



零售业经营管理攻略系列

Supermarket Management

图解商场超市 365营销与促销

王丽丽 主编



化学工业出版社



零售业经营管理攻略系列

Supermarket Management

图解商场超市

365 营销与促销

王丽丽 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书作为“零售业经营管理攻略系列”的一个分册，分为365营销管理和365促销管理两大部分，365营销管理部分从广告营销和网络营销两个方面介绍了营销管理的基本内容；365促销管理则详细介绍了常见的促销模式、常用的促销工具、节假日促销、促销效果评估等内容。

本书定位于实操读本，内容简洁实用，同时板块设置精巧、结构清晰明确。既可供专业培训机构、院校零售专业等作为培训教材、培训手册，又可以作为商场、超市各级人员的工作指导书，直接应用于实际工作中。

图书在版编目（CIP）数据

图解商场超市365营销与促销/王丽丽主编. —北京：
化学工业出版社，2014.6

（零售业经营管理攻略系列）

ISBN 978-7-122-20268-0

I. ①图… II. ①王… III. ①商场-营销管理-图
解②超市-营销管理-图解 IV. ①F717-64

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第068996号

责任编辑：陈 蕾
责任校对：吴 静

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：化学工业出版社印刷厂
710mm×1000mm 1/16 印张8³/₄ 字数171千字 2014年7月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：http://www.cip.com.cn
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：38.00元

版权所有 违者必究

前言



十八届三中全会明确提出了加快城镇化进程，完善城镇化体制的工作目标。随着城镇化进程的不断加速，越来越多的人口进入城镇中。在城镇中，商场、超市是人们购物与消费的主要场所。因此，城镇化的推进为商场、超市提供了良好的发展前景。

国外零售业巨头沃尔玛、家乐福等众多知名零售集团在我国开发布局了大量的卖场，由于其成熟的管理模式和先进的管理经验，对国内各商场、超市带来了巨大的冲击，同时，随着“天猫商城”、“1号店”等网络超市和电子商务的迅猛发展，也使得商场（超市）竞争趋于激烈，再加上国家对零售业的管理越来越规范、严格，而消费者的要求也越来越高，这使得商场、超市需不断寻求新的增长点和探讨更加先进的管理和服务模式，以满足消费者日益增长的需求。

作为零售业的商场、超市只有不断学习先进经验，提高自身管理与服务水平，提升各级管理人员和员工的综合素质，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

基于此，我们在研究与探索商场、超市管理与服务的基础上，结合零售业的特点和发展趋势，从实际工作出发，编写了“零售业经营管理攻略系列”丛书，本丛书对商场、超市经营与管理、布局与商品陈列、卖场服务与管理以及营销与促销四个方面的内容进行了详细、实用的描述，为商场、超市的管理人员和基层员工提供了完善的学习思路，以供参考。

《图解商场超市365营销与促销》作为“零售业经营管理攻略系列”的一个分册，分为365营销管理和365促销管理两大部分，365营销管理部分从广告营销和网络营销两个方面介绍了营销管理的基本内容；365促销管理则详细介绍了常见的促销模式、常用的促销工具、

节假日促销、促销效果评估等内容。

本书的最大特点是在每章前、后设置了“学习目标”和“学习回顾”两个栏目，既为读者提供学习指引，又通过不断的回顾来巩固所学的知识；在正文中，将每项工作内容以流程的形式进行展现，方便读者按照流程一步一步进行实践操作。同时，书中也分别设置了各种不同的小板块，对正文内容进行补充，使全书更为丰富。

本书定位于实操读本，内容简洁实用，同时板块设置精巧、结构清晰明确。既可供专业培训机构、院校零售专业等作为培训教材、培训手册，又可以作为商场、超市各级人员的工作指导书，直接应用于实际工作中。

本书由王丽丽主编，在编写过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，其中提供资料的有王春华、王春侠、王玉奇、韩琦、赖娇珠、刘作良、刘云娇、石保庆、何亚龙、杜万霞、靳玉良、张伟标、张杰、张艳红、张继军、高锐、李汉东、李春兰、李景吉、李宁宁、李军、陈强、谭双可、解素跃、何志阳、魏锡强、宋春霞，最后全书由匡仲潇审核。在此一并表示感谢！由于编者水平有限，不足之处敬请读者指正。

编者

目录



导读一：营销与促销的价值.....	1
导读二：365循环图	1
导读三：全年促销节假日各季时间一览表	2

第一部分 365营销管理

商场（超市）的正常运营离不开完善的营销管理。通过广告营销可以扩大商场（超市）的知名度，促使更多顾客前来消费，而通过网络营销，则可以将商场（超市）的影响扩展到网上，并通过构建网络超市，提升销售额。



第一章 广告营销

6

【基本流程】.....	6
【内容解读】.....	7
内容一：什么是广告营销	7
内容二：电视广告营销	7
内容三：内部电视广告营销	8
内容四：电台广告营销	9
内容五：报纸广告营销	10
内容六：杂志广告营销	12
内容七：DM广告营销	12
内容八：公交站牌广告营销	14
内容九：店外告示牌广告营销	15
【附录】.....	16

附录 1-1	× × 商场广告语	16
附录 1-2	× × 超市电视广告创意方案	18
附录 1-3	× × 商场电台广告语	20
附录 1-4	× × 超市 DM 广告营销管理手册	20



第二章 网络营销

24

【基本流程】	24
【内容解读】	25
内容一：什么是网络营销	25
内容二：网络广告营销	25
内容三：搜索引擎营销	26
内容四：微博营销	27
内容五：团购营销	29
内容六：电子邮件营销	29
内容七：建设网络超市	30
【附录】	31
附录 2-1 × × 商场微博管理制度	31
附录 2-2 × × 超市网站建设及规划方案	32

第二部分 365 促销管理

促销是商场（超市）的日常工作，通过一年 365 天不间断地促销活动，可以招徕更多顾客前来商场消费。促销有多种模式，如开业促销、周年庆促销等，商场（超市）应当做好每种模式的促销工作，同时也有多种促销工具，如优惠券促销、样品赠送促销等，商场（超市）也要学会灵活运用于日常促销工作中。



第三章 常见促销模式

36

【基本流程】	36
【内容解读】	37

内容一：开业促销	37
内容二：周年庆促销	38
内容三：特价促销	39
内容四：服务促销	41
内容五：折价促销	42
内容六：会员制促销	43
【附录】	44
附录3-1 ××商场开业促销方案	44
附录3-2 ××超市开业促销方案	45
附录3-3 ××超市五周年店庆促销方案	47
附录3-4 ××超市周年庆促销方案	49
附录3-5 ××超市七周年店庆促销活动方案	51
附录3-6 ××超市会员制管理规定	54



第四章 常用促销工具

58

【基本流程】	58
【内容解读】	59
内容一：优惠券促销	59
内容二：样品赠送促销	61
内容三：返还促销	62
内容四：以旧换新促销	65
内容五：竞赛促销	66
内容六：抽奖促销	67
内容七：POP促销	69
内容八：量感陈列促销	71
内容九：现场演示促销	72
内容十：试吃促销	73
【附录】	75
附录4-1 ××超市赠品管理制度	75
附录4-2 ××商场促销抽奖活动方案	76
附录4-3 ××商场元旦购物抽奖促销方案	77

附录 4-4 ××超市积分返利实施细则	78
附录 4-5 ××超市 POP 管理规定	79



第五章 节假日促销

82

【基本流程】	82
【内容解读】	83
内容一：节假日促销策略	83
内容二：节假日促销控制	84
内容三：元旦节促销	85
内容四：春节促销	85
内容五：情人节促销	86
内容六：五一劳动节促销	87
内容七：母亲节促销	88
内容八：儿童节促销	88
内容九：端午节促销	89
内容十：中秋节促销	90
内容十一：国庆节促销	91
内容十二：圣诞节促销	91
【附录】	92
附录 5-1 ××商场元旦促销方案	92
附录 5-2 ××超市春节促销方案	94
附录 5-3 ××商场情人节促销方案	95
附录 5-4 ××商场五一劳动节促销方案	96
附录 5-5 ××超市端午节促销方案	97
附录 5-6 ××超市中秋节促销方案	99
附录 5-7 ××超市国庆节促销方案	100



第六章 促销效果评估

102

【基本流程】	102
【内容解读】	103
内容一：什么是促销效果评估	103

内容二：选择评估方法	103
内容三：查找和分析原因	106
内容四：促销效果评估	106
内容五：供应商的配合状况评估	107
内容六：商场（超市）自身运行状况评估	107
内容七：促销活动经验总结	108
【附录】	109
附录6-1 ××商场促销活动成果评估表	109
附录6-2 ××商场促销效果评估表	110
附录6-3 ××商场假日促销效果评估表	110
附录6-4 ××商场假日促销活动成果汇总表	111
附录6-5 ××商场促销效果阶段性评估表	111
附录6-6 ××商场促销员评估表	112
附录6-7 ××商场促销计划执行情况评估表	112
附录6-8 ××商场促销成本评估表	113
附录6-9 ××商场促销效果与经验总结表	113



第七章 促销人员管理

115

【基本流程】	115
【内容解读】	116
内容一：促销人员结构设置	116
内容二：促销员的配备	117
内容三：促销员招聘	117
内容四：促销员培训	118
内容五：促销员的基本工作流程	120
内容六：促销员的分配	121
内容七：促销员奖励	122
【附录】	123
附录7-1 ××商场促销人员出勤表（一）	123
附录7-2 ××商场促销人员出勤表（二）	124
附录7-3 ××商场促销活动人员安排表	124

附录7-4	××商场促销所需物品准备表	125
附录7-5	××商场促销员工作日报表	125
附录7-6	××商场促销员工作周报表	126
附录7-7	××商场促销部产品组工作日报表	126
附录7-8	××商场促销部工作日报表	127
附录7-9	××商场促销宣传品领用申请表	127

导读一：营销与促销的价值

从超市传入我国至今，越来越多的消费者选择了到超市购物，各类超市也越来越多，这使得零售业中的竞争也越来越激烈。为了能够在激烈的竞争中取胜，商场（超市）必须实施有效的策略来吸引更多消费者进入自己的店里购物，成为自己的顾客，这就需要进行不间断地营销和促销。

1. 营销

商场超市主要通过广告营销来扩展其影响力与品牌知名度，及时发布各类促销信息，使更多顾客了解商场超市，而通过网络营销，商场可以将影响力扩展到使用网络的人群，同时通过自建网络超市，有效拓展了销售渠道。

2. 促销

商场超市可以运用多种不同的促销模式，反复开展促销活动，并熟练运用优惠券、样品赠送、返还、以旧换新等多种工具，全面完善促销效果。

导读二：365循环图

营销与促销是365天循环进行的，尤其是每年大大小小的各种节假日，更是营销和促销的重点时机。

每年的节假日是一样的，通过365循环图（如图0-1所示），可以对每个季节主要的节假日，和对一年的节假日有初步的了解与印象。

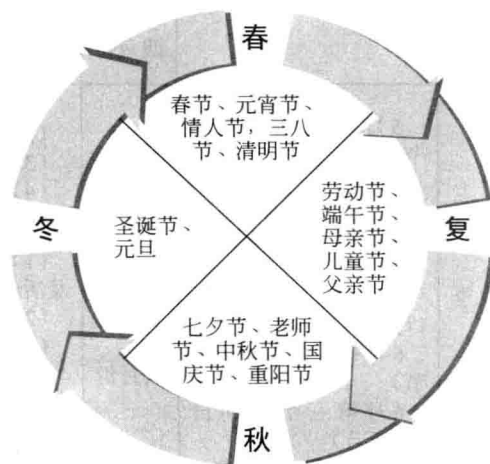


图0-1 365循环图



导读三：全年促销节假日各季时间一览表

全年促销节假日各季时间一览表（见表0-1）将主要节假日的时间及促销主题都明确地分列出来，可以通过该表详细地掌握一年中每一季度各种节假日的具体时间，从而为年度促销计划做准备。

表0-1 全年促销节假日各季时间一览表

季节	节假日时间	月份	促销主题	备注
春季	正月初一（春节） 正月十五（元宵节） 2月14日（情人节） 3月8日（国际劳动妇女节） 3月15日（消费者权益日）	二月份	(1) 年货展销 (2) 元宵节活动 (3) 情人节活动 (4) 欢乐寒假 (5) 寒假电脑产品展销 (6) 开学用品展销 (7) 玩具商品展销 (8) 家电产品展销	春节长假：七天
		三月份	(1) 春季服装展 (2) 春游烧烤商品展 (3) 春游用品展 (4) 换季商品清仓特价周 (5) “三八妇女节”妇女商品展销	
		四月份	(1) 清明节、学生郊游食品节 (2) 化妆品展销会	
夏季	5月1日（国际劳动节） 5月4日（中国青年节） 5月12日（国际护士节） 5月第二个星期日（母亲节） 6月1日（国际儿童节） 6月第三个星期日（父亲节） 五月初五（端午节）	五月份	(1) 劳动节活动 (2) 夏装上市 (3) 清凉夏季家电产品节 (4) 母亲节商品展销及活动 (5) 端午节商品展销及活动	五一假期：三天
		六月份	(1) 儿童节服装、玩具、食品展销及活动 (2) 父亲节商品展销及活动 (3) 考前补品展销 (4) 考前用品展销 (5) 饮料类商品展销 (6) 夏季服装节 (7) 护肤防晒用品联展 (8) 热带水果节	

续表

季节	节假日时间	月份	促销主题	备注
夏季	5月1日（国际劳动节） 5月4日（中国青年节） 5月12日（国际护士节） 5月第二个星期日（母亲节） 6月1日（国际儿童节） 6月第三个星期日（父亲节） 五月初五（端午节）	七月份	(1) 欢乐暑假趣味竞赛，商品展销 (2) 暑假自助旅游用品展 (3) COOL在七月冰激凌联合促销 (4) 暑假电脑促销活动	五一假期：三天
秋季	8月1日（中国人民解放军建军节） 七月初七（七夕情人节） 9月10日（中国教师节） 八月十五（中秋节） 10月1日（国庆节） 九月初九（重阳节）	八月份	(1) 夏末服饰清货降价 (2) 开学用品展销	十一长假：七天
		九月份	(1) 教师节卡片、礼品展 (2) 中秋节礼品展销 (3) 敬老礼品展销 (4) 秋装上市 (5) 夏装清货	
		十月份	(1) 运动服装、用品联合热卖 (2) 秋季美食街 (3) 大闸蟹促销活动 (4) 金秋时节礼品展 (5) 国庆节旅游产品展 (6) 重阳节登山商品展 (7) 入冬家庭用品展 (8) 羊绒制品展	
冬季	12月24日～25日（圣诞节） 1月1日（元旦）	十一月份	(1) 冬季服装展 (2) 火锅节 (3) 护肤品促销活动 (4) 烤肉节	元旦假期：三天
		十二月份	(1) 保暖御寒用品展销 (2) 冬令进补火锅节 (3) 圣诞节礼品饰品展销 (4) 岁末迎春商品展	



续表

季节	节假日时间	月份	促销主题	备注
冬季	12月24日~25日(圣诞节) 1月1日(元旦)	一月份	(1) 元旦迎新活动 (2) 新春大优惠 (3) 春节礼品展 (4) 除旧迎新活动 (5) 结婚用品、礼品展 (6) 年终奖金优惠购物计划 (7) 旅游商品展销	元旦假期： 三天

第一部分 365 营销管理



商场（超市）的正常运营离不开完善的营销管理。通过广告营销可以扩大商场（超市）的知名度，促使更多顾客前来消费，而通过网络营销，则可以将商场（超市）的影响扩展到网上，并通过构建网络超市，提升销售额。

第一章

广告营销

学习目标

1. 了解如何进行报纸广告营销。
2. 了解如何进行电视广告营销。
3. 了解如何进行杂志广告营销。

【基本流程】

广告营销基本流程如图 1-1 所示。

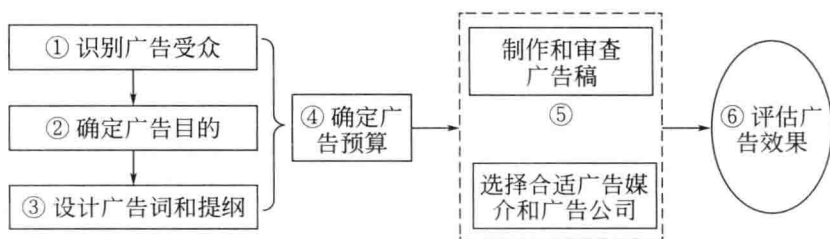


图 1-1 广告营销基本流程

解读：

① 识别广告要吸引的购物对象，了解其地理分布、收入、对本商场（超市）的态度及心理状况，有针对性地设计广告。

② 广告的目标应该与商场（超市）营销目标一致。广告的目标可定为认识目标、感觉目标及行动目标。广告目标的不同，会引起广告的主题、正文及其他