# 超市营销活动策划方案范文

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-01-09

*超市通过营销活动，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，刺激消费，吸引目标消费群及潜在的消费，下面是小编为大家整理的超市营销活动策划方案，希望能够帮助到大家。超市营销活动策划方案1好又来超市位于江口县新开发地区，新县政府对面...*

超市通过营销活动，为顾客提供一个温馨的购物场所，以及提高活动日的营业额，刺激消费，吸引目标消费群及潜在的消费，下面是小编为大家整理的超市营销活动策划方案，希望能够帮助到大家。

**超市营销活动策划方案1**

好又来超市位于江口县新开发地区，新县政府对面(于20\_年五月前搬迁)。周边有镇政府和十三栋住宅(住宅人口约四千六百人左右，所有住户未搬迁。)以及江口县的娱乐。而且离超市一公里左右有一村落约三百户人家和拥有大大小小散户住宅区为二十几处。

一：环境分析

1：目标居住群

十三栋住宅居民，一个村落(约三百户人)，县人民政府，镇政府，江口县娱乐城，散落住宅(二十几处)

2：现在目标群

离超市十分钟左中的散户，赶集村落人口，其它流动人口，建筑民工。

二：竞争者

1：具有规模商店为一家(相比较而言)

有一定的竞争性

2：其它五家均为零售户

无竞争性，但能产生客户截流

两者不在商圈以内

三：交通：

1：有公交停车站

2：处于十子路口，拥有主要干道两条

四：问题

1：超市地段处于江口县新开发地段。根据居住群来解释，新县政府还未搬迁，十三栋住宅现四处售完，还有两处正在进行，其余正处于建设状态。所有的住户还未搬迁。

2：由于超市地段处于新开发地区，附近无菜市场和其它公民使用场所，显示超市现在情况处于单一状况。难以达到利用其它资源进入吸引客户。

五：民工策略：

现在的目标群和问题一显示，民工是现在的主要目标群体之和判断民工现在的人数之多。从而产生了巨大的消费群体。

1：产品策略(根据民工生活习惯而定)

2：价格策略(采用低价实惠)

五：未来趋势

1：从环境分析看竞争者，不构成太大的威胁(均不在商圈以内)

2：未来居住人群众多

3：目标住宅区为江口较高档住宅(以此看来有较高的消费能力)

4：根据附近居民得知，商圈中将会有一个建材城形成

5：县政府的搬迁，将有望打造江口一个新的经济区(但是由于当地有赶集的风俗，这个经济区不适于赶集，从而少掉一个优势)

六：威胁(假设)

根据以住宅群和目标客户以及未来趋势分析。在未来很可能有一家大超市坐落于这个地段。

住宅分三阶段进行：

第一阶段：现已完成八栋，售完四栋。其余四栋正在进行。

第二阶段：三栋正在进行建筑

第三阶段：两栋正刚好打完地基(含假设开超市据点)

住户分三个阶段搬迁：

第一阶段：搬迁住户，四百人左右。(第一阶段住宅)时间为半年

第二阶段：搬迁住户，八百人左右。(第二阶段住宅)时间为一年半

第三阶段：搬迁住户，一千人左右。(第三阶段住宅)时间为两年

假设：如果，此超市规模如以上假设，估计时间将是在一年半以后。因为在第一阶段搬入，超市一切开支不能自何，会处于亏本状态。所以，推定时间定在一年半以后。(但是在时间上面，会给好又来超市足够发展空间和市场地位的建立)

从此进行分析和判断：从三方面设想，但是实施时间为一年以后的。因为那建立超市门面，必须一年以后才能完成。

第一方面：超市为五间门面，面积为250平方米。初步预估资金(x万)。但是供应商铺底预估资金为7万。此规模超市开业时间定位于第二阶段。

第二方面：超市为六间门面，面积300平方米。初步预估资金(x万)。但是供应商铺底预估资金为9万。此规模超市开业时间定位于第二阶段。

第三方面：超市为七至八间门面，面积350—400平方米。初步预估资金为(x万)但是供应商铺底为10—12之间。此规模超市定位时间为第三阶段。(需要考虑，本地住户是否能让此规模超市盈利)。

假设竞争对手威胁层次细分：第一方面为竞争者，第二阶段为威胁竞争者，第三者处于观望状态(根据情随时调整策略)。

营销方式：

1：短期策略

2：中期策略

3：长期策略

三者，都必须从资金，超市能力，资源，住户每个阶段搬迁人数，住宅建筑的进度。来进行考虑

一：短期(时间期限为半年)

现在的目标群：

根据资料显示，周边的村落，离超市十分钟路程散户(但是会被竞争者截流一部分)

策略：

从现在情况来看，现今的目标群为超市的主要客户，最重要的盈利点。

从假设竞争者为出发点进行策略

1：产品定价

2：提升知名度

3：增加美誉度

4：核心竞争力(集中资源)

5：随环境变化而调整策略

产品定价

1：根据整个江口县三个大超市对比进行定价()

2：根据产品空间定价

3：心理定价(如透明产品定位为低，非透明产品定价高)

提升知名度

1：宣传(制定大型广告条副)

2：产品，价格(利用口碑营销)

3：服务态度

4：是否可以增加特色化产品(利用产品差异化口碑传播)

增加美誉度

1：服务态度

2：产品优越，价格优惠

3：超市购物环境

核心竞争力

1：分散资金

把现有资金，分散进货。如：最畅销的产品为先进，少屯货，多进一些产品使产品更加多元化。

2：集中，多产品品类

3：供应链(是否具优势)

二：中期(时间为半年以后至一年)

中期营销策略，从住户搬迁人数，周边环境发展状况，短期策略的反响来进行考虑。

1：资源整合

2：资金优势

3：客户资源(制定相应策略)

资源整合

根据搬迁住户人数制定

1：找煤气经销商，看是否可以进行代卖(突出便捷优势)

2：找矿泉水经

销商，看是否可以进行代卖(进一步打造便捷优势)

3：看是否顾一个人进行专门跑腿(专门为客户跑腿办理一些杂事，如：电费，水费，电话费)根据本店客户或非客户进行相应收费标准。

资金优势：扩大经营规模(注意，环境是否会制约扩大经营规模)

客户资源：

1：办理相应的会员卡制度

2：开展每月，每周，每日的活动

三：长期(一年以后至两年)

长期营销策略，通过短期策略到中期(看假设条件是否进入)策略的变化度，整个地区住户人数，人流量，周边的环境来进考虑。

1：产品再次定价

2：根据假设竞争者进入制定策略

3：招商(比如引入菜贩和其它货品供应商)注：必须根据超市规模而定

产品再次定价

1：超市规模

2：供应商

3：超市经营状况

根据假设竞争者进入制定策略

1：从中期策略，来进行改进。考虑自身是否有扩张的能力

2：超市所处地段的环境，限制超市扩张的因素

3：如果假设竞争者出现，根据竞争者的经营的品类进行策略

招商策略

两个因素将限制招商策略实施

1：是在假设超市能有扩张能力

2：地段环境无制约超市扩张

策略：如两因素不存在

1：招买卤菜(此策略，必须根据当地饮食习惯来采取)

2：增加门面，用于打造生菜区(根根当地区是否有菜市场的出现而定)根据门面面积而进行划分，来进行招商。因为设定一些条件(此策略看超市资金是否充足和超市本身想法而定)。如：把超市附近的小菜摊招进超市(原因是想把那些散户进行吸引)。第一，实行前一个或几个月不收费(原因是想让他们看到在在超市要比原来那地方挣钱)第二，一但挣钱，超市应适应收取一定的费用。

3：其它产品招商(同上)

**超市营销活动策划方案2**

一、活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季，在此期间，“五一”长假，客流增加，需求旺盛，为了更好的抓住这一契机，特推出本次特别企划活动，本次促销活动将通过一定的低价敏感商品及应季商品的促销，拉动周遍顾客群，稳固周遍顾客群，从而树立好当家的形象。

二、活动主题：家的感觉，价的乐趣

三、活动时间：4月28日~5月10日

四、活动目的：让顾客朋友们度过一个轻松、休闲、娱乐、省钱的假期，享受一家人购物的幸福快乐，从而促进假日消费，提高卖场的销售额。

五、活动地点：店内促销

店外联系日化类、奶制品等厂家做场外促销，联系一家做场外大型促销(演出)等活动。

六、促销的形式：买赠、现场试吃、抽奖等。

七、活动内容：

1.“五一”，我想要的五元、一元商品集中营，组成商品商品特卖区(小食品、小百货、日化类等)，做封面。

2.商品折扣购：一次性购物满38元的顾客可享受大米/500g的折扣，五一折每人限1kg

3.凡一次性购物满38元以上的顾客朋友，凭电脑小票，可参加幸运抽奖活动，78元2次，买的多机会多，中奖的机会就越多，以此类推小票不累计，最多不超3次(外场专柜、家电不参与此项活动)。可幸运获得以下丰厚奖品：(见奖品设置：)

一等奖：价值300元礼品一份(总计5份)

二等奖：价值30元礼品一份(5份)

三等奖：价值10元礼品一份(20份)

四等奖：价值3元礼品一份(100份)

五等奖：价值1元礼品一份(500份)

注：1.当日现场抽取奖品，购物小票不予累计(多买多重)。

2.店内所有员工一律不允许参加此次活动。

八、促销品的选项(共计150个单品)

略

活动内容：

一、深呼吸海的味道在4月28日到5月3日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名(5个店共10名)各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名)各奖美的吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名)各奖柯达胶卷一卷

二、服装打折自己做主

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装抢购活动。服装抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

三、五一惊喜三重奏

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

4月28日至5月3日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至3日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米、500ml食用调和油。

四、超市“五一”部分特价商品：五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品。

**超市营销活动策划方案3**

一、前奏

今年中秋节(9月20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，限度的提高人流量、提升人气、扩大商场的销售额，势必提高\_\_超市各分店的市场占有率，增加\_\_超市的美誉度。

二、活动主题：“喜迎国庆欢度中秋”

三、活动时间：

四、活动目的：

1)以“中秋节、国庆节”为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传企业的整体形象，提高企业在顾客及供应商中的知名度和美誉度;

2)借助“中秋节”、“国庆节”等节日的到来，策划实施一系列大型促销活动，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\_\_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。

五、活动对象：顾客、供应商、员工

六、活动广告语：

1)喜迎国庆欢度中秋

2)月圆中秋情系\_\_

3)情满月圆举国同庆

4)中秋佳节\_\_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\_\_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\_\_周年!

10)品质、服务、物有所值!

11)关爱社区居民共建温馨家园

七、活动布置与宣传

(一)场内外布置

1、场外：

1)巨幅：各分店根据物业实际尺寸联系制作，内容为中秋节各项主题促销活动和全场月饼优惠大酬宾的信息;

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)大门口上方悬挂大红灯笼。

2、场内：

1)吊旗：设计制作以传统佳节“中秋节”及国庆节为主题的一款吊旗纸，烘托喜庆的节日气氛，美化卖场环境。

2)牌楼：采购部联系供应商提供赞助中秋牌楼，置于月饼一条街，突出月饼区域特色布置。

3)收银台布幔：收银台使用红色布幔布置，突出喜庆气氛。(备选)

4)手工吊pop：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)全场悬挂纸红灯笼布置卖场，制作“月饼一条街”宣传牌，突显传统的特色，美化购物环境(有月饼供应商提供)。

(二)活动宣传

1、海报2期：

第一期：中秋1期dm，时间9月7日—9月14日、a4、4p彩色。

第三期：国庆节dm，时间9月24日—10月5日、a3、12p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”，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。

4、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。

5、dm刊广告：2期。

6、电视广告：3期，宣传中秋月饼促销信息。

**超市营销活动策划方案4**

一、活动主题：热烈庆祝超市成立七周年

二、活动时间：20\_\_年8月5日-20\_年9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\_\_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

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、\_\_年\_\_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：

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![\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！