

超市促销方案人员安排(优质10篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。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。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

超市促销方案人员安排篇一

20__年__月__日-2__年__月__日(共七天)

二、活动主题

千僖迎新，半价返还

三、活动内容

(一)主要活动：千僖迎新、半价返还

1、7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还。

2、单张购物小票返还金额不超过__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)。

4、__月__日(初__)开始，至__月__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__月__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。

(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。

四、活动推广

1、报纸广告。

2、电台广告。

3、现场横幅。

4、现场彩灯。

超市促销方案人员安排篇二

20xx年2月22日—3月5日

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此我们的促销活动重点围绕跟元宵有关的商品展开促销。同时借助烟花爆竹、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛，回升消费热情。

2、同时春节一过，春节服装即将上市，对于学生来说，新的一学期也将开始，因此元宵节促销还可围绕服装、学生用品等展开促销。

通过各种新颖、有效的促销活动来巩固原有顾客、挖掘和培养新消费群体，提升公司知名度和美誉度。

1、火树银花不夜天 共度元宵享团圆

2、猜谜语 欢乐中奖

3、良辰美景共赏 元宵齐乐园

元宵佳品、糖果、生鲜蔬果类食品。

（一）购物赠汤圆

（二）猜谜语 欢乐中奖

把超市布置成元宵游乐区，悬挂灯笼，在全卖场的每个角落都张贴谜语条，无论是否购物，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美礼物。

（三）良辰美景共赏 元宵齐乐园

3月4日晚7点30分钟在外场开辟游乐区，在游乐区大舞台内增设套圈活动和一些表演等活动来吸引人气。

套圈：购物满100元即可参加套圈一次，每次十个圈，套中了即可拿走所圈住之物。圈中物品根据价值大小来进行远近距离拜访。物品总体价值设置可根据满多少的定额来确定，满多少的定额越高，礼品价值也可相对提高。

表演：表演者有店面有才艺的员工来共同表演，目的是增加元宵节热闹气氛。

注：游园布置必须精美，注意维持活动现场秩序。游园活动的开始和结束可以以爆竹鸣号

- 1、1月25日特价商品资料汇总，预定出上邮报的商品；
- 2、1月25日各部门的活动计划书上交店长办；
- 3、1月29日邮报商品下午开始照相；
- 4、1月30日邮报定稿
- 6、2月1日邮报到店上；
- 7、2月2日至3日开始邮报全面发放；
- 8、2月1日至3日所有特价pop写好；
- 9、2月3日卖场气氛pop布置完成；

为保证活动的持续性和工作责任到每个人，特制定以下要求：
气氛设置：外场气氛，内场气氛，销售气氛。播音气氛。陈列气氛pop书写。

（一）dm邮报：单张16k 10000份*0.18=1800元。2月1日下午dm邮报到店。

- 1、邮报发放计划：（发邮报的重点在各大生活小区和居民住宅及城中村，要尽量贴近百姓生活）
- 2、卖场内留：1000份（收银、总台）

（二）、场内不间断的播音；

播音内容就是活动内容

（三）横幅制作

1、横幅两条：火树银花不夜天 共度元宵享团圆

良辰美景共赏 元宵齐乐园

2、喷绘：两块

（四）、 内场气氛pop和吊排设计：原来的不动

准备工作：

备足货源，搞好汤圆的商品陈列，店内海报□pop的书写等

初步估计费用为 元，明细如下：

促销活动费用预算表

活动简介□20xx年2月活动 活动时间□20xx年 2月 4日至 2月12日

多尔惠超市普吉店： 制表人（预算部门）： 店长办

1、唐光杰：负责活动前各项准备工作及海报制作及进展情况跟踪；负责超市区商品的到位和整个促销活动的运营安排，负责生鲜的各项运营进展情况的督促。负责整体人员调配，主要特价商品货量的控制、各部门和各类人员及各项活动的综合监督检查。发现问题及时作出整改决策。

3、吕涛、王丽：负责超市区商品的到位和整个促销活动的运营跟踪、堆头位置和人员协调，各项工作执行情况的督察和汇报。

4、徐志玉、王彩云：负责收银线的零钱兑换和接待顾客的投

诉和处理。

5、唐光杰、吕涛：负责活动前政策资源的谈判、落实、跟踪，配合卖场确认主打商品；货源的最终到位时间为：2月3日。

6、王丽：负责整个外场礼品准备工作和发放，礼品借出时候和回收时候收货部和防损部必须参加点货，营业结束时收货要向防损部报告等防损部人员到场才能清点数量后拉到指定的仓库。严禁在无防损部人员参与的情况下就出入货品，否则后果自负。

7、张文辉、唐光杰：负责在1月31日将邮报发放方案做好交店办审核，2月1日人员培训到位，活动中各人力调配方案，于2月3日晚整个邮报发放的宣传工作全面结束。唐光杰负责全店耗材购进的敦促和统计工作。遇到无法解决的问题要及时向店长办报告。

8、王洪富、王彩云：负责活动前的电子设备和收银系统的检查工作，商品资料的变价工作。特价商品资料的建立和检查工作。应急收银通道和临时收银点的计划和设置。2月3日对总台，收银人员的活动培训，服务培训，注意事项等培训工作。各种收银耗材的准备。

9、华绍云：作好全场人员的纪律监督工作和需要人力支援的各部门抽调出来的人员的. 协调工作。发现问题及时向店长办报告。

10、杨翠兰：作好整个生鲜部活动安排，于2月2日之前将活动期间的人员排班表交店长办审核，抢购堆头及抢购区域的秩序维护和需要人力支援的申请和协调要事前与人事部作好沟通。定出具体的人员和时间。

10、王丽、吕涛、杨翠兰：负责你们所管区域和所管部门的一切工作：包括活动前的市场调查，活动计划的纂写，特价

资料的收集汇总，拟订出上邮报的商品、活动期间的人员安排等等。做到重点特价推头和重点促销区有专人负责推销，并且有销售量的评估和陈列效果的分析，以便于我们把下次活动做得更有效果。

5、场内抢购活动，活动的主持人是否培训到位？参与的人数和时间是否确定？（生鲜抢购时需要的人由杨翠兰提前向人事部要好）。

6、在活动期间，柜组长以上的所有管理人员的手机要24小时开起（虽然我们不能报话费，但我们也要尽量的做到口头上的交代和要求，要让我们大家尽量多一些理解，少一分的埋怨），要保证随时找得到人，手机电池要冲好。

全店耗材备齐了没有？（陆燕负责）；

（所有的工作安排布置好了、各部门人员的分工明确之后，敬请大家在想一下还有哪些困难或疑惑的地方，提出来再行讨论解决。以后我们的每一次活动前的安全大检查，由防损部华绍云负责） 十二、活动效果评估：（负责部门：店长办公室）

活动结束后，各部门人员应对次此活动的效果进行调查、测定，让我们的员工对此次活动进行评价，包括对本次活动的方式方法、赠品的选择、促销人员的总体评价及活动的成功与不足之处。并对照我们预先设定的目标检查完成了哪些？分析实现目标与未达成目标的原因，在会上充分讨论，为以后的促销活动积累经验。最后由店长办公室作出活动效果评估分析报告。

超市促销方案人员安排篇三

共七天(20日—26日大年夜)

二、活动主题

千僖迎新，半价返还

三、活动内容

(一)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。

(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。

四、活动推广

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

五、费用预算(略)

一、活动目的：

1、扩大和提高__x超市 的品牌形象和美誉度。

2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。

3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

二、市场分析：

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品(比如大米、鸡蛋等)以超低折扣出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享

受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次 自主定价 的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

三、活动安排：

1、 选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节，__×超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集

人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在__年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

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。抓住顾客图吉利心理。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顾客拿光，来不及补货或补充。

活动主题：

岁末完美风暴

活动时间：

x月x日——x月x日(共17个工作日)

活动内容：

一、全场商品2折起

活动期间，全场商品2——8.5折销售(6楼百元街全场8折)(金银珠宝首饰品、名表、化妆品详细折扣请见柜内明示)

二、购物一小时幸运5分钟

注：

1、返款全部以赠券(a券)形式体现

2、抽奖方法：10：10分抽取9：00——10：00时间段，11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推，晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取，清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

3、抽奖地点：6楼促销服务台抽奖现场；

4、返款地点：6楼促销服务台；

5、返款时间：当日营业时间；

6、单笔最高返款金额以5000元为限，5000元以上视同5000元档；

7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准；

8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃；

9、本活动所返赠券使用期限限定在x月x日——x月x日使用，过期作废；

10、抽奖结果及时在现场及广播中公布，

活动情况说明：

1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；

2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折；

4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活

动；

5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售；

6、活动期间，赠券(a券)在6楼使用不再享受折扣；

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间vip卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用；

活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查；

各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、促销导购等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。

一、元旦后应立即进入年节氛围的布置

第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

二、腊八节喜庆年货 早买早实惠

腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让客人产生此处可买到便宜年货的感觉。

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

pr活动:

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止!

加1元 换购价值3元__商品一个

加5元 换购价值8元__商品一个

加10元 换购价值15元__商品一个

加15元 换购价值25元__商品一个

加20元 换购价值40元__商品一个

具体换购商品待定!

三、 除旧迎新 欢欢喜喜过大年

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购提示随处可见。

pr活动:

新年好礼满额送

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份;

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份;

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份；

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份；

四、新年好礼 精彩亮相

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1) 爱让我们相识：n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2) 爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3) 爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4) 爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止！

五、最炫礼 福多运多财更多

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的客人在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动客人的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位客人进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得！

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

超市促销方案人员安排篇四

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓

意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来感动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

20xx年9月23日——20xx年10月8日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的的时间定为以上的时间。

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐出色华联”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)

“欢乐在华联，情浓意更浓”

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供给商无论是在促销、还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销本钱，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

中秋节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、

保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

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。

国庆7天假，天天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

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。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停!

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推!(建议：家纺还可以针对国庆婚庆***，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

采购处：与供给商洽商活动、赠品的相关事宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置□dm的制作与发放，活动的监视执行。

制作页面为大4k□8p□用度约为0.6万。

具体内容根据公司总体安排。

超市促销方案人员安排篇五

5月28日—6月3日

超市根据自身的促销成本控制，在下列活动中选择一个或多个方案进行借鉴实施。

活动一：六一节买六送一

在超市中选择一批商品进行买六送一活动，比如酸奶、果奶、饮料、果冻、水果等商品，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持。

活动二：迎六一特价商品

学习用品、文具用品、儿童食品、饮料、奶制品一律优惠价销售；

3、公关活动中参加对象为0—14岁的儿童，第一个活动中必须注明属作品的作者档案资料，如年龄，性别，姓名等；写的字，可规定为贵超市的名称或有关六一儿童节等内容，也可以自由确定

20xx超市节日促销策划方案大全
20xx超市节日促销策划方案大全。

儿童节期间(6月1日-6月3日)在超市入口处举行五子棋比赛，参与者有小礼品，得胜者有奖品。

3、公关活动中参加对象为0—14岁的儿童，第一个活动中必须注明属作品的作者档案资料，如年龄，性别，姓名等；写的字，可规定为贵超市的名称或有关六一儿童节等内容，也可以自由确定。

超市促销方案人员安排篇六

国庆节促销是历来商家不会错过的拉量的机会，但同质化的产品，雷同的促销手段，让国庆节上的消费者们味同嚼蜡，因此，在制作超市国庆促销方案的时候，企划的、担子总是沉甸甸的。国庆节(10月1日)是新年前的一个最重大的节日，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，势必提高爱家各分店的市场占有率，增加xxx超市的美誉度。

“喜迎国庆,欢度佳节”

x通过策划一系活动，加深爱家超级广场与消费者的相互了解与情感沟通；

x扩大企业知名度，进一步树立爱家“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，欢度佳节。

2) 月圆中秋，情系xxx□

3) 举国同庆,佳节大献礼。

4) 中秋佳节□xxx浓您家乡情!

5) 每逢佳节倍思亲□xxx为您送温情。

6) 热烈庆祝中华人民共和国成立68周年!

7) 爱是挚诚，家乃至亲。

8) 品质、服务、物有所值！

(一) 场内外布置

1、场外：

2) 展板：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；

3) 橱窗玻璃：设计制作中秋节及国庆节的主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛；

4) 派发印有“超市”的广告气球10000只，（主要是广场和小区以及店内悬挂）。

2、场内：

3) 收银台布幔：收银台使用红色布幔布置，突出喜庆气氛；

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；

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。

(二) 活动宣传

1、海报4期：

第一期：中秋1期手招，时间x月x日—x月xx日、a4□4p彩色；

2、场内广播：商场内广播滚动式宣传中秋国庆的酬宾信息，刺激顾客的购买欲望，增加销售额。

3、堆头促销：场内特别推出

“月饼一条街”、“旅游食品一条街”，并配上叫卖，方便顾客选购，刺激顾客消费，在场内形成热闹喜气的购物气氛。

5、报纸广告：6期。

6、电视广告：3期

7、广告气球派发，礼品广告围裙赠送。

为了更好的做好，十一长假的促销工作，提高企业的知名度，现推广部制订了四套方案来提高综合效应。具体方案如下：

（一）“欢庆国庆

购物抽大奖”

送金星

活动时间□20xx年x月xx日——xx月x日

活动内容：为回报广大顾客朋友，凡于活动期间在我商场一次性购物满18元，均可凭电脑小票到商场顾客服务中心参与“购物抽奖中金星”活动，您仅需填写好您的姓名、联系方式，身份证号码，投入到抽奖箱内，即可有机会免费获得我商场送出的价值3000元的金星一个。

（二）买99元送30元现金券

活动时间□20xx年x月xx日——x月x日

活动内容：为庆祝国庆节的到来，回报广大顾客朋友，活动期间，凡在xxx购买服装、鞋类商品满99元即可送面值30元现金券，满198元可面值60元现金券，多买多送，依此类推，欢迎广大顾客朋友前来选购，现金券不可兑换现金。（注：此时

刚好到了换季的时候，又正值国庆，顾客也为选择在哪里购买服装而忧郁不决的时候，吸引顾客，不让顾客外流、拉动人流、推动销售)。

(三) 黄金周

旅游商品大展销

活动内容：活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。分部采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

(四) 庆国庆日

活动时间□xx月x日至xx月x日

活动内容：由采购部联系供应商到门店搞场外促销活动，活跃场内外气氛。

1) 活动总负责□xxx

2) 组成人员：各部门负责人。

3) 相关部门工作人员作好协助工作，确保活动的顺利进行。

超市促销方案人员安排篇七

礼情款款欢度国庆

20_年9月20日——10月7日

(三) 加深超市与消费者的相互了解与情感沟通；

(四)扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

(一)买99元送30元现金

1、活动时间：9月20日——10月7日

3、注意事项

(1)顾客购买活动商品后需保留购物小票，凭购物小票到总服务台领取返现现金。

(2)单张购物小票方可参加活动，不可多张小票累计参加。

(3)顾客领取现金时，需由工作人员加盖“现金已领”字样章后方可领取。

(4)该返现活动只限活动期间消费的顾客，以小票机打日期为准。

(二)国庆狂欢，_大礼疯狂送国庆狂欢，狂欢1、活动时间：9月20日——10月7日2、活动内容活动期间，公司在第四期促销手册(时间：9月15日—10月15日)封面上印刷中秋、国庆现金券，现金券面值10元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超市购物满100元可使用一张，直接省8元现金，购物满200元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

注意事项：

(1)顾客凭现金券消费时，需保持现金券完好，出现破损、模糊等现象不得使用。

(2)现金券为一次性使用，消费结账时需由工作人员将现金券收回。

(3) 顾客使用现金券消费，退货时只退回现金部分，现金券部分不予退回。

(4) 现金券不找零、不可兑换现金。

(三) 国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销黄金周1、活动时间：9月20日——10月7日2、凡是在活动期间购买旅游商品的顾客，凭会员卡均可享受最低3折优惠。活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

注意事项：

(1) 购买特价商品的会员，不可同时使用代金券

(2) 特价商品已经售出，概不退换

(四) 同岁同贺，大礼赠送同岁同贺，同贺

1、活动时间：10月1日—7日

2、活动内容活动期间，凡是年龄为61岁的顾客在本超市购物，不论购物金额多少，均可凭身份证到总服务台领取精美礼品一份。每位顾客在活动期间只可领取一份。

3、注意事项

(1) 顾客需凭身份证领取礼品，并由工作人员登记身份证号码。

(2) 每位顾客在活动期间只可参加活动一次

(3) 本活动最终解释权归_超市所有。

超市促销方案人员安排篇八

父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的。

6月10日-6月24日

- 1、扮靓父亲，重返年轻
- 2、给老爸一个温馨的父亲节
- 3、真情实意送父亲，健康礼品更贴心

一)商品选择

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

- 1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；
- 2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀、体育用品、高档礼品等；
- 3、烟酒类。

二)商品特卖

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

- 1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀等特卖；
- 2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；

3、让父亲更快乐:一些精美高档礼品等特卖;

活动时间:6月17日-6月18日

活动主题:健康老爸

活动内容:

一、购物满18元以上均可获赠父亲节精美礼品一份。(扇子或剃须刀片)

二、凡6月18日出生的父亲凭有效证件可在麦吉利享受购生日蛋糕6折优惠。

三、送给父亲的祝福

(顾客持会员卡购男士用品可享受免费礼品包装。)

四、想看到平时温文尔雅的父亲,豪情万丈,豪饮美酒的样子吗?快和爸爸到超市发超市来吧!只要在喝啤酒的比赛中胜出的话,就可以获得丰富的礼品.

具体操作:时间:6月17日(周六)、18日(周日)

地点:大厦店换购处

细则:a:凡持本店当日单张38元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

商品准备:水杯,男士内衣,吉列系列,酒类,凉席,凉枕

卖场布置:换购处吊挂父亲节吊牌,卖场内制作父亲节提示。

超市促销方案人员安排篇九

光棍节是一种年轻人的娱乐节目，1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。本次活动围绕“光棍也要狂购物”这个活动主线，全力突出光棍节娱乐的节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。通过宅男系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间

20____年11月9日——20____年11月11日

三、活动主题

“欢乐光棍欢乐颂，联盛大礼乐翻天”

四、活动内容

“欢乐在联盛，光棍大采购”

- 1、“光棍欢乐颂”活动期间，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。并针对单身宅男宅女群体最喜爱的泡面类商品统一实行优惠促销。
- 2、“联盛送情意，光棍礼上礼”凡在本超市购物满_____送精美礼品一份并免费办理联盛超市会员卡。（礼品建议个性饰品等时尚物品）
- 3、“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。

4、“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。要让联盛的会员卡变成随身必带的物品之一。

5、“欢乐时尚颂”时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物_____元可得到两张，以次类推！

五、活动配合

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关事宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，海报的制作与发放，活动的监督执行。

六、费用预算

礼品费用0.6万，宣传费用0.3万，人员费用0.5万。

超市促销方案人员安排篇十

超市在开学进行有针对性的促销活动必能引起广大市民及媒体的关注，增强企业的知名度和美誉度。

8月23日—8月31日

“上学了开学了你需要的xx商场都给你准备好了”

1、买200减30开学实惠一减到底，书包、文具各种学生用品全场优惠，活动惊喜不断！

2、学生专场：家居家纺区、箱包区、休闲运动区开设学生特

惠专场，更多优惠。

3、同贺高考：实惠某某。活动期间凭国家统招高考录取通知书在百货类购物享受现价9折优惠，累计购物满200元可享受抽奖活动。

4、奖项设置

一等奖现金1000元奖学金，每日一名

二等奖报销学生及一名家长的至学校报到火车票总价限700元，每日两名

三等奖时尚皮箱一个，每日五名

四等奖某某纪念高档笔记本，每日八名

纪念奖钢笔礼盒一套，每日十二名

5、整点再送

活动期间每日9：00—10：00，14：00—17：00期间，每逢整点，单件商品购物满188元均加送钢笔一支。

兑奖地点一层共享空间

（一）活动期间各楼层营业员操作注意事项

活动期间各楼层营业员必须做到以下几点：

1、参加活动的品牌营业员必须宣传活动规则。

2、不参加活动的品牌营业员必须在品牌所在柜位标示“本柜不参加活动”以免顾客与商场产生争议。不参加活动的商品营业员开票时注明不参加，以免顾客参加活动。

- 3、顾客在退换货时工作人员注意顾客是否有参加活动。
- 4、参加活动品牌柜位的营业员注意pop等宣传品的. 摆放。
- 5、提醒顾客先参加活动再开发票。
- 6、告诉消费者凭购物小票到活动点参加各项活动。
- 7、销售单日期必须准确以免顾客因为小票日期开错而不能参加活动。

（二）活动点工作人员要求

- 1、在商城一楼设置活动点每日活动点工作人员2名在活动期间负责每日奖品领取和登记工作。
- 2、与保卫部联系负责现场秩序维护。每一位工作人员自带圆珠笔1支。工作人员对礼品共同负责出现差错共同赔偿。
- 3、人员要求每日两班每班2人，保安1人。

（三）促销活动现场操作规范流程

- 1、顾客来到活动点工作人员致礼貌语“欢迎光临”并热情主动接待。
- 2、热情主动接待每一位顾客做好宣传工作。
- 3、登记活动情况对销售凭证做参加记录以免顾客重复参加。确保每件奖品的出入做到有单可查。
- 4、保证每日奖品数量充足。如遇存货不足提前申请
- 5、顾客凭当日购物小票参加活动。工作人员在抽奖前检查销售单日期有无不参加记号。不参加活动的柜台不允许参加。

6、工作人员登记参加活动消费者人的销售单号码兑奖后在销售单上注明已参加并写出奖品及数量。请消费者签字。

（四）各部门需配合工作

各经营部

- 1、与商户联系不允许私自打折讨价还价折扣直接降至最低点。
- 2、负责活动的直接操作。
- 3、组织员工学习活动期间的退换货方法。
- 4、每个区域不参加活动的柜台要求少于3家

总经办

- 2、人员要求每日两班每班2人，保安1人。
- 3、协助企划部采购本次活动的奖品。

企划部

- 1、做好活动期间的宣传广告的发布pop书写等工作。
- 2、收银组，注意在整点活动时间段将电脑小票附加在顾客联上方便奖品的发放。

（五）宣传方式

- 1、户外看板
- 2、电视广告
- 3、报纸广告

4、户外拱门

5□dm报纸夹送

6、楼体及店外悬挂条幅若干5—10条

总体执行企划部负责，企划部负责此次活动的整体组织、实施办公室全力配合其它部门各司其职。