# 关于超市活动策划方案怎么写(二篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-05-20

*关于超市活动策划方案怎么写一6月16日—6月17日健康老爸一、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...*

**关于超市活动策划方案怎么写一**

6月16日—6月17日

健康老爸

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爸爸，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。

时间：6月16日（周六）、17日（周日）每天分两个场次上午10：30—11：00；下午17：00—17：40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。

b：每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听钟楼啤酒，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。

五、促销主题

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

六、促销方式

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、剔须刀、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、剔须刀等特卖；

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；

三）商品促销

1、要求采购部洽谈供应商，争取供应商对相关男士用品开展打折、买赠活动，如买空调送毛巾被、买西服送领带、买烟酒送打火机、买保健品送一小盒西洋参等；

四）商品陈列

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

**关于超市活动策划方案怎么写二**

可以通过多种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。

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。

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。

各分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春节style衣食住行玩

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。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输摆设重要性的思想，如若没有充分的货品在陈设消费者就会转向购买竞争品牌产品，点上。如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等。此外，还要安排随时检查、随时培训。

空白海报和各类价格标签是最有效的传送信息工具。卖场内直接展现促销信息的pop中。但尽量不要过多打折，空白海报上促销价与原价同时标出。尽量以买赠捆绑的形式来促销）以示区别。尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容。但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以防止消费者误解。价格随时变化后要及时更换价签，价格标签要醒目、简洁。不能新老价签同时使用，造成价格混乱。一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中发觉促销信息，促成购买。

1 、严格筛选促销人员

除了先天条件外，促销人员的性格各有不同。性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的使促销效果打折。只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地掌握消费者心理。而不会在遇到困难时中途逃脱。春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传送给消费者。如果放任促销人员“自说自话”只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必需规范。要标准化、人性化。规范的促销语言必需简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题。与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。制定的方法可依据春节促销活动内容。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

因此消费者在春节期间购物时，春节消费品由于消费周期短顾客购买率高。一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化。且易打动的消费者，促销人员不只要在口头上介绍产品和促销活动，还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然，这种推销方法不是针对所有人群的弄不好，也会适得其反。但是只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化，不放过每一次促销机会才干获得促销胜利。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

春节这种特定的节日气氛自身就是一个很好的条件，消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的直接面对消费者的促销人员的士气也是如此鼓舞士气的方式多种多样。卖场内热闹非凡的购物局面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高。反之，士气低落，销量停滞。后一种情况下，促销人员要表示得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定水平上会引起消费者好奇进而抚慰消费。

或许会遇到大大小小的意外，整个春节超市促销过程中。如促销方式的变卦、各个促销环节连结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时坚持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才干有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的圆满达成奇进而抚慰消费。

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！