

最新超市营销策划活动(实用8篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

超市营销策划活动篇一

20xx年是马年，马是一种吉祥的动物，也一直是人类忠诚的伙伴，对于“马”，人们赋予了很多褒义的词汇，如马到成功、一马当先、万马奔腾等等。马是速度和耐力的体现，象征着朝气和坚强的毅力。通过表现马的形象也可以赋予商家一种“永远朝气蓬勃、永远向前奔驰”的形象内涵，因此围绕“马”展开主题促销是十分可行的。

年2月1日—2月20日

注：2月12日是20xx年农历正月初一，可以提前半个月开展迎春促销，法定春节放假为7天，因此春节促销可以持续20天至一个月。

“马到成功”

(1) 天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

- 1、画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。
- 2、画布大小为10x8米，可根据商场门面大小做调整。
- 3、“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

（2）一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

- 1、春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。
- 2、“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

（3）“本命年”的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

（4）与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

- 1、生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。
- 2、注意现场清洁卫生，注意给马喂食。
- 3、挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。
- 4、为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。
- 5、此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的方法。同时要记得在现场放置一定的食料，给马喂食。
- 6、马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

(5) 万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

(6) “马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2.5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

- 1、凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。
- 2、在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。
- 3、活动分男女组进行，男的距离设置为2.5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

（7）“马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

- 1、随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。
- 2、专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。
- 3、在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

（8）画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

超市营销策划活动篇二

凡在x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。

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，使顾客感受到真下的实惠，为节子下一步的销售立下口碑打下基础。

《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。

《五月端午射粽赛》

- 1) 活动时间□x月20日—22日
- 2) 活动内容：凡在x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：
- 4) 道具要求：气球、挡板、飞镖。
- 5) 负责人——由店长安排相关人员。

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。

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。

费用预算

- 1、《端午节靓粽，购物满就送》活动：靓粽每店限送200只/22店=4400只。
- 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。

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。

超市营销策划活动篇三

20xx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□20xx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20xx年3月14日隆重开业。自20xx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20xx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

第一波：圣诞狂想曲20xx年12月24—20xx年1月10

第二波：春节购物乐翻天20xx年01月15—20xx年1月30

第三波：富贵迎新年20xx年02月01—20xx年2月15

第四波：猜灯谜闹元宵20xx年02月20—20xx年03月7

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

超市营销策划活动篇四

春节超市促销活动1全场商品3折起部分商品限量特卖

春节超市促销活动期间，全场商品3——8折销售(六楼百元街全场8折)，对于部分不能进行折扣销售的品牌，也可以自活动之日起每天推出2款应季商品特价销售，每天限量销售3——5件(原则上按成本价销售)。

注：

- 1、年春节超市促销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实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；
- 5、年春节超市促销活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；
- 6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

春节超市促销活动2购物送券超值实惠

活动期间，在1——5楼累计购物满500元(现金部分)(活动期间消费金额均可参加累计)，再送50元全场十足抵用券(a券)，

满1000元送100元全场十足抵用券(a券)，以此类推，多购多得(以300元为整数单位，零头不计)。

注：

1、年春节超市促销活动期间所送礼品券(b券)由商场和接受方各承担50%；

5、赠券(a券)、礼品券(b券)领取地点：6楼促销服务台；

6、赠券(a券)、礼品券(b券)领取时间：当日营业时间；

8、各岗位工作人员应提醒顾客先以完整购物凭证参加抽奖活动，再参加赠送活动；

春节超市促销活动3吉祥年欢喜月幸运日

在xxxx年春节超市促销活动期间，在4号门附近设三个抽奖箱(暗箱)，内放如下所需乒乓球，球上做好标记。凡在我商场1——5楼当日累计购物满300元(现金部分)均可参加抽奖活动。

1、凡获取摸奖资格的顾客按年、月、日顺序进行摸奖活动；

3、单张机制小票累计满300元限摸一次，超出300元部分不在重复累计。

1、顾客需持当日完整购物凭证(收银机制小票和购物小票顾客留存联)参加本活动

3、促销服务台在发放完奖后，回收收银机制小票第一联(白色联)并做好登记；

4、抽奖地点：4号门(肯德基侧)；

- 5、抽奖时间：当日营业时间；
- 6、领奖地点：6楼促销服务台；
- 7、领奖时间：当日营业时间；

春节超市促销活动4六楼百元街酬宾送礼

春节超市促销活动期间，在六楼百元街同一柜组累计购物满500元(现金部分)(20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日之间消费部分都可重复累计)的'顾客，可到该消费柜组领取价值50元礼品一份;xx月xx日、xx日、xx日期间，每天前30名光临六楼百元街的顾客将免费获赠精美礼品一份;xx月xx日、xx日、xx日每天9：30——10：30，六楼百元街头饰区全部6折。

超市营销策划活动篇五

礼情款款，欢度国庆

20xx年xx月xx日——xx月xx日

- 3、加深超市与消费者的相互了解与情感沟通；
- 4、扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民”的形象。

(一) 买xx元送xx元现金

1、活动时间□xx月xx日——xx月xx日

2、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，凡在超市购买服装、鞋类商品满xx元即可返回xx元现金，满xx元可返回xx元现金，多买多返，依此类推，欢迎广大顾客朋友前来选购。

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□xx大礼疯狂送

国庆狂欢，狂欢

1、活动时间□xx月xx日——xx月xx日

2、活动内容：

活动期间，公司在第xx期促销手册（时间□xx月xx日—xx月xx日）封面上印刷国庆现金券，现金券面值xx元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超市购物满xx元可使用一张，直接省xx元现金，购物满xx元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

3、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。

部门：营运部

负责和各品牌洽谈和签定本次活动的'条件及活动费用的分摊。
负责培训员工活动的内容和操作方法。

超市营销策划活动篇六

光棍节针对单身宅男宅女群体最喜爱的商品统一实行优惠促销，接下来让我们一起看看吧！

一、活动目的：

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：

****年11月9日--****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200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200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、赠品的相关适宜。

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。

超市营销策划活动篇七

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。

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xx商品一个

加5元换购价值8元xx商品一个

加10元换购价值15元xx商品一个

加15元换购价值25元xx商品一个

加20元换购价值40元xx商品一个

具体换购商品待定！

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；

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！

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用，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。

超市营销策划活动篇八

1) 春节贺岁礼送新春

2) 元宵节情缘元宵节

3) 情人节感受温馨浪漫

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日

卖场内外已暖色调为主(大红、橙色、黄色)

1. 场外布置:

1) 10家门店共制作10条大型巨幅放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

2) 外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3) 门口处上方各挂大型灯笼(50cm)□要求美观。

4) 10家门店各制作竖副8条，内容为七彩(各门店进行费用联系)。

5) 各门店门口处统一放置红地毯一条(6mx2m)□

6) 地贴春节专用地贴张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作)。

2. 场内布置:

- 1) 门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。
- 2) 门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。
- 3) 卖场内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。
- 4) 一条街制作喷绘一张(材料为kt板)(由营销科统一制作)。
- 5) 制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计(详情见附图)。

通道：

- 1) 挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作)。
- 2) 根据卖场实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

- 1) 区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。
- 2) 货陈列进行食品、用品各进行专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的`pop□统一使用kt板进行制作到位。
- 3) 专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，商品建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1) 可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2) 楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案)，或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3) 有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮。

3. 员工布置及服务用语

1) 营销科统一制作春节员工帽子，商场每位员工必须佩带。

2) 春节期间员工服务用语：你好！新年快乐！欢迎光临！

3) 收银台的收银员穿戴塘装。

1) 特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中龙港店、鳌江大厦店，还增加箱包、服饰、鞋子、床铺上用品、生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

2) 厂商的赠品促销

联系30种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中大卖场的服饰、鞋子、床铺上用品等，赠品由厂商提供赞助。(由门店及营销科共同执行)

1) 厂商大型文艺促销活动。

2) 联系厂商做大型的文艺活动，主要有蒲公英、红桃k等厂商进行轮回演出，提高各商场的客流量和销售。

3) 联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

报纸：晚报、年货dm海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队。