，增加消费者对超市认可度和关注。

(3)快乐竞答：凡购买参加活动顾客，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活动组织，从而吸引顾客与顾客间建立信任度，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：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消费者优惠幅度将会更大。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方法吸引顾客，让顾客感受“加”温暖与实惠，从而提升超市顾客回头率，提高超市收入。

(2)对于没有办理会员卡顾客，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。持会员卡在超市购物，可享受店内某些商品购物折扣优惠，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。

- 1、本卡是您尊贵身份象征；
- 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一切解释权！

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题营销活动，主要塑造家乐品牌，使本地消费者认同家乐，并且喜欢家乐，提高家乐美誉度与信任度，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消费者享受到活动多样化与丰富化，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，使得其提高对家乐赞誉。最后活动将会员制度作为家乐超市以后长期经营份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高美誉度，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，从各个超市销售市场来看，能够抢占先机，进而提高家乐在北辰市场份额。

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，对活动中存在安全隐患要立即排除，对于不能排除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。

活动所需物品：5000

优惠让利支出：小于10000元

活动纯收入：大于100000元

超市策划书篇五

2013年4月18日

上海商业职业技术学院商场营运班第三小组

组长：谢世雄

组员：刘水清、孙惠芳、郝艺、

何丹枫、李琦尔、黄玉玲、杨小华

一任务概述

捷强超市公司是隶属于上海捷强集团的连锁超市公司，其以承担上海烟草卷烟网络第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场24小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能。虽在同行业中起步比较慢，但因资金雄厚而发展很快，已经在全国建立了200家左右的连锁网点，并且跻身于上海第四、全国第六的连锁超

市公司.

为了充分利用超市现有的资源,自食其力,早日成为集团的又一大支柱产业,因此抓住这次“五·一”长假,以上海市内的60家连锁超市为对象,由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会,初步安排促销活动时间2001.4.27---2001.5.7,此次促销的目的是争取在“五·一”期间营业额比平日增加30%.

〈二〉“五·一”市场分析

根据所得到数据反映,目前上海各大超市全年总营业额的50%左右是来自于节假日消费.可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机,近几年的“五·一”假期有三个明显的消费结构特征:

走亲访友多.平时工作忙,无暇与亲朋好友常来常往,很多人会利用长假去走访亲友,因此买礼品的就不在少数,酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品,商家们也应该在此多下功夫.

请客招待多.相对上述的“走亲访友多”,同样别人来自家作客的也比较多,而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点.

外出旅游多.利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择,一路上的旅游用品当然也就少不了,所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点.

又因每年一度的中考、高考就要来临,学生营养品销售旺季再次到来,所以,各类营养品也就成为一大卖点.

针对这一特点,我们展开了关于“五一”节家庭需求情况的市场调研,我们对家庭收入在1000---3000,3000---5000,5000以上的家庭进行了调查,数据表明“五一”期间,居民家庭平均消费支出为500-1200元,同时对联华、华联、农工商等几家连

锁超市的暗访,经过权衡利弊后,我们确定了酒类、饮料类、糖果类、零食类、冷饮类、营养品类等其它个别商品为主力商品,共计40种,我们分别用规格、建议价和促销方式拟定了一份具体方案。(详见附表一)

〈三〉捷强超市营销概况

捷强超市公司隶属于捷强集团,主要经营烟草,酒类,饮料,糖奶,小食品,粮油制品,南北杂货,日用百货等5000余种商品,并且其进货渠道畅通,在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力.

在激烈的市场竞争中,捷强拥有与其独特的竞争优势:

首先,捷强拥有烟草,酒类专卖权,并享受全市烟草,酒类网络第一层次的销售权.

其次,完善的配送系统,使其商品价格低廉,质量稳定,因此受到了消费者的青睐.

但是,相对于联华,华联,农工商等起步早,资本雄厚,市场份额大的超市公司,捷强也存在许多不足:

1. 门店数量少,店面相对较小.
2. 商品种类少,更新速度不够快.
3. 生鲜数量少,不能满足居民需求.
4. 货架丰满度不够,陈列方式不够一目了然.
5. 促销手段缺乏“亮点”,不能很好吸引顾客的吸引力.

四竞争对手情况

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头,其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络,其2000年的销售总额已突破100亿元大关.联华积极实行全国采购,有效降低成本,并不失时机的开拓海外市场,是最具实力的竞争对手.

华联与联华一样,都是国内实力雄厚,成立较早的超市公司,它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态,其良好的企业形象,新型的发展战略,使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市.

农工商是全国超市零售业的一匹黑马,虽然起步较晚,但已成为全国第三的超市企业,其营业面积居各超市之首,以“规模大,品种全,价格廉”的特点,树立了良好的企业形象.

另外,麦德龙,家乐福,易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响,它们虽然分布区域偏僻,但营业面积大,商品价格低廉,品种齐全,服务多样化,并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验.是五一市场的一股重要势力.

针对众多实力强劲的竞争对手,捷强应该立足自身的优势,利用完备的配送系统,确立适合自身发展的连锁经营模式,并要在五一的黄金假期里,增加促销的“亮点”,进一步扩大影响,提高知名度,为企业创造新的发展机遇.

《五》确立主题

主题:“五一”金假/价在捷强.

表现:1.“五一”是可以放松,休闲的黄金假期.捷强在此为您提供轻松购物的场所,由此体现金“假”.

2.捷强为您提供优质优价的放心产品,由此体现金“价”.

3. 此主题既突出了捷强的价格优势, 又迎合了此次五一的黄金假期, 达到一语双关的目的, 可以有效的吸引顾客的注意力, 并且树立良好的企业形象.

《六》广告策划

对象: 市内60家分店预算总额: 40万

负责人: 广告宣传部期限: 4月27日前

项目数量发行手段费用预算作用

dm广告10万份 邮寄8万份, 派送2万份 10万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报600张 店内张贴10元/张 6000元 制造节庆气氛, 树立企业形象

吊旗2400张 店内张贴8元/张 19000元 烘托店内气氛, 吸引顾客购买

彩旗, 彩色气球600面 40个较大门店前设置6000元;

4000元 制造节庆气氛, 树立企业形象

展台广告300~350张 展台设置15元/张 5000元 突出店内重点商品

候车亭广告50座 1000元/座, 5万 宣传活动主题, 树立企业形象

新民晚报4.25; 5.1; 5.3 每天半版报章广告5万 宣传活动主题, 树立企业形象

990电台4.23~5.7 早新闻前后各一次 广播广告5万 宣传活动主题, 树立企业形象

附注:1. 海报以草绿色为底色,用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀,突出春天的气息.海报的主题与这次促销主题相一致.

2. 吊旗的整体色调与海报相同,因为吊旗是在店内设置的,所以其主题为“金价风暴”,字体要设计成爆炸式的,以刺激消费者的购买欲望.

3. 对促销的商品,要明显的标出原价,让消费者在对比中感到实惠.

4. 店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛.