

超市做促销活动的目的 超市促销活动方案 (优质7篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

超市做促销活动的目的篇一

一、活动主题：

喜迎__节、欢度__节

二、活动内容：

商品大展销

三、活动方式：

1、展出不同厂家的各种礼品盒，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按品类划分陈列区域。同时可以开设一些知名品牌专柜。

2、推出礼品组合套餐：把各种保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如__元、__元、__元。

__节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，都会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将各种礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。

3、现场制作：为了让顾客有更好的体验感，现场制作是一好方法，可以联合厂家现场制作。

(1) “把月亮带回家”

活动期间，购物满__元，送一个挂有月亮的钥匙扣，月亮钥匙扣形状多样，制作精致，上面刻有一些祝福语：如__快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写__节的诗歌词句。

操作说明：

1、钥匙扣由商场定做，根据商场销售额确定定做数量，每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2、在钥匙扣上刻上商场名称，也可以跟祝福语结合起来，如“__祝您快乐”。

3、凭购物小票到商场指定处领取，__元一个，__两个，依次类推。领取后在小票上盖章。

(2) 月圆“十分”大抢购

活动时间：__

限时抢购，抢购持续时间为“十分钟”，在抢购时间内购买的商品一律八折，在收款台进行打折计算，以收款处结算时间为准，以商场音乐时间为标志，当特定音乐响起的时候，即抢购时间开始。

操作说明：

1. 事先不告知具体“抢购”时间，注意维持现场秩序。

2. 注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

3. 此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

(3) 喜拍“全家福”

购物满__元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：__节当天)

地点：商场门口广场

协办：__影楼或__胶卷公司

操作说明：

1. 可现场布置一个场景，或搭建一个凉亭，营造出古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。
2. 最好是将超市名称拍进去，以后看到照片就能想起超市。

四、其他活动简要：

1、餐饮大餐：__节一家人还要一起吃团圆餐，超市可以跟餐饮业互动，跟某餐饮大酒店合作，推出购物满__元送八折优惠券，或购物满多少，抽奖赠送免费餐饮券。

超市做促销活动的目的篇二

一年一度的促销大好机会“中秋节”即将到来，另外今年又和xx年一样，中秋节(9月14日)和国庆节(10月1日)相距甚近，对于商家来说，更具挑战意义。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，在中秋、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，势必提高全鑫超市各分店的市场占有率，增加全鑫超市的美誉度。

“喜迎国庆欢度中秋”

3)通过策划一系活动，加深全鑫超市与消费者的相互了解与情感沟通;扩大企业知名度，进一步树立全鑫超市“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) 喜迎国庆欢度中秋
- 2) 月圆中秋情系全鑫
- 3) 情满月圆举国同庆
- 4) 中秋佳节全鑫浓您家乡情!
- 5) 中秋合家欢佳节大献礼
- 6) 望月怀远花好月圆
- 7) 每逢佳节倍思亲全鑫为您送温情
- 8) 礼情款款欢度佳节

9) 热烈庆祝中华人民共和国成立59周年!

10) 品质、服务、物有所值!

11) 关爱社区居民共建温馨家园

超市做促销活动的目的篇三

活动目的:

- 1、扩大和提高——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。

市场分析:

随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

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。

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07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。

超市做促销活动的目的篇四

12月11日——12月26日

主题:平安是“福”

活动方式:对当天在某超市购物的顾客进行赠送“平安果”(苹果)活动。顾客可亲自“采摘”平安果,寓意一年的收获。

具体内容如下:“平安夜”是一个很亲情的夜晚,同时也是某店改善购物形象的好时机,为此,某店计划把“平安果”

和包含亲情的“亲情卡”绑在圣诞树上，这样就赋予一个普通的苹果以亲情，关爱，温暖的元素。而亲情的祝福平安的卡片也带着一份某超市人对顾客一年来的支持和一份祝福！

需要支持：

两棵大型的圣诞树(供应商支持)

苹果枚，费用大约元。

亲情卡片枚，费用元

主题：幸运

活动方式：凡符合其中任何一项的顾客，都可以参加幸运活动。

要求：腰围尺寸，鞋号码()，年龄岁(本命年，北方城市是按虚岁计算)，当日购物元以上者都是幸运顾客。

幸运顾客在一分钟内，在主持人得提示下，猜出商品的价格，猜中即赠。

需要支持：

幸运礼品(各供应商支持，店内选区)

其它费用预测：元

主题：激情狂欢夜

()吃：品尝小食品(半成品小吃为主，厂家支持)

()喝：品尝酒水饮料(厂家支持)

()玩：进行喝啤酒比赛

()乐：现场点歌(购物者在购物时可以进行现场点歌，由店内广播音乐播出)

主题：悬赏捉拿，天下有“信”人!

从日一日开始征集“最有趣，最幽默，最时尚”的短信若干条，每天在超市“特价商品报告区”进行“张贴”，最后在日评出优胜者，给与奖励。

所需支持：手机号码一个

从日一日，在这一周中除了有系列的活动提升人气外，某超市将对目标性商品进行震撼性的特价，从而改变某店长期以来跟随市场价格的被动局面，采取主动出击的策略，引领我市的价格流向，从而通过持续不断的努力改善某店的价格形象。

海报张

海报万份

当地报纸宣传万份

早迎宾人着圣诞装，每位顾客发1块软糖。

超市做促销活动的目的篇五

6月x日—x日。

凡在6月x日—x日促销时间内，在各连锁超市一次性购物满xx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，为节日下一步的销售立下口碑打下基础。

1、《五月端午节，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。

2、《五月端午射粽赛》

1) 活动时间：6月x日—x日。

2) 活动内容：凡在6月x日—x日促销时间内，在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：

凭电脑小票每人可获得x枚飞镖，在活动指定地点(商场大门口有场地门店)，参加射粽子活动，射中的是标识为“豆沙”即获得该种粽子一个。射中的为“肉粽”，即获得该种粽子一个。

4) 道具要求：气球、挡板、飞镖。

5) 负责人——由店长安排相关人员。

1□x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xx份，第三期单张快讯xx份平均每店xx份。

3、场外海报和场内广播宣传。

超市做促销活动的目的篇六

促销是市场营销的1种战术，超市作为一种终端市场的载体，对于促销并不陌生，但是随着商品经济的快速发展，市场竞争的愈发的.激烈，如何能不让促销变成促x□就成了促销企划人员着实关注的话题，而超市促销过程中，促销总结是往往大家容易忽视的，但它的作用却是重要的。只有认真的去做促销总结，才会知道本次促销的真实情况，而且总结就是为了以后更好的工作，避免以后出现类似问题，也是为促销活动提高成功率。

超市促销活动总结要点

- 1、促销前销量与促销期销量的曲线图、柱形图对比。
- 2、促销前超市利润与促销期超市利润的曲线图、柱形图对比。
- 3、现场照片。
- 4、活动总费用汇报、活动总结、销量汇报、费用占比。
- 5、竞品信息、消费者直接/间接参与人数、店方合作意愿以及意见、建议汇报。
- 6、项目经理携责任业代再次拜访卖场负责人，通过现场照片、前后销量对比、利润对比等工具“对店方作出汇报“，旨在传达此次活动是双方受益，对店方带来销量、利润以及店头

形象改善的利益，听取店方意见和建议，增进双方的合作关系。

7、活动组召开总结会，总结促销活动成功和不足之处以及经验教训，提出改良意见。

8、对促销方案中岗位职责、培训资料、准备工作排期表、话术等进一步修改完善，为下次活动做好经验积累，对相关人员的工作业绩进行考评、奖罚。

超市做促销活动的目的篇七

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xx节节日期间的工作进行反思和总结如下：

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。

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xx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xx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。

管理人员工作不到位，未能及时并详尽的了解员工的心理活动状态以及变化。因员工更换频繁，收银、理货对商品了解的不足，业务机能不够熟练所导致的顾客普遍在卖场滞留时间过长而引起的消费欲望降低，以及埋单时间过长造成的顾客抱怨。投诉。

e□硬件设施急需改善在xx节节日高峰期，硬件设备突显不足。以收银口为例，断网现象时有发生，很大程度上，延误了顾客探亲访友的预定时间，顾客在等待3-5分钟左右时会有近1/4者选择别家购买，而其中绝大多数这选择了竞争者的卖场。断网修复后收银台前散落满地的购物车购物篮中的商品可见一斑，也叫人触目惊心。

另，购物车的严重不足，大型购物车本店现有18辆，这远远无法满足x节x节日高峰期时的顾客需要，因此出现的顾客在卖场寻找购物车的现象屡有发生，对xx节这样的节日而言，这无疑会损失许多客单价较高的顾客到店选购。

f□超市目标不够明确目标不明确，导致员工工作的积极性不高，员工在经营理念上未树立起一定的目的，商场的各项培

训工作未贯彻到实际工作中去，认知率较低，特别是一些服务理念上只落实在口头上，与实际操作行动程度上还有较大的差距，惰性的工作态度较为严重。

贯彻目标不仅仅止于制度，应旨在培养并营造员工的工作心态和工作状态，环境影响人，而人又都是环境的产物，营造一个良好的工作状态和工作氛围应尽早纳入卖场经营理念中来。

xxx超级市场

“20xxxx”回报社会大赠送。

据工作人员介绍，效果显著，每天平均三百人次。

xx超市是xx市的一个大型连锁超市□xx超市是它的一个子超市，拥有员工二百多名，这次“xx”黄金周，超市搞了一个大型的促销活动，把全体员工的三分之一投入这个“xx”活动中，据负责人介绍，超市想利用这次的活动提高在消费群体的口碑，同时想把握这个黄金周的大量销售额，在和百一等超市竞争中取得有利的主动权。本次的促销活动主要分为三大类。

1. 现场特价销售：

现场销售品有五大类，其中有化妆品，日常生活用品，电器，饮料，家具、化妆品主要是厂商直接派促销人员和超市员工负责，日常生活用品是明码标价，电视，空调等家电进行降价和赠送副带品，各种饮料都比平时价格要低，家具全部打8折。

2. 游动宣传赠货品

超市利用各赞助商的车加上超市名进x派送广告品（化妆品和日常生活用品）和宣传单。

3. 现场抽奖活动

抽奖的办法和奖品比较灵活，中奖率100%，利用变形促销各类产品。

我通过一天的观察与了解，觉得这整个活动是比较成功的，但从我个人的角度来看，还是有一些不足的地方。

我就从以下几点说说我的看法

1. 广告宣传，

在广告宣传的用词和出发点不是很好，应该改成以消费者的角度出发，广告的衫底音乐也应该适合大部分消费者的心里，经过不同的街口就要放不同的音乐。

2. 员工积极性

“xx”黄金周的客量增大，工作时间会加长，就会出现一些员工的消极性. 应该安国家规定增加员工三倍的补助金，据员工说，只是按平时的工资加工费，还有就是包吃一餐. 所以，员工的积极性直接影响到促销效果.

3. 增强竞争力

a.建立创新制度，加强自身素质建设，做到硬件过关、软件到位。

b.健全管理体制。好的管理体制是超市各种策略、方案顺利实施的保证，也是企业不断成功的保证。力求做到超市分工至细、权职分明、监督有效。

c.完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待

遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

d.充分运用营销理念。解除员工思想包袱，把握好顾客投诉的接待与处理，积极开拓市场、巩固市场。

e.做好日志、月志工作。管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。