

2023年国庆节超市促销活动策划方案(通用9篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

国庆节超市促销活动策划方案篇一

礼情款款欢度国庆

20xx年9月20日—10月7日

(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。

(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)

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□xx大礼疯狂送

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。

3、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

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。

3、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

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xx超市所有。

负责和各品牌洽谈和签定本次活动的条件及活动费用的分摊。

负责培训员工活动的内容和操作方法。

国庆节超市促销活动策划方案篇二

面对暑期消费淡季，为了保持和增加销售，进行促销活动，通过对会员优惠的加强，促进会员消费，带动其他消费者加入会员，从而扩大我超市的'固定消费群，促进商品销售。

：冰爽夏日回馈（会员优惠）

： 7月21日-7月31日

1. 增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。

2. 宣传海报增加优惠角，通过购物，凭购物小票和优惠角即可在服务台领取礼品，每人限一份，可以提升海报宣传的有效率和拉动刺激部分消费群来本超市购买商品。

3. 推出一批特价购买量大的时令商品。

购物风光无限 天天特价不断

7月20日-7月30日

1. 夏季商品全场特价销售。（1元啤酒饮料、蚊香、杀虫剂等）每天不定时推出不同商品做活动。

2. 天天特价不断，活动期间百余种商品全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品。

3. 在活动期间一次性购物满38元，即可享受“惊爆”价啤酒抢购，每日限量供应100提，每人限购1提(1提9瓶装)。

客服安排，对于海报回收和礼品、购物券的兑换。

收银台安排布置，强调注明会员优惠，和会员卡的兑换。

前期准备：联系会员活动商品，活动人员安排，海报宣传制作，会员卡的统计准备。

国庆节超市促销活动策划方案篇三

20xx年x月x日—20xx年x月26日

共七天（20日—26日大年夜）

千禧迎新，半价返还

主要活动：千禧迎新半价返还。

2、单张购物小票返还金额不超过5000元；

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8.6折；50%返还，相

当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

辅助活动

- 1、男女装特卖场；
- 2、儿童商场购物送图书；
- 3、厂方促销活动。

活动推广

- 1、报纸广告：
- 2、电台广告：
- 3、现场横幅
- 4、现场彩灯

费用预算（略）

国庆节超市促销活动策划方案篇四

- 1、礼动新春贺佳节来店有喜，买即送拜年礼
- 2、金猪送福迎财神满10省60元、50元、40元、30元、20元
- 3、金猪送福好运连连红火靚礼满10六重送
- 4、金猪报喜刮卡连年购物满20元，立丹为您备足精选年货过新年
- 5、立丹新春礼上礼合家满堂红红火火过新年

6、金猪进门全家旺立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7、浓情蜜意爱要久久温馨恋爱礼2.14千支玫瑰送给您

20xx年2月9日（五）-20xx年2月25日（日）17天

1、礼动新春贺佳节来店有喜，买即送拜年礼

1、活动时间：20xx年2月18日（初一）-20xx年2月20日（初三）3天

2、活动地点：14楼

3、活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。（赠奖地点：门外赠奖处）

国庆节超市促销活动策划方案篇五

为感谢广大消费者一直以来对xx超市的支持，xx超市在国庆七天进行优惠活动。活动期间部分商品打折出售，还有买多赠送的活动。

本次活动本着以“欢度国庆感恩回馈真情放送”为原则，让广大消费者在超市购物买的放心，用的放心。

（1）活动期间超市部分商品优惠出售，同时部分商品采取买三赠一，买五赠一的优惠。例：凡一次性购买五袋方便面者，即可获得火腿肠或者榨菜，让消费者的伙食不再单调。

（2）与生产厂家协商，采取买一赠一的销售方式，对部分商

品进行促销（例如买洗发水送护发素等），这样生产厂家既可以增加知名度，超市也可以在促销中吸引消费者，增加消费者对超市的认可度和关注。

（3）快乐竞答：凡购买参加活动的顾客，可有机会参加有奖竞猜活动。活动主办方在活动前准备好问题，内容涉及娱乐、时政等多方面。参加竞猜的顾客在题库中任意挑选一道题目，答对者有机会得到精美小礼物一份。

（4）有福同享：在上一环节答对题目的顾客可选择另一名顾客同时进行下一环节，如能再次获胜，两人同时得到一份精美礼品。

（5）活动意义：此次促销活动主要通过丰富多彩的活动组织，从而吸引顾客与顾客间建立信任度，消费者将更倾向于去xx超市购买商品。

（1）活动目的：由于xx超市之前已经推出会员卡制度，所以对于已经拥有会员卡的消费者的优惠幅度将会更大。同时推出一项新业务，消费者可以预存消费金额，通过消费者预存消费额赠送一定金额的方法吸引顾客，让顾客感受的“加”的温暖与实惠，从而提升超市的顾客回头率，提高超市收入。

（2）对于没有办理会员卡的顾客，在活动期间可以优惠办理。

一次性消费300元，可办理会员卡一张，每人限办一张。持会员卡在超市购物，可享受店内某些商品购物折扣优惠，并获得相应积点，优惠幅度详见店内各品牌明示（特价、特卖商品除外）。积点可反礼、不定期满额赠礼。

1、本卡是您尊贵身份的象征；

2、本卡可充值消费；

- 3、凭此卡在xx超市消费可享受会员价优惠；
- 4、结转前请出示此卡，享受专属会员价；
- 5、持卡可享受超市为会员准备的一切会员礼遇；
- 6、此卡只限本超市使用；
- 7、此卡不挂失、不兑现、请妥善保管；
- 8本超市保留此卡在法律允许范围内的一切解释权！

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题的营销活动，主要塑造xx品牌，使本地的消费者认同xx[]并且喜欢xx[]提高xx的美誉度与信任度，从而建立北辰市场稳固基础。同时此次活动采用不同形式使参与活动的消费者享受到活动的多样化与丰富化，有利于xx超市稳固好客源，进一步保持营业额的稳步提升。促销活动从实际活动中对消费者进行心理干预，使得其提高对xx的赞誉。最后活动将会员制度作为xx超市以后长期经营的份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高的美誉度，同时也拉住了客源，做到了一举两得。同时，此次活动以“欢度国庆，真情放送”为主题，从各个超市的销售市场来看，能够抢占先机，进而提高xx在北辰的市场份额。

- 1、活动安全组在活动前安排好安检人员，活动中要有专人不定时安检，对活动中存在的安全隐患要立即排除，对于不能排除的安全隐患要迅速向组委会报告，宣布活动暂停。
- 2、活动安全组要组织好工作人员不断地对电路进行维护与管理，一旦发现电路上出现安全隐患有权停止一切活动。

活动所需物品：5000

优惠让利支出：小于10000元

活动纯收入：大于100000元

国庆节超市促销活动策划方案篇六

每年五月的第二个星期天，这是传统的“母亲节”。这个节日是为为母亲设计的，是一个温暖的节日。超市，家庭主妇经常光顾的，我们可以在这一天经营“亲情”，并做一些有助于超市形象的公关促销活动。

二、活动时间：5月8日至5月10日

三、活动主题：超市康乃馨节，或温暖母亲节

四、推广内容：

活动1：母亲节特价商品

食物：蛋糕、巧克力、牛奶、生鲜等等；

日用品：纸制品、卫生巾等；

化妆品：洁面乳、营养霜等。

活动2：凡在超市购物单张收银小票满100元者，凭购物小票送康乃馨一扎。

成本计算：母亲节康乃馨（10支）的成本约为5元人民币，相当于让利5%。如果数量减少到5枝一扎，估计费用约为2.5元。

活动3：真心真语祝妈妈

内容：在“母亲节”之际，您最想对母亲说些什么？从5月8日到5月10日，您可将最想对妈妈说的话填在超市的“留言本”上。由超市把这些话在超市的显眼处张贴公布。

五、注意事项：

1. 在上述第二项活动中，为了防止作弊，礼品必须在购物小票后标明。
2. 在活动三中，您需要准备一份高档的留言簿，将其放在超市门口，方便顾客在购物后留言；留言簿上的精彩内容由计算机处理，并张贴在一个显眼的位置供客户欣赏，内容包括消息人的姓名和受祝福的人的姓名。

国庆节超市促销活动策划方案篇七

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。

家的感觉，价的乐趣

4月28日~5月10日

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。

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。

买赠、现场试吃、抽奖等。

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。

生鲜类：促销品项25个(惊爆价商品要求5个)。

惊爆价蔬菜每天1个单品。

国庆节超市促销活动策划方案篇八

九月，恰逢开学、教师节、中秋节相聚。就三个关键消费节点，发布学霸征集令，摒弃短期活动只能吸引一时的缺点，

分阶段发布连续活动，并用整套礼品伴随整月活动。

分阶段活动（按时间顺序，开学、中秋、教师节）+递增式礼品（文件夹、文件袋、笔记本）

消费者在重复或在一定的时间内多次数次光顾快乐星之后，才得到收集成套的学霸礼品，获得此商品成套促销品并达到一定数量后，则可兑换超值礼品。由于其形式的连续性和行为的重复性的‘价值积累，促销时间较长，且消费者必须买够一定限额的商品才符合兑换赠送品的条件，一旦积累完成，可以立即获得不同于其他消费者的区别回报，因此有利于再度巩固忠诚度。

20xx.8.25—20xx.9.30

step1□创意主题&礼品吸引眼球

step2□分阶段、价值递增式礼品赠送，激发持续消费

step3□成套礼品搜集，吸引重复光顾

step4□礼品搜集目标达成再送赠品，让消费者获得差别回报，巩固消费习惯。

step5□长时间促销有礼，养成消费者持续光顾习惯，大大增强忠诚度，减少顾客流失。

活动主题：学霸征集令，九月礼不停！

活动1：豪礼开学季——8月25—8月31号

礼品：初级学霸文件夹

进店任意消费加38元即可加2元换购新品芒果冰沙一杯。

开学套餐：快乐鸡腿堡+香辣鸡翅+薯条（小）+可乐（小）仅
需套餐价格88.88元（自行填写），即送学霸文件夹一个。

花淇淋特价每份只需88.88元！

活动2：中秋惠团圆——9月1号—9月8号

礼品：中级学霸文件袋

惠团圆：全家桶套餐特价88.88元。

除全家桶，中秋当天进店消费全场8折

身份证尾号为8、1、5的人可免费领取甜筒一个

活动3：感恩教师节——9月9号—9月14号

礼品：资深学霸笔记本

特价套餐：脆皮全鸡+可乐2杯小，仅需套餐价格88.88元
（自行填写）。

除特价套餐外，持教师证到点消费享受全场八折优惠！

红豆派/香芋派/金桔苹果派均可享受买一送一！（派不参与
八折优惠）

活动4：霸到有礼！——9月14号—9月30号

礼品：学霸专享套餐一份

集齐学霸三件套+三次购物小票，并在点餐时出示，即可获赠
学霸专属套餐一份！

（学霸套餐：指定汉堡1个+小可乐1杯，）

学霸文件夹正反面建议零售价：1.2元

学霸文件袋建议零售价：1.6元

学霸笔记本正反面建议零售价：5元

国庆节超市促销活动策划方案篇九

- 1、扩大和提高xx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。

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。

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个自己心目中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□x×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。