# 2024年超市促销方案案例 大型商场促销活动方案(五篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-09-09

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇一“五·一”黄金周是...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇一**

“五·一”黄金周是春节过后的第一个销售高峰，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间

\_\_年\_\_月\_\_日——\_\_月\_\_日。

三、活动内容

(一)“5·1”庙会，享时代风尚!

1、活动时间：\_\_月\_\_日。

2、活动地点：商场门前及商场内。

3、活动内容：

1)在商场门前举办“文化”庙会：

该商场免费提供展示的空间，向社会邀请各种能体现传统文化(如剪纸)、当今文化(如街舞)等文化形式的个人或团体项目(向公众所展示的文化项目须是免费的;如其体现文化特点突出及需制作成本的`项目，也须以零利润形式出现);和由公众填写“我经验、你分享”生活经验展牌。

2)在商场内举办“商品”庙会：

该商场内设独立“冰点”特价商品区;并且在该商场内购物(特价商品区除外)，都可参与“钱生钱，购物更超值”活动。

(二)钱生钱，购物更超值。

1、活动时间：\_\_月\_\_——\_\_日。

2、活动地点：商场内。

3、活动内容：

消费者只要于\_\_月\_\_日至\_\_日一次性购买一定价值的商品，就可在购物当天获得相应金额的“消费金”，并且随着天数的增加，您所拥有的“消费金”也随之升值!

具体活动内容如下：

a、购物30元—69元：

您在购物当日可获得1元的“消费金”，次日“消费金”升至2元，第三日“消费金”升至3元，第四日“消费金”升至4元，第五日“消费金”升至5元，第六日“消费金”升至6元。

b、购物70元—99元：

您在购物当日可获得2。5元的“消费金”，次日“消费金”升至5元，第三日“消费金”升至7。5元，第四日“消费金”升至10元，第五日“消费金”升至12。5元，第六日“消费金”升至14元。

c、购物100元以上：

您在购物当日可获得3元的“消费金”，次日“消费金”升至6元，第三日“消费金”升至9元，第四日“消费金”升至12元，第五日“消费金”升至15元，第六日“消费金”升至18元，第七日“消费金”升至20元。

“消费金”的用途：

a、可免费选取与“消费金”同额度的商品。

b、“消费金”的额度可作为再次购买商品的优惠使用，差额补齐。

(“消费金”的用途a与b，只能任选其一)

注：1、产生“消费金”的购买行为不能使用“消费金”作为本次购物的优惠。

2、“消费金”的金额只在相应日有效，逾期作废;“消费金”不兑换成现金。

以上是商场五一促销方案的全部内容，这样的一篇51促销策划书写的非常详细，希望它可以为您在制订自己的五一促销方案时提供一些帮助。如果您还想了解更多的促销策划方案，请继续浏览本栏目的其它内容。

超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇二

为庆祝端午节、纪念屈原与保留民俗传统，特别举办多项庆祝端午节的促销活动，借此活动达到“寓教于乐”的目的;并回馈顾客，希望能提高商场知名度，吸引人潮，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，让顾客感受一个难忘的端午佳节。

一、“包粽子、献爱心”比赛

在活动当天举办包粽子比赛，以拉近本店与消费者之间的距离，并让比赛者通过本次活动，促进家庭成员之间的感情。在活动结束后，将棕子分送给养老院以及育幼院等社会福利中心。

活动对象：现场顾客或者社区居民。

活动方式：

1.在5分钟之内，看哪位参赛者的棕子包得又快又好。

2.由顾客自行评出前三名，及最上镜“棕子奖”。

3.得奖者颁发相应“礼品”。

4.凡参加比赛者都送一份纪念品。

5.比赛结束后，将所完成的棕子送给养老院、育幼院等社会福利中心。

注：此活动需控制时间和参与人数(具体细节等方案确认后再定)

二、端午飘香、钓香粽比赛

活动时间：\_\_月\_\_日。

活动地点：商场西门。

活动内容：端午节到了，想在购物时得到节日的礼品吗?那就快来参加我们的比赛吧!

凡当日在购物累计满200元可参加“钓香粽比赛”，满200元钓一次(1分钟)，满400元钓2次，以此类推，多买多钓。根据所钓的“香粽”领取相应的礼品，礼品数量有限，先到先钓，钓完为止。

道具：竹杆若干根、细绳、粽子等!礼品即所得钓得的“粽子”。

三、“顶天立地”立蛋大赛

活动内容：活动当天凡购物满\_\_\_元均可参加，参加者每人持一个鸡蛋在规定时间，不借助任何外力的情况下让鸡蛋自然立起来，成功者将获得礼品一份，非成功者获纪念品一份。

活动时间：5分钟，每人限玩一次。

活动地点：商场西门。

活动对象：对象不拘，凡有兴趣者皆可报名参加。

预期效果：通过这个“新式”的玩法，让大家娱乐购物。

活动宣传计划：

1、宣传车：租用3辆宣传车在市区各主要人流聚集地进行活动宣传。(1辆停于购物中心，2辆自行安排)

2、会员手机短信、商场每隔5分钟通过播系统提醒、门口x展架、横副等!

各部门协调工作：

1、企划部负责活动的pop书写，宣传。

2、营业部做好活动解释及品牌折扣联系工作。

3、总服台做好活动播音及顾客解释工作。

超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇三

一、活动主题：礼情款款欢度国庆

二、活动时间：20\_\_年9月20日——10月7日

三、活动目的

(一)以国庆节为契机，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;(二)借助国庆节促销活动，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;

(三)加深超市与消费者的相互了解与情感沟通;

(四)扩大企业知名度，进一步树立超市“关爱社区居民会形象。

四、活动内容

(一)买99元送30元现金

1、活动时间：9月20日——10月7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99元即可返回30元现金，满198元可返回60元现金，多买多返，依此类推，欢迎广大顾客朋友前来选购。(注：此时刚好到了换季的时候，又正值国庆，顾客也为选择在哪里购买服装而忧郁不决的时候，吸引顾客，不让顾客外流、拉动人流、推动销售)。共建温馨家园”的社

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，\_\_大礼疯狂送国庆狂欢，狂欢1、活动时间：9月20日——10月7日2、活动内容活动期间，公司在第四期促销手册(时间：9月15日—10月15日)封面上印刷中秋、国庆现金券，现金券面值10元，凡顾客拿到我们的手册，剪下现金券到我超市购物满100元可使用一张，直接省8元现金，购物满200元可使用两张，多买多用，依次类推。现金券不可兑换现金。

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。

(三)国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销国庆黄金周，会员你独享，旅游商品折扣展销黄金周1、活动时间：9月20日——10月7日2、凡是在活动期间购买旅游商品的顾客，凭会员卡均可享受最低3折优惠。活动期间推出以户外旅游小食、护肤品套装等为主的30款特价商品集中陈列，突出国庆旅游特价商品的优越性，促进销售。采购部与百货部负责落实旅游商品资料与陈列，促销部负责落实现场布置与场内外的宣传。

注意事项：

(1)购买特价商品的会员，不可同时使用代金券

(2)特价商品已经售出，概不退换

(四)同岁同贺，大礼赠送同岁同贺，同贺

1、活动时间：10月1日—7日

2、活动内容活动期间，凡是年龄为61岁的顾客在本超市购物，不论购物金额多少，均可凭身份证到总服务台领取精美礼品一份。每位顾客在活动期间只可领取一份。

3、注意事项

(1)顾客需凭身份证领取礼品，并由工作人员登记身份证号码。

(2)每位顾客在活动期间只可参加活动一次

(3)本活动最终解释权归\_\_超市所有。

超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇四

活动目的：

1、扩大和提高\_\_x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：

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择的呢?

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。

超市促销方案案例 大型商场促销活动方案篇五

活动主题：三八妇女节，浪漫不浪漫

活动时间：即日起——3月20日结束

活动内容：

三月，春意浓浓的日子，三月，属于女人的日子。乍暖还寒中阳光一天天明媚起来，忙碌辛劳中，女人也一天天成熟明媚起来。紧紧跟随着时代的步伐，现代女性与旧时代女性有了许多不同之处：思想的解放，观念的更新，视野的开阔，给在生活注入了新主张新概念。在这个属于世界妇女的节日里，我们要不要让自己放松一下，妩媚一下，野蛮一下，奢侈一下........浪漫不浪漫全由你自己!请姐妹们拿起手中的笔，在我们的节日里，抒发自己的心绪和情怀吧。

1、活动要求：

内容不限，题目自拟。文字类不少于500字;图片类，图片不少于5张，文字说明不少于百字;诗歌类不少于14行。

参与活动的稿件发送于邮箱内;请在题目前注明[浪漫不浪漫]。如发现违反要求将取消其活动资格。

所有参与活动的文章都将加精收藏，视文章质量给与推荐;所有的网友为评委，以投票的方式选出秀的文章。

2、活动奖品设置：

一等奖一名：奖励礼物香水一瓶浓情玫瑰一朵。

二等奖三名：各奖励礼物抱枕一个浓情玫瑰一朵。

三等奖五名：各奖励环保购物袋一个浓情玫瑰一朵。

鼓励奖若干名：各奖励礼物浓情玫瑰一朵。

费用预算与效益

提供奖品：150元

效益：无法评估，可以保证点击率的提高。

</span

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找