

某超市开业营销方案

基本板块：

企业文化渗透篇

企业形象塑造篇

商业文化促销篇

人力资源组合篇

营销效益

打造强劲品牌

争创销售高峰

创意诠释：

渗透性—企业综合形象宣传先行

实效性—商业文化促销推波助澜

拉动性—企业文化建设为支持体系

序 目

第一部分 未雨绸缪——进入新市场的营销先锋

（企业文化渗透篇）

1 XX超市前期宣传

1-1 ××市场聚焦

1-2 宣传战略切入

2 宣传细则

2-1 软文“杀手铜”

2-2 新闻聚焦

2-3 媒体广告

3-1 爱心行动

3-2 零距离接触

第二部分 盛装开幕—打造 XX 超市新形象

（企业形象塑造篇）

1 XX 超市开业仪式

1-1 开业现场布置

1-2 人员定位

1-3 开业公关活动

1-4 开业剪彩仪式

2 爱心开业义演

2-1 义演人员

2-2 义演节目单

第三部分 商品促销—新商业大手笔

（商业文化促销篇）

1 整体促销

1-1 DM 促销

1-2 免费大派送

1-3 购物更有礼

2 第一浪流行世界

2-1 亮丽人生

2-2 足下生辉

2-3 休闲人生

3 第二浪女装精品今夏时装风

3-1 女性世界 XX 展

3-2 时装风

4 第三浪体贴男人

4-1 精品男装“买一送一”

4-2 换季大行动

5 第四浪关爱儿童

5-1 天天过“六一”（购物送礼）

5-2 快乐童年（宝宝竞爬）

6 第五浪“开门七件事，首选 XX 超市”

6-1 厨房改革（引导当地消费生鲜净配菜）

6-2 礼品大赠送

6-3 放心菜市场 农贸换新装

7 第六浪 好礼赠送、大满贯

第四部分 营销人员安排

（人力资源组合篇）

1 宾客邀请

2 人员组合

3 费用预算

详细内容

第一部分 未雨绸缪—进入新市场前的营销先行军

（企业文化渗透篇）

一、XX 超市前期宣传

1、××市场聚焦

现有商业零售体系力不从心，不能满足买方市场的新的消费需求。

本地消费习惯：

2、宣传策略切入点

a. 针对产品情况，竞争对手以及消费市场。

b.力求改变当地“小车跑长沙”的消费习惯，以宣传“一站式购物”为切入点。

宣传立足点：“传播新知识，树立新观念，创造新需求”。

3、宣传细则

主要以新闻炒做与软文宣传相结合的方式，其次选择优势媒介，实施多兵种联合作战——地毯式宣传。

3-1 软文“杀手铜”

从3月7日起，从不同角度传播XX超市企业文化、理念、商品结构及营运体系等，使广告受众对XX超市公司有较为全面的了解与认知。

媒体：《XX日报》、《XX广播电视报》

文案：《营销新关注-自创品牌 物超新值》、《一站式购物“航母”登陆XX》、《商业新战线 聚焦“XX超市”》、《商业革新前沿的先锋队》等共10篇。

规格：每篇1000字左右。

3-2 新闻聚焦

从2月28日新闻发布会始，陆续在XX电视台、《XX日报》、《XX广播电视报》，XX广播电台等媒体不定期炒做6-7条新闻，树立企业良好形象。

3-3 媒体广告

媒体1：XX广播电台

时长：60秒/次，开业前1个月

目的：提高知名度

媒体2：XXX电视台

时长：10秒/次，开业前1个月

目的：炒做假日经济焦点，提高知名度

媒体3：《XX日报》、《XX广播电视报》

规格：1/8版、1/4版连续三期

目的：发布开业信息，聚焦开业盛况，锁定消费群体。

媒体4：XX旅游新闻网

规格：发布XX超市企业经营文化理念及购物广场的基本状况

目的：吸引旅游带来的消费市场，推动与更多旅游产品供应商的合作。

媒体5：户外横幅广告、巨幅广告

规格：8m×0.75m 30m×6m

目的：炒做开业信息与气氛，提高企业知名度

媒体 6：公交车广告

规格：1.89m×0.6m

目的：发布开业信息，提高企业知名度

媒体 7：户外彩拱门（10——12 个）

规格：18m 或 20m 跨度

目的：提前五天发布开业信息。

位置：××市各主要十字路口。

媒体 8：户外流动宣传彩车（2-3 辆）

规格：车身长 6m、高 3m、宽 2m

目的：提前五天发布开业信息及促销信息。

4、爱心行动

活动目的：聚焦社会热点、难点，多做公益活动，通过新闻媒体放大，炒作“XX 超市”企业形象，提升企业的知名度与美誉度。

活动名称：XX 超市超市·晨光健康工程，捐助优秀贫困学生。

活动地点：××芦溪中学

活动时间：初定 2003 年 4 月 18 日（周五）

捐赠对象：××中学品学兼优的 20-30 名高三贫困学生。

新闻炒作：××电视台、《××日报》、××广播电台等多家媒体。

出席仪式有关领导：主管文教副市长，市委宣传部部长

（注：慰问省劳模及捐助失学儿童具体方案与安排在四月中旬另定）

5、零距离接触

邀请《××日报》新闻记者采访总经理刘裕炎。

第二部分 盛装开幕-----打造 XX 超市形象

（企业形象塑造篇）

一、XX 超市开业庆典策划。

开业仪式的宣传目的是制造××市空间的轰动效应，在强大的广告支持与有力的庆典渲染下，使 XX 超市在××乃至全省范围内有一个强大的外在宣传形象。通过成功的庆典策划，使 XX 超市的“强”、“大”、“新”、的营销概念渗透到更广泛的商圈与范围。 责任部分：××

超市公司企划部、营运部

(一) 庆典现场布置

1、广告氢气球 50 个×280 元/3 天=14000 元

(位置: 布满商场沿线)

2、充气彩拱门 8 个×550 元/5 天=4400 元

(位置: 并排放在主席台正前方, 商场沿线)

3、盆花 500 盆×2 元/盆=1000 元

(位置: 布满主席台上、下及四周)

4、编织气球 150 米×30 元/米=4500 元

(位置: 布满在商场内各主要通道)

5、国宾式礼炮(8 门 16 炮) 3600 元

(位置: 列主席台右前方, 仪式鸣炮用)

6、放飞小气球(含氢气) 5000 个×0.4 元/个=2000 元

(位置: 放在主席台右侧, 仪式放飞用)

7、放“和平”鸽 2000 羽×1.5 元/羽=3000 元

(位置: 放在主席台左侧, 仪式放飞用)

8、空中跳舞星(租凭) 4×250 元/个=1000 元

XX 超市“卡通物”(租凭) 4×250 元/个=1000 元

(位置: 紧靠主席台左右两侧)

9、大红剪花 (自备)

10、彩色插旗(0.75m×0.5m) 500 面×3 元/面=1500 元

(位置: 商场临街沿线公用栏杆)

11、大红地毯 (自备)

(位置: 铺设在整个购物广场前坪沿线)

12、舞台音响、话筒设备(庆典合作商提供)

(位置: 摆放在主席台上, 备庆典仪式讲话用)

13、彩色礼花连珠 160 响/组 4 组×60 元/组=240 元

(位置: 安放在主席台四周, 领导为开业剪彩时, 向天空发射五彩缤纷的彩花)

14、腰鼓队(每人披一条缓带), 共 60 人。 3000 元

内容: “XX 超市购物广场开业大吉”与“XX 超市购物广场欢迎您”

（每条内容各 30 条）

位置：广场门前右侧

（二）庆典礼仪人员

1、礼仪小姐（自备）

准备：“XX 超市购物广场欢迎您”礼仪缓带

工作：负责迎宾接待、签到、配戴胸花、剪彩等。

2、军乐队

（省内一流的军乐队）省军区管弦乐队 3000 元

3、拟邀请电视台金牌主持人主持庆典仪式 5000 元

4、电视摄相（带专业摄影，刻录光盘） 1000 元

5、贵宾胸花 50 朵×4 元/朵=200 元

（三）开业公关

1、政要邀请：（拟建议：财贸副省长、省工商联副主席、××市委书记、市长等领导）

2、媒体邀请：××卫视、《×××报》、《××日报》、××电视台、××广播电台、《××时报》等。

3、后勤服务（具体人员及相关工作定）

A、划分区域：在庆典现场面朝主席台竖四块木牌（高 1.5M×长 1M×宽 0.5M）从左右依次为：媒体记者区、礼仪小姐区、贵宾区、工作人员区。

B、在入口处设立签到台 3 米长×2 米宽×1 米高（铺设大红真丝绒，摆放“签到台”标志牌）；4 名工作人员（负责签到、题词、派发礼品）；（安排 4 名礼仪小姐负责给来宾佩戴胸花）

（四）开业仪式构思点：

1、制造轰动效应

2、一流的庆典仪式，规模空前

3、重磅演艺界人物助兴

4、给××市留下美好的一页

（五）开业剪彩仪式及庆典活动

1、仪式时间：五月二十八日（8：00—15：00）

2、庆典安排：

分两大块：A：开业仪式

B：开业义演

- 3、上午 7：30 庆典现场布置完毕
- 4、8：00 主要工作人员到位
- 5、8：30 庆典仪式人员到位
- A、礼仪小姐列队迎宾
- B、军乐队奏乐
- C、军乐队拉开场面
- D、升旗仪式
- 6、9：00 购物广场员工代表出操（宣誓）
- 7、9：38 主持人宣布开业庆典仪式开始

鸣礼炮

主持人介绍领导及贵宾

董事长致开业辞（2 分钟）

嘉宾讲话（5 分钟）

XX 超市购物广场总经理刘裕炎讲话（5 分钟）

厂商代表讲话（2 分钟）

- 8、主持人宣布开业剪彩

A、主持人介绍剪彩人员名单

B、军乐队奏乐

C、剪彩

同一时间：鼓乐齐鸣

飞鸽及小汽球升空

礼花鸣放

喷射五彩缤纷彩纸

- 9、董事长宣布开业大吉

10、11：30 至 12：00 就餐

11、12：00 至 13：00 休息

12、13：00 至 15：00 义演演出

义演参加人员

拟邀请省级演艺人员：知名笑星

总公司及各分公司支援节目 1 个

××本地节目 3 个

合作单位义演节目单（待定）

第三部分 商品促销 新商业大手笔

（商业文化促销篇）

XX 超市开业促销策划

此方案为开业策划方案，内容为开业促销，促销执行人员安排。开业公关，不包含开业现场布置、开业庆典当天的仪程与开业前期的广告宣传。筹备期间，通过一系列软文宣传、聚焦、热点及捐助公益活动的新闻报道；电视台、广播电台、报纸及户外广告的形象宣传，消费者对 XX 超市购物广场已有了一个较明确的感知。为了让消费者对 XX 超市购物广场有更深入的认识，拉近商场与顾客的距离，开业时应进行强有力的系列促销活动，进一步强化 XX 超市购物广场一站式购物“航母”的品牌形象，一炮当红，开业大吉。

1 开业促销

1-1 DM 促销

活动范围：整个购物广场

营销立意：制作 16 开翻页装订册精美特价快讯一期（50000 份）；特价商品数量 200 种，针对我公司优势品类及 A 类商品加大促销力度。快讯制作（负责人： ）

要求： A、5 月 15 日商品快讯到位

B、上促销信息

C、投递到户

1-2 万众齐欢腾，真情大派送

活动范围：整个商场

营销立意：开业当天，凡光临 XX 超市购物广场前 5000 名的顾客均可获得精美礼品一份，5000 份精美礼物送完为止。礼物为 XX 超市广告圆珠笔 3000 支，广告气球 2000 个；收集系列报纸广告可获得精美雨伞一把。

派发礼品要求在 5 月 18 日全部到位。（负责人： ）

1-3 惊喜连环 喜上加喜 购物有礼

活动范围：整个商场

营销立意：开业当天，凡在 XX 超市购物广场一次性购物 35 元以上的顾客，均可获得精致电话本一个；一次性购物 55 元以上的顾客，均可获得精美凉袜一双；一次性购物 100 元以上的顾客，均可获得精美 T 恤一件。

促销礼品要求在 5 月 18 日全部到位（负责人：礼品发放组组长）

2 第一浪流行世界

2-1 亮丽人生

活动范围：化妆品区

营销立意：展现时尚消费，打造时尚女性。举办化妆品展示会，精挑十家化妆品品牌联动促销；同时为顾客免费化妆，免费进行皮肤护理。

2-2 摩登时装走秀

活动范围：服饰部

营销立意：强力推出男女服饰今春流行色，吸引青少年消费者的关注。（如：情侣装、男女式休闲装、流行装）

要 求：

A、在服饰区搭长 6m×宽 3m×高 1m 的小型走秀台

B、男女性摩登各两名

C、所有服饰区商品一律按特价优惠。

D、促销时间为开业一周内

2-3 休闲人生

活动范围：箱包皮具类、金银玉器区

营销立意：主要针对休闲鞋、箱包类、金银玉器促销。用“休闲人生”为题，在此区域布置浓烈商业气氛，并举行寻宝活动。

3 第二浪女装精品时装风

3-1 女性世界 XX 展

活动范围：服饰部精品柜

营销立意：名牌精品女装联合展示会。主要针对女性爱美之心，数十家品牌联合展示，开业第一天只观赏不卖，现场气氛一定要营造好。

3-2 亮丽女人 尊贵一生

活动范围：精品区（搭台走秀）

营销立意：以身穿晚礼服的摩登女郎与青春先生伴曲漫步在舞台中央为主旋律，配戴高贵典雅的金银、珠宝或钻石。吸引当代女性的好奇与亲近。

要求：

1、举办“珠宝升级大行动”以旧换新，款式更新换代。

2、珠宝、金银手饰柜在开一周内的优惠酬宾的方式答谢广大顾客。

4 第三浪关爱男人

4-1 精品男装买一送一（如买一套男装，送一件衬衫或领带）

活动范围：男装区

营销立意：正值换季之时，夏装开始上市，用送换季商品拉动整个商场的销售。

要求：各经销商要尽量打出“买几送几”的口号，可提高单品价，送则要体现大方。

5 第四浪关爱儿童

5-1 天天过“六一”（快快乐乐过“六一”轻轻松松拿奖品）

活动范围：购物广场

营销立意：炒做假日经济营销概念，抓住儿童喜爱与盼望过“六一”的普遍心理，策划天天过“六一”的商场节日气氛。吸引儿童的好奇心，从而引发潜在的顾客需求。

要求：

1、开业至“六一”凡光临本商场的小朋友，均可获得节日礼品一份。

2、所有购儿童玩具、用品的顾客达到 88 元以上，均有一次抽奖的机会，分别设特等奖、一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖。（奖品待定）

5-2 小聪聪过“六一”

活动范围：购物广场

营销立意：“六一”儿童节当天，分别举行两场现场娱乐与书法竞赛活动，烘托商场购物气氛。

宝宝竞爬活动

A. 参加者限 2002 年 5 月 28 日以后出生

B. 通过市妇幼保健院组织联系

C. 活动设冠、亚军及参与奖三种奖项

“少儿书法”竞赛

A、“六一”当天现场书法表演

B、少儿年龄限 12 周岁以下

C、邀××市书法协会知名书画家现场评定

D、具体奖项分别设特等奖、一等奖、二等奖、三等奖（奖品待定）

6 第五浪“开门七件事，首选 XX 超市”

6-1 家庭厨房 风暴欲来

活动范围：超市部分

营销立意：以时令商品超弦特爆价“震撼促销”，强化确立低价位形象，通过开业营销整合，营造轰动效应，抢夺市场份额，创造销售高峰。

活动内容：为了更好地落实当地政府关于加快“家庭厨房改革”建设的精神，进一步丰富广大市民的菜篮子，使广大市民吃上更健康、更便捷、更实惠的放心菜。针对××市民喜爱的家常菜，每日推出“轻松奔小康、日日新口味”一套组合家庭宴。

要求：每套组合家庭宴价格不得超过 25 元。

6-2 礼品大赠送

活动范围：超市部分

营销立意：在确定超市商品低价位形象的同时，突出商品差异化的经营特色，联合供应商礼品大赠送。

6-3 放心菜市场，农贸换新装

活动范围：超市部（与供应商合作）

营销立意：给消费者灌输“放心菜市场、农贸换新装”的市场概念，逐步改变家庭主妇或老年人出门去传统农贸市场的消费习惯。

具体活动：开业第一周，凡光临 XX 超市购物广场的前 200 名顾客，无论消费金额大小，凭当日电脑小票可获得新鲜鸡蛋 10 个。

7 第六浪 好礼赠送大满贯（捆绑式促销）

活动范围：购物广场

营销立意：形成区域联合拉动销售之势，通过好礼大派送，将开业促销推向最高潮。

活动内容：开业一周内，每日最早光顾本商场的前 100 名顾客只需购物满 50 元，即免费赠送××洗衣粉一包+××清洁精一支，送完为止。

第四部分 营销人员安排

(人力资源组合篇)

1 宾客邀请

贵宾由董事长邀请，职能部门及新闻记者由分公司企划部或行政部邀请。

2 执行人员安排表

3 费用预算