# 推荐超市情人节活动方案(推荐)(7篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-12-14

*推荐超市情人节活动方案(推荐)一20xx年3月5日-20xx年4月1日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...*

**推荐超市情人节活动方案(推荐)一**

20xx年3月5日-20xx年4月1日

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，最大限度地扩大销售额;

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。

顾客、员工及供应商

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

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：2p(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!

**推荐超市情人节活动方案(推荐)二**

一、 立项依据与目的的意义

超市--超级市场(supermarket)的简称，属于零售业中一种以实行自助服务和集中式一次性付款为特点的销售方式。超市的出现，便以其综合优势和合理性获得社会的普遍认可，成为一种风行全球的商业业态，被称为零售业的一场革命性变革。

任何一个产业的发展，都离不开自身的正确定位--即恰当的确定其在消费者心中的位置、在市场的位置，以及在产业空间的位置。

社区便利店，是近几年迅速发展起来的一种零售业态。它以连锁店形式开设在社区内，其营业面积不大，商品种类不多，规模相对较小，属于小型简易商店类，但是便利店自有其特点：

一是营业时间长(许多便利店都采用24小时全日制形式)，填补超市和一般商店营业时间较短的空缺;

二是供应的商品都是常用的、高回转率的、易消耗的，这既面向最广大消费群体日常的小额消费，也是便利店大量进货、降低成本的关键;

三是满足了消费者就近购物、低价购物、诚信购物的消费需求。社区便利店将是即大型百货超市后，又一种新兴的零售业态，是零售业发展的趋向。

谈到社区便利店的形式，又分为两种：一是百货便利店;二是分类商品便利店。国内百货便利店以台资经营的7-11、喜事多等;合资的联华快客、可的、统一便利等为主。济南市内以统一银座等品牌为主。而分类商品便利店的形式在济南市还没有实质的发展起来，目前只存在烟酒超市、鲜花店、食品店、蛋糕店等形式。它们是销售某个单一类型商品的门店，也是分类商品便利店的初级形式。

本报告将着重于分类商品便利店中的水果便利店为主要研究对象，试图分析和挖掘市场，掌握开设济南市水果连锁超市的可行性方案。

二、 研究内容与实施方案

1、研究内容

1-1零售业市场趋向

零售行业的发展历程如下：(以济南市为例)

① 传统集市 (早期业态)

② 百货商场 (七、八十年代零售业态)

③ 仓储式超市 (九十年代零售业态)

④ 社区小型百货超市 (九十年代零售业态)

⑤ 大型百货超市 (新型零售业态)

⑥ 社区便利店 (当今最新零售业态)

1-2 当前水果消费行为研究

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。目前，大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成：

⑴ 集市水果摊 ⑵ 大型超市

针对一般消费群体而言，主要的水果消费途径是集市水果摊，他们往往选择时令水果作为主要消费对象，对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少，他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。此类消费群体以中老年消费者居多，他们时间充裕，能够很有耐心的挑选水果品质、权衡价格希望能够得到最大的实惠。他们的消费特点是：要求便利、要求低价、对比选购性强。

对于中高档消费群体而言，水果消费的主要途径是来源于大型百货超市和社区便利店。这部分人群以中青年为主。他们每日忙碌于工作和交际，日常消费品的采购一般是在周末或节假日，在大型百货超市进行一站式购齐。而这部分消费者更看中水果的品质和种类。他们往往会对新鲜、新奇的水果种类显现出喜好和偏向。

下面以表格进行分类

消费群体 群体组成 消费场所占比 消费倾向 消费心理

水果摊 一般消费群体 中老年 70% 30% 低价、便利 实惠、实用

超市 中高消费群体 中青年 40% 60% 品质、种类 时尚、高品质、诚信

通过上面的对比表我们能够发现，两个消费群体的消费心理略有不同，但是都对水果销售商提出了要求。为了能够满足这两种消费群体的消费心理，也为了顺应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供高品质商品的零售形式出现，这就是本报告所要研究的\"水果连锁超市\"的销售形式，也是\"水果连锁超市\"的基本定位。

结论：水果连锁超市的市场定位是--低价、便利、时尚、诚信、高品质

1-3 竞争对手分析

我们已经做出了水果连锁超市的市场定位，那么就要对竞争对手有一个比较全面的了解。

前面提到，当前消费者的水果消费主要来源于集市水果摊和大型百货超市。下面将从进货、销售方式、售价、储存等几个方面进行对比分析。

进货

集市水果摊：进货方式多以果品批发市场为进货渠道，单次进货量很小，以每天的销售量为进货依据，品种较少。

大型超市：进货方式多以市内水果经销公司为进货渠道，单次进货量较大，以每天的所有连锁门店销售量为依据，采取统一进货、统一售后服务的方式，品种多样。

进货渠道虽不相同，但是都被加上了2到3个环节的利润。进货价格从产地到本地除了运输等必须的费用外，最主要的是被果贩或水果经销公司扣除了利润。

销售方式

集市水果摊：水果摊主要以各种人力或机动车为销售工具，机动性比较强，一般在居民区出入的主要路段贩卖，定点贩卖和流动贩卖是主要销售方式。

大型超市：超市的销售方式可谓灵活多样，在大型的卖场里，讲究商品的卖相和丰富的种类搭配。他们把卖场分为多个区域，把不同价格不同档次的水果分开陈列，并且设立折扣区或特价区，明码标价和每天的时段特价等方式也是吸引消费者的重要因素。统一称重、统一结算、统一形象、诚信服务等都是超市的重要营销策略。

大型百货超市的销售方式正是我们借鉴和学习的类型。水果超市的销售方式同样需要统一形象、统一布局、统一称重和结算，做到诚信服务，并且要提出\"包退、包换、包送\"的三包政策，能超市所不能，及超市所不及。利用各个节假日或公休日作足销售策略的实施，把优质的水果以最廉价的价格卖给顾客，充分发挥为社区居民服务的宗旨，力争做到社区内最优秀的水果采购代表。

售价

集市水果摊：由于是小本生意，所以售价的变动幅度不大，一天中，除了傍晚的剩余水果需要进行降价出售外，其他时间售价变动不大。

大型超市：售价变动灵活，在一天中的销售过程中，可能进行多次变价，并且运用买赠、时段促销等方式进行间接变价。

相同的是，售价的确定都是根据每天水果进货价的差异而变化的。不同的是，水果摊的变价策略相对单一，一般只是在傍晚时段进行降价出清，避免积压。而超市的变价策略就比较灵活，除了傍晚的变价出清外，还会有很多变价策略，目的是最大限度的贩卖货品，提高销售和毛利。

储存

集市水果摊：水果摊的储存办法很简单，一般是存放在干燥通风的地方，因为每次进货量小，所以储存工作不是很重要的环节。

大型超市：由于每日的周转量大，进货较多，超市必须做好储存工作。储存的方式是把水果放在特定的冷库中，保持适当的温度以进行保鲜。

超市的冷库(或保鲜设备)的投资是比较可观的，水果的保鲜温度一般在0-4摄氏度之间，不仅能够延长水果的保鲜期，也可以更大限度的周转货品。

综上所述，在进货、销售方式、售价、储存等几个环节，我们不难看出：

集市水果摊 大型超市

进货 直接在批发市场进货， 由水果经销公司送货，

量小、品种少 量大，品种多

销售方式 靠近居民区、 销售方法多样，明码标价，

流动性强 分区分类陈列、促销方式灵活

售价 变价方式单一 可随时变价

储存 基本没有储存办法 有专业的储存设备

由此可见，集市水果摊唯一的优势在于，在居民区的出入路段进行销售，给消费者带来了便利，从而成为经久不衰的销售形式。而超市几乎占到其他的全部优势，销售方式的灵活性、售价的透明化、储存设备的应用等等方面都是--超市，这种新兴零售业态的独特魅力。

**推荐超市情人节活动方案(推荐)三**

尊敬的各位领导：

你们好！很遗憾，我在这个时候向超市正式提出辞职。主要因为，我家孩子已是高三，明年六月即将参加高考，在这个非常关键的时期，孩子在生活、学习等方面需要得到更好地关心和照顾，因此无法在超市继续工作，提出辞职。希望超市的领导能理解和谅解我的实际情况。经过慎重考虑之后，特此提出申请，辞去在超市员工的工作，敬请批准。

其实，我是怀着十分复杂的心情写这封辞职信的。因为自从我进入超市工作以来，得到超市领导和员工的关心、支持、帮助和信任，使我在短时间内学会了超市的工作程序、方法，很快进入工作角色，很好地完成了自己的本职工作和各项任务。经过在超市这段时间的工作，我在超市学到了很多知识，积累了一定的经验，对此我深表感激。由于家庭的原因，经过深思熟虑之后我决定辞去超市工作。我知道这会给超市带来一定程度上的不便，对此我深表抱歉。我已准备好在一个月内从超市离开员工的岗位，并且在这段时间里一如既往地遵守超市的各项规章制度，自觉积极完成好自己的本职工作。

非常感谢你们在这段时间里对我的关怀和照顾。在超市的这段经历对我而言非常珍贵。将来无论什么时候，我都会为自己曾经是元辰超市的一员而感到骄傲和荣幸。我确信在超市的这段工作经历将是我整个职业生涯发展中相当重要的一部分。

最后，祝超市领导和所有同事身体健康、工作顺利！

再一次，对我辞职给超市带来的不便表示歉意，同时我也希望超市领导能够体恤我目前的实际，对我的辞职申请给予批准。

此致

敬礼！

辞职人：

**推荐超市情人节活动方案(推荐)四**

为扩大市场占有份额，满足广大消费者，本着双赢双胜的原则，明确双方在经营中的权利和义务，特制定以下合同:

一、合同当事人：

特许方：（以下简称甲方）

法人代表：

地址：

联系电话： 传真：

受许方： （以下简称乙方）

地址：

联系方式：

二、合同期限：

1、 本合同自 年 月 日至 年 月 日止，期限 年。

2、 如需续签合同，乙方在合同到期前一个月向甲方提出申请，双方协商续签，乙方享有续签优先权。

三、特许范围：

制品有限责任公司生产的产品销售、商标品牌标志形象使用；旺铺营销法技巧；专柜的各类道具、包装物、各类报表。

四、加盟条件与要求；

1、加盟者必须是具有一定经济实力的合法公民；

2、具有独立承担民事能力的自然人；

3、有足够的加盟资金及前期经营资金；

4、有风险意识；

5、受许方的经营场所必须是大型超市、商场、卖场或专卖店。大型超市、商场、卖场要求日营业额在15万元以上，专柜面积10平方米以上；专卖店要求有5000人/天的人流量，并且能留住顾客；

6、有一定的管理经验；

7、能维护特许方的名誉和形象；

8、有服从和接受特许经营体系管理的意愿和决心；

9、有良好的沟通协调能力；

10、提供5－8℃的低温储存仓库；

11、首次不特许区域代理，只允许受许方经营一个专柜，如有区域代理的意向，经甲方考察三个月后，根据受许方的实际能力决定是否授权区域代理。

五、使用与管理：

1、 乙方在合同期内必须执行甲方规定的四个统一：

（1） 统一市场零售价格；不得私自涨价、降价，如有违反一个品种罚款人民币500元；

（2） 统一营销员培训，服装，调配；

（3） 统一柜台道具（灯箱、招贴画、pop等）；

（4） 统一货源生产调配。不得私自进货，如有违反每一个品种罚款人民币5000元。

2、 特许经营的营销员全国统一工作规范。

3、 特许店面必须每月向市场管理部提供正确各所需报表及资料。

4、 乙方不得在特许经营中搭售以外任何同类产品。

5、 受许方首次需向特许方预交加盟费人民币30000元，合同保证金人民币10000元，每年底按净利润的1/3收取应收加盟费用，多退少补。根据前一年的销售情况确定第二年应预交的加盟费；受许方需甲方派员考察，需交纳市场考察费人民币1000元。

6、 乙方应在合同规定的地点进行特许经营，不得异地经营。乙方如确需扩大特许经营店面，应征得甲方同意，另行签定合同。乙方不得将特许经营权私自转让。

六、双方责任：

1、 甲方向乙方提供所需产品，在保质期内产品变质、变味或有关部门抽检不符合质量标准由甲方包退包换。

2、 乙方保管不善（如爆晒、高温、接触生水、二次污染）而引起的产品质量问题责任自负。

七、利益分配及送货：

1、 甲乙双方按总营销额的50：50分配。体现形式：乙方从甲方进货时，按市场零售价的50%支付现金给甲方。

2、 乙方订货，以现金支付方式给甲方，或乙方有存款在甲方设定的乙方专柜帐号上。甲方在款到后发货，500公里以内5日内到达，500公里以上10日内到达。每延误一天，乙方在甲方分配额中扣除100元。（有不可抗拒的原因除外）甲方按乙方进货款的3%补给乙方，超出部分乙方自理。

八、促销：

乙方如遇促销活动，应提前向甲方申请，乙方完全执行甲方的所有促销方案，经甲方同意后方可实施。（促销方案另行协商，费用自理）每年促销时间不低于120天。

九、营销员：

1、 特许经营店面营销员必须取得甲方认可的岗前专业培训结业证后分配上岗。培训费自理。

2、 乙方为营销员提供良好的住宿环境（住宿费100元/月、超出部分由乙方支付），费用营销员自理。（甲方派营销员时才执行）

3、 营销员工资统一执行甲方营销员工资标准（甲方考核、乙方协助），款项在乙方帐款中扣除，甲方负责发放。（甲方派营销员时才执行）乙方自行招聘的营销员工资由乙方自定。商场、超市收取专柜上发生的一切相关费用，均由乙方承担。

4、 为确保乙方的正常营业，乙方不得无故更换、辞退甲方派出的工作人员，如甲方工作人员违反规章制度，乙方可书面可其它形式反应给甲方，并签名，以示负责。甲方经查实后，由甲方给予调换或处理。（对甲方所派营销员，乙方有监督权、协助权，无直接管理权，甲方派营销员时才执行。）

十、财务制度：

乙方应按照甲方规定，统一方式记帐，填写报表，定期报告经营状况和财务状况。定期盘点，并将盘点表在盘点后立即寄往甲方。甲方向乙方提供所供货款的增值税发票。

十一、合同终止违约：

1、 双方中任何一方遇不可抗拒的原因需终止合同时可终止合同。

2、 乙方开业经营两个月内严重亏损，难以继续经营，经甲方考察后，为考虑乙方利益，可将加盟费及合同保证金全额退回。

3、 乙方出现下列情况之一者，甲方有权终止合同：（甲方不须赔偿，并根据情节处于罚金，罚金在保证金中扣除。）

（1） 乙方违反合同约定的条款。

（2） 乙方未经甲方书面同意关闭店面或在同一场地经营同类产品（无论何种品牌）。

（3） 乙方人员阻止甲方管理人员介入加盟店经营管理的。

（4） 乙方未经甲方书面同意利用甲方的品牌生产，分销货品的。

（5） 乙方严重破坏了甲方的商业信誉及形象的。

（6） 乙方从事超出甲方特许合同限定范围的。

（7） 乙方超越甲方的准许范围私自进行批发业务的。

（8） 乙方违反中华人民共和国法律或地方法规的。

4、 如甲方因乙方的经营活动造成第三者索赔时，乙方应承但相应责任，此项延伸至合同终止后六个月。

十二、合同违约处理：如有违约，双方按民法典处理，对情节严重的由我方所在地的国家相关部门仲裁。

十三、本合同未尽事宜，双方协商解决。该协议一式三份，甲方持两份，乙方持一份。双方签字后生效。

甲方： 乙方；

开户行：开户行：

帐号： 帐号：

税号： 税号：

签约人： 签约人：

邮编：邮编：

年 月 日 年 月 日

**推荐超市情人节活动方案(推荐)五**

生鲜促销企划的意义在于对现有和潜在顾客，通过促销达到与消费者的信息沟通，再运用各种积极的方式、各种促销手段，以增加商品价值或提供便利性服务为主要诉求,吸引消费者且抓住消费者视线,从而刺激其购买需求,以...

一、促销企划

生鲜促销企划的意义在于对现有和潜在顾客，通过促销达到与消费者的信息沟通，再运用各种积极的方式、各种促销手段，以增加商品价值或提供便利性服务为主要诉求,吸引消费者且抓住消费者视线,从而刺激其购买需求,以增进生鲜各类商品的销售,从而达到提高销售额、增加盈利的目的。

1.生鲜促销目的

在一定的期间内，提高营业额并提升毛利额。

稳定现有顾客并吸引新顾客，以提高来客数。

及时清理店内存货，加速资金运行回转。

提升生鲜形象，提高门店的知名度。

与竞争对手抗衡，降低其各项活动开展后对本超市经营的影响。

2.生鲜促销活动的种类

有分长期性促销活动与短期性促销活动两种，长期性促销活动：是进行期间多在dm期间或一个月左右。其主要目的是希望塑造本店的差异优势，增加顾客对本店的向心力，以确保顾客长期来店购物。短期性促销活动：如店内促销、公司周促销，主要目的是希望在有限的期间内，借助具有特定主题的促销活动，以提高来客数，达到预期的营业指标。

例如：庆祝元旦、十一国庆、中秋节、清明节、开幕促销、周年庆、五一节、春节等。

3.生鲜促销活动的方式

折价促销：利用商品降价以吸引消费者增加购买。

限时抢购：推出特定时段提供优惠商品刺激消费者购买的活动。

有奖促销：购物满一定金额即可获得奖券进行立即兑奖。

免费试吃、试饮：对于季节性商品、新商品、高利益商品的推广，现场提供免费样品供消费者使用。如：现场制作、现场演说，使顾客有安全感，让顾客有满足感，拉近顾客与卖场的距离。

面对面销售叫卖：叫卖是面对面最好的一种方式，也是卖场内拉近顾客最好的手段，最能满足顾客的购物欲望。叫卖的重点商品为特价商品、价格低商品、新商品与制造卖场活跃气氛为目的的方式。

赠品促销：消费者免费或某些代价即可获得特定物品的活动。

折扣券促销：顾客凭超市发行的优惠券购物，可享受一定的折让金额的活动，其目的是为了吸引顾客再次上门购物。

竞争促销：提供奖品鼓励顾客参加特定的比赛以吸引购买人群的活动。

4.生鲜促销活动的营运

在生鲜人员方面，生鲜人员必须都了解促销活动的起始时间、促销商品及其他活动内容，以备顾客询问。生鲜部门主管必须配合促销活动，安排适当的出勤人数、班次、休假及用餐时间，以免影响高峰时段对顾客的服务。生鲜人员必须保持良好的服务态度，并随时保持服装仪容的整洁，留给顾客良好的印象。

其次是促销商品必须齐全，以免缺货造成顾客抱怨及丧失销售机会。促销商品标价必须正确，以免使消费者产生质疑被骗的感觉及影响收银作业的正确性。商品的陈列位置必须正确且能吸引顾客，畅销品应以端架陈列来吸引消费者注意或大量陈列来表现丰富感。对上市新品促销应搭配试吃的方式，以吸引顾客消费，以免顾客缺乏信心不敢购买。促销商品应搭配关联性商品陈列，以引起顾客对相关产品的购买。

再次生鲜广告宣传方面必须确认广告宣传单已发放完毕，以免闲置逾期作废。广告海报、红布条等媒体应张贴于明显处，如入口处或布告栏上，以吸引顾客入内购买，要特别注意特价品pop广告应悬于正确位置，价格标示应醒目，以吸引顾客购买。卖场不定时广播促销活动，以刺激顾客购买。

最后生鲜气氛方面可利用海报、旗帜等用品来标示商品特性，以增加顾客购物的气氛。也可利用灯具、电视播放、隔物板、模型等用品，以刺激顾客购买的欲望。

方法虽多且各有其效果，但若要使促销活动成功，最重要的还是要靠人员、商品、广告宣传、气氛布置等各方面的配合，才能使生鲜促销活动火爆有效、红红火火，以达到促销目标。

二、生鲜pop的布置

生鲜pop的作用主要在于简单的介绍商品的特点：告知消费者商品的位置、新商品、推荐商品、特价品等，并通过pop将整个生鲜卖场的气氛烘托出来，让消费者有一个良好的购物气氛，从而促使顾客消费购买。

1.生鲜pop的设置

生鲜的pop广告要达到理想的宣传效果，不能仅靠pop广告物品自身成功的设计，还必须要有合理的设置。

在设置pop应考虑以下几点：

从天花板往下挂pop广告物时，轻一点的东西可以用鱼线来吊挂，这样看起来比较美观，但要注意吊挂pop广告不要和该商品离得太远，以免顾客不知是哪个商品的pop广告。

要把pop广告物放在陈列架上时，要注意广告物绝对不能遮挡商品。

在设置pop广告物时，不能贴于商品上，也不能将商品打开小口插入，更不可直接在商品上描绘广告图案。

2.生鲜pop色标示

要根据物价局指定的标示，包括有明确标示品名、规格、产地、单位、销售价外，在做促销时还须标明原价、特价提供给消费者，在做促销时可以作为比较，更可刺激消费者，提高购买力度。

三、生鲜的现场展示形式与气氛渲染

生鲜的现场展示与气氛的制造，目的就是“活跃卖场、生鲜鲜活化”。让顾客来到能从耳中、眼中、嘴中体会到为顾客准备的生鲜商品，完全感受到“一切为顾客精打细算、样样新鲜天天平价”，也就是所谓的“要顾客购买”，就要让顾客知道“好”在哪里。

1.生鲜现场展示有以下几种可供参考

“现烤”、“现炸”、“现包”…各种现场示范、各种现场制作。提供多种口味的选择，介绍各种食用料理，辅助有关食谱的赠送，让卖场活性化无时无刻的进行着。

叫卖，面对面贩卖最直接的方式，也就是拉近顾客的最好的方法，如何制造活跃气氛就从叫卖开始。

叫卖商品时的重点：

a.特价或季节性商品

b.每日一鲜或特别低价商品商品

c.新上市或季节开始商品

试吃、试饮、试用

超市陈列商品大部分均非计划性购买，如何能将商品陈列展示于顾客面前，甚至于让顾客亲自品尝，让顾客感受满足感，拉近顾客于商品的距离，必须配合促销试吃、试饮、试用，使顾客对商品有商品有认同感，进而产生购买意愿;现烤出炉的面包、熟食、比萨饼透过试吃，其销售数量均可增加数倍。

现场销售创意

1.蔬果

a.可将西瓜大堆陈列，将西瓜剖开，让顾客了解西瓜质量及熟度

b.开榴莲的方法，将其切割图用pop显示给顾客

c.强调商品是由生产基地直送、绿色食品、净菜…

d.摆放榨汁机，现场操作榨汁，果汁百分百原汁，顾客可将新鲜带回家…

2.鲜肉

a.透过将“放心肉”的证明挂牌吊挂于销售区，强调质量保证，绝不缺斤少量，绝无注水肉出售等

b.现场处理、分割、烹调…

3.水产

a.活鱼的展示，强调鱼保鲜方法

b.提供杀鱼、清洁服务

c.提供各种烹调食谱与烹调方法

d.举办现场试吃…

4.熟食、面包

a.标示每日现烤、每日出炉时间

b.现场举办试吃、并且外带服务

c.为员工穿上大厨师的服装，塑造专业形象

d.可借由推出熟食餐、便当或各种便利简单

2.现场气氛的制造与渲染

卖场气氛的塑造可以体现顾客对卖场的看法：“这家超市感觉很有气氛、清洁、很适时、服务很好。”“这家超市的鱼很新鲜、干净。”“这家超市的肉吃起来很放心。”“这家超市卖的蔬果很新鲜、质量很好。”……这些除了利用现场展示形式之外，还必须利用“促销手段”来达到现场气氛制造及宣传的目的。

配合季节与月份来营造生鲜

春季：举行“新春见面礼，来就送”活动，“春之颂”

夏季：“清凉一夏”、“夏的美食”，将关联性商品结合在一起办活动，例：饮料、冻品、西瓜等

秋季：“贺中秋、庆团圆”活动，将中秋礼盒与中秋月饼连在一起，发挥“花好月圆、送礼的好季节”;

冬季：“冬冷进补”、“火锅、烧烤”，将火锅、烧烤料与补品大量促销;

加上春节、五一节等长休假期，必须安排大型促销来营造卖场销售气氛。

配合商品组合来营造：

特产展——例;大连水产品特产展、山东苹果展、北京水蜜桃大特卖、海南西瓜“夏一跳”。

商品展——例：新西兰的西兰果展、泰国榴莲山竹展、美国牛肉展。

促销手段来营造：

大赠买活动——来店有奖活动，购买满××元抽电视机活动。

大赠送活动——购买满××元送××元活动，买甲鱼送鸡骨架活动等。

现场竞赛活动——包饺子活动、喝啤酒比赛、吃西瓜比赛等。

限时抢购活动等

pop的利用

气氛布置：季节性(换季)或国庆(周年庆)的pop要有活性化。

装饰物：用生鲜鱼、肉、蔬菜的道具或精美图片来介绍生鲜商品的特性。

**推荐超市情人节活动方案(推荐)六**

非常荣幸的我有机会到国家大型超市进行为期两个月的实习，在大企业里面实习，感受就是不一样。里面的企业文化、企业运作、企业管理都是非常专业的，这次的实习对我有非常深刻的影响，下面就是实习鉴定。

超市自成立以来，就取得了飞速的发展。主要原因是中国世界工厂的地位给海外提供了非常廉价的商品，从而产生了新的利润增长点。据报道，这几年超市年采购总量平均达到130亿美元之多。公司非常注重对企业文化的建设，企业文化的内容非常地丰富博大。公司提倡公仆领导的理念，就是要求上级主动去关心和帮助下属、并努力去培训下属已达到成功的目标。

我接触到的公司员工都非常的友好，很愿意帮助人。并且大部分人都来自不同的背景，跟这些人接触使我感到很高兴。这些人里面不乏优秀分子。

因为我实习的岗位是采购部门，所以对公司采购更加的熟悉，采购流程被称作为“直接进口”。一个企业要成为超市的供应商并完成一次供货，一般要经历好几个重要的步骤：

首先来中国参加供应商的样品选型并落实采购计划，下订单等后续工作；工厂认证，以确保工厂没有雇用童工、没有超时加班、没有安全隐患等；质量检查，在生产过程中和生产结束基本都会安排一次产品质量检查；跟超市的第三方物流伙伴，并提供给超市所有的有效单据；超市开信用证给供应商；

其中这些步骤中又有很多的细节，可能遇到很多问题要实时处理。所以，直接进口的供货采购周期一般都要多出国内采购很多。

这次实习使我受益匪浅，并且接触到了很多有意思的东西。作为零售业的一部分，在超市也使得我会跟不同素质的人打交道的技巧，需要自己注重细节，精益求精地做好每一件小事。

**推荐超市情人节活动方案(推荐)七**

各位领导:

大家好！

很不幸，此时我正式从超市辞职了。主要是我孩子高三了，明年6月就要高考了。在这个关键时期，孩子在生活和学习上需要更好的照顾和照顾，不能继续在超市工作，提出辞职。希望超市领导能理解和理解我的实际情况。经过慎重考虑，特此申请辞去超市员工职务。请批准。

其实我写这封辞职信的心情很复杂。进入超市以来，得到了超市领导和员工的关心、支持、帮助和信任，使我在短时间内学会了超市的工作程序和方法，迅速进入工作角色，很好地完成了自己的工作和任务。在超市工作了很长时间，学到了很多知识，积累了一些超市的经验，对此我深表感谢。出于家庭原因，经过仔细考虑，我决定辞去超市的工作。我知道这在一定程度上会给超市带来不便，对此我深感抱歉。我准备在一个月内从超市离职，在此期间，我将一如既往地遵守超市的规章制度，自觉主动地完成自己的工作。

非常感谢你这段时间对我的关心和照顾。在超市的这段经历对我来说非常珍贵。无论何时，我都将为成为陈元超市的一员而感到骄傲和荣幸。我相信在超市的这段工作经历将是我整个职业发展中非常重要的一部分。

最后，祝超市领导和所有同事身体健康，工作顺利！

再次对我辞职给超市带来的不便表示歉意，也希望超市领导能同情我的现状，批准我的辞职申请。

此致

敬礼！

辞职人：

日期：

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！