



商场·超市经营管理操作实务

商场 超市

假日促销管理

Management of Holiday Sales Promotion

杨哲 杨春 主编

你可以在此：

- 了解假日促销的模式及主题
- 掌握假日促销工具的应用、广告的运作、公共关系的管理、人员的管理及卖场管理等的具体操作技巧
- 掌握假日促销的创意技巧



 海天出版社



商场超市

假日促销管理

作者：曹伟 王健

推荐理由：

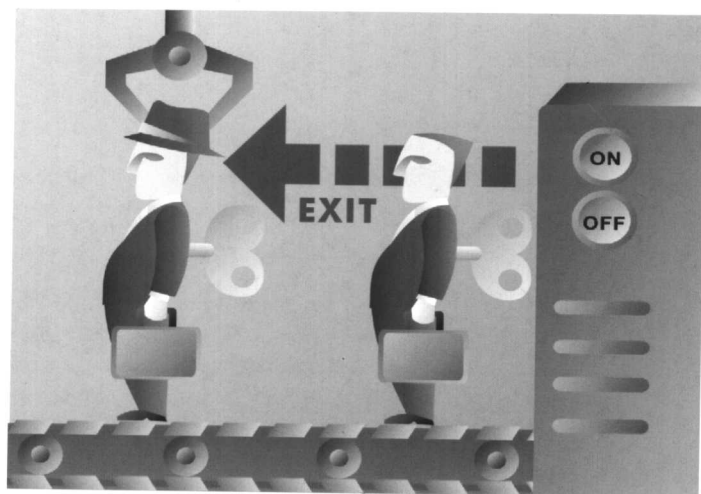
- 1. 详细分析节假日促销的利弊
- 2. 详细分析节假日促销的策划、执行、评估、总结、改进等环节
- 3. 详细分析节假日促销的常见问题及解决方法



人 推荐理由：

商场
超市

假日促销管理



▲ 海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商场·超市假日促销管理 / 杨哲, 杨春著. —深圳:
海天出版社, 2005

(商场·超市经营管理操作实务丛书)

ISBN 7-80697-554-3

I. 商... II. ①杨... ②杨... III. ①商店—市场营
销学②超级市场—市场营销学 IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 077365 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天综合大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

责任编辑: 杨月进

Tel: 0755-83460341 Email: yyj@htph.com.cn

封面设计: 小 海 责任技编: 陈 炯

深圳市海天龙广告有限公司设计制作输出 Tel: 83461000

深圳市华润永昌彩印有限公司印刷 新华书店经销

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 21.25

字数: 250 千 印数: 1-6000 册

定价: 19.80 元

海天版图书版权所有, 侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换。

前 言

在我国加入WTO后,国内零售业必然面临国际市场竞争日益激烈的形势。我国零售业起步较晚,其规模小,实力弱,尤其在面对如何规划、如何经营、如何管理、如何提升管理品质等一系列现实问题时,广大商场(超市)尚需一套系统、完整、规范的经营管理模式。

《商场·超市经营管理操作实务》丛书共分八册,介绍了商场(超市)最具代表性的经营管理操作实务,具有极强的实用性和可操作性。

1.《商场·超市本部运营与管理》。本书首先介绍了组织决策管理系统架构,然后重点讲述了企划管理系统、人力资源管理系统、物流配送管理系统、营销管理系统、财务管理系统、服务管理系统、工程管理系统及商场(超市)连锁加盟管理体系等,并进行了系统、详尽的阐述。

2.《商场·超市店铺开发与经营》。本书介绍了店铺开发、开业准备、管理架构、服务培训、商品管理、促销管理、收银管理、防损管理、客服管理、安全管理、环卫管理、设备管理及专柜管理等店铺管理的方方面面。

3.《商场·超市采购与物流配送》。本书介绍了商场(超市)物流系统规划、商品采购业务操作技巧、商品验收控制方法、商品存货盘点技巧、商品运输配送优化技巧及电子网络订货方法和操作技巧。

4.《商场·超市卖场管理与服务》。本书介绍了卖场布局设计、卖场物流、卖场促销、卖场顾客服务、卖场员工选聘及卖场安全管理的方法和技巧。

5.《商场·超市店长与员工培训》。本书从培训的角度对商场(超

市)员工岗位职责、商品陈设技巧、物流管理方法、顾客服务技巧、商品促销技巧、收银作业技巧及安全卫生知识进行了阐述。

6.《商场·超市安全与防损管理》。本书介绍了商场(超市)消防安全、治安安全、作业安全、设备安全等方面的管理方法和管理技巧,最后又分别论述了商场(超市)的防损和卫生安全知识。

7.《商场·超市顾客投诉管理》。本书先从顾客投诉产生的原因及价值分析入手,着重就顾客投诉与企业机制、顾客投诉的处理、顾客投诉的预防及如何提升顾客的满意度等方面进行了阐述。

8.《商场·超市假日促销管理》。本书先从商场(超市)假日促销概念入手,然后就假日促销模式选择、假日促销广告运作、假日促销公关管理、假日促销人员管理及假日促销卖场管理的方法和技巧进行了阐述。最后,还介绍了与假日促销相关的创意范本和案例。

《商场·超市经营管理操作实务》系列丛书的内容都是经过众多商业企业在实际运作过程中检验、实践证明的,可操作性极强,该丛书是一套不可多得商业企业参考工具书。它可作为商业企业的培训教材,也可作为大中专技术学校的培训教材。

另外,参与《商场·超市经营管理操作实务》系列丛书的编撰者还有著名商业企业具实际操作经验的管理者和商业管理咨询机构的著名顾问董冰、张兵、杨静、郑淇元、李状元、罗爱琼、郑国君、贺铭、陈素娥、张学忠、郑蔚娟、徐霞、方敏、梁冬梅。

当然,在编写过程中,难免有不足之处,欢迎广大热心读者批评指正,在此表示衷心感谢!

目 录

第一章 了解假日促销

1.1 促销与假日促销	2
■ 促销的定义	2
■ 促销的目的	3
■ 促销的特点	3
■ 促销的作用	4
■ 假日促销	5
1.2 假日促销计划制定	8
■ 了解假日的分类	8
■ 弄懂假日促销意义	9
■ 明确假日促销目的	9
■ 确定假日促销对象	10
■ 确定假日促销时间	11
■ 选择假日促销商品	13
■ 拟定假日促销主题	15
■ 选择假日促销方式	16
■ 预算假日促销费用	20

相关链接

假日促销活动计划表	22
假日促销活动时间安排表	23
假日促销活动月计划表	24
假日促销计划执行表	25
假日促销计划范例	26
全年常规促销计划范例	28
商场(超市)促销节庆时间一览表	31

1.3 假日促销活动策划 35

■ 假日促销活动策划程序	35
■ 假日促销活动策划应注意点	39

相关链接

假日促销活动检讨表	43
假日促销活动成果汇总表	44

第二章 选择假日促销模式

2.1 假日促销活动类型 46

■ 特价促销	46
■ 有奖促销	49
■ 样品派送	53
■ 服务促销	54
■ 公关促销	57
■ 短期促销	58
■ 长期促销	58
■ 其他模式	60

相关链接

促销活动比较表	64
假日促销模式比较一览表	66
× × 商场开业庆典方案	67

2.2 假日促销活动工具 76

❶ 优惠券	76
❷ 样品赠送	80
❸ 竞赛和抽奖	86
❹ 免费赠品促销	90
❺ 附加赠送	94
❻ 返还促销	96
❼ POP促销	101
❽ 折价促销	107
❾ 以旧换新	110
❿ 现场演示	112
⓫ 量感陈列	114
⓬ 试吃	115
⓭ 面对面销售	115
⓮ 广告促销	116
⓯ 竞赛活动	117
⓰ 会员制促销	121
⓱ 分期付款	124
⓲ 赊账促销	127

相关链接

促销工具效果调查表	129
假日促销赠品申请表	130
假日促销样品申领表	131

商场(超市)会员卡申请表	132
××超市生鲜食品节促销工具运用范本	133
随心卡使用章程范本	134

第三章 假日促销广告运作

3.1 假日促销广告策划管理

■ 假日促销广告策划原则	138
■ 假日促销广告策划过程	139
■ 假日促销广告策略类型	145
■ 假日促销广告策略的特点	146
■ 假日促销广告播放周期选择	147

相关链接

假日促销活动广告宣传计划	148
假日促销广告媒体比较表	149
假日促销广告策划书结构图	151
假日促销广告策划方案范本	152

3.2 假日促销广告方式

■ POP广告	153
■ 橱窗广告	159
■ DM广告	163
■ 广告单	165

相关链接

假日促销POP广告设计查核表	169
假日促销广告投放效果评估表	171
沃尔玛的广告思路	172

第四章 假日促销公关管理

4.1 假日促销公关工作概述	178
■ 假日促销公关内涵	178
■ 假日促销公关对象	179
■ 假日促销公关要求	190
■ 假日促销公关策划步骤	191
■ 假日促销公关策划原则	192
4.2 假日促销公关工作流程	194
■ 调查研究, 确定目标	194
■ 提出对策, 拟定计划	196
■ 策动传播, 开展工作	200
■ 评估结果, 检测效果	201
相关链接	
假日促销公关申请表	205
假日促销公关成本分析表	206

第五章 假日促销人员管理

5.1 假日促销人员任职规范	208
■ 假日促销员工作的重要性	208
■ 优秀促销员必备的素质	209
■ 促销员假日促销行为规范	210
相关链接	
商场(超市)促销人员出勤表(一)	215

商场(超市)促销人员出勤表(二)	216
假日促销活动人员安排表	217
5.2 假日促销人员结构设置	218
■ 假日促销队伍结构	218
■ 假日促销人员类型及特点	220
■ 假日促销人员工作要求	222
■ 假日促销人员的合理分派	223
相关链接	
假日促销所需物品准备表	224
假日促销活动临时人员制度范本	225
促销员基本要求范本	227
××外资超市促销员规章制度	228
5.3 假日促销人员招聘培训	231
■ 假日促销人员招聘途径	231
■ 假日促销人员甄选程序	231
■ 假日促销人员培训	232
■ 假日促销技巧培训	233
5.4 假日促销人员奖励及考核	237
■ 假日促销人员奖励机制	237
■ 假日促销绩效评估	239
■ 促销人员考核标准	240
相关链接	
促销员工作日报表	242
促销员工作周报表	243
促销部产品组__月__日工作日报表	244

促销部__月__日工作日报表	245
促销部__月第__周周会报告	246
促销人员考核表	247

第六章 假日促销卖场管理

6.1 假日促销卖场活动个性化	250
-----------------------	-----

■ 准确的市调定位	250
■ 人员方面	250
■ 促销准备	251
■ 广告宣传	253
■ 气氛营造	253

相关链接

竞争者促销卖场气氛营造措施对比表	258
------------------------	-----

6.2 假日促销卖场策略	259
--------------------	-----

■ 活动创意, 烘托热点	259
■ 文化营销, 内涵深厚	259
■ 顾客动手, 个性营销	261
■ 特价陈列, 撩人眼球	261
■ 价格差异, 艺术促销	263

6.3 假日促销卖场陈列	265
--------------------	-----

■ 假日促销卖场陈列标准	265
■ 假日促销卖场陈列类型	266
■ 假日促销卖场陈列技巧	269

第七章 假日促销创意范例

第一节 假日促销创意范本 274

范本01: 情人节	274
范本02: 亮丽妇女节	276
范本03: 情牵3·15	279
范本04: 五一大促销	281
范本05: 快乐六一	282
范本06: 六一小当家	284
范本07: 品尝风味美粽	287
范本08: 妈妈, 我爱你	289
范本09: 神气老爸	290
范本10: 七夕情人节	291
范本11: 千禧月送好礼	292
范本12: 一日为师, 终生为父	296
范本13: 礼敬老人	297
范本14: 狂欢圣诞节、无限惊喜送	299
范本15: 迎春温暖送万家	304
范本16: 每天爱你多一点	305
范本17: 真情奉献	307
范本18: 快乐暑假	311
范本19: 六周年店庆及中秋节促销	313

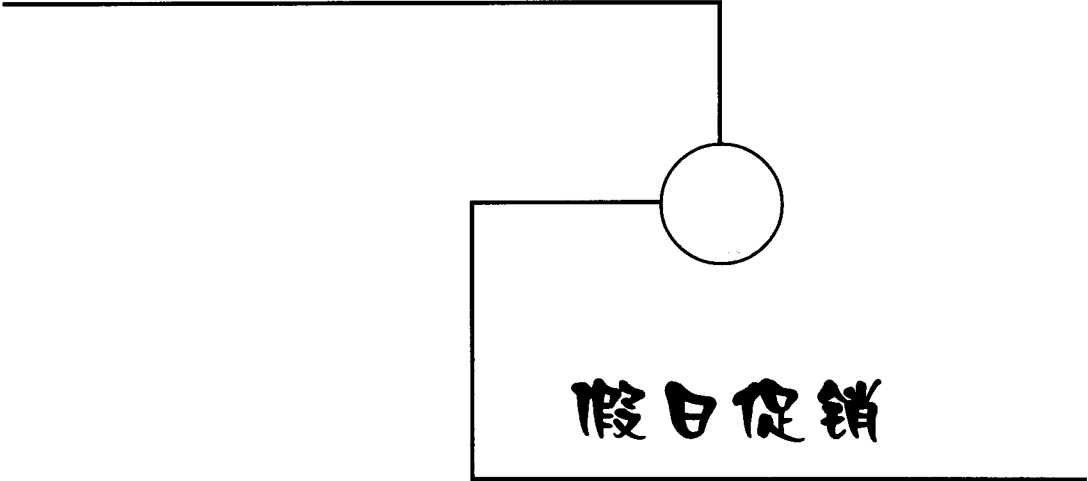
第二节 假日促销范例 318

范例01: 华联超市促销活动	318
范例02: A商场“假日经济”促销	322

附录 北京市商业零售企业促销行为规范 327

第一章

了解



假日促销

1.1 促销与假日促销

■ 促销的定义

对于促销认识的角度不同,得到的理解也就不同。顾名思义,促销就是要促进销售、提高业绩。一般而言,商场(超市)的促销是指有针对性地运用各种积极的促进方式,吸引既有顾客和潜在顾客,进而刺激购买需求,以推动卖场各类商品销售的一种活动。

商场(超市)的促销活动主要包括人员销售、广告宣传以及其他相关的促销活动,如外送服务、免费停车、使用折扣券等。

专家指导

具体说来,也可以从以下几个方面认识与理解促销活动:

- 促销活动是在商场(超市)与其目标顾客或社会公众之间进行的。
- 促销的要素是信息、说服与沟通,所以促销是一种说服性的沟通活动。



- 促销在把产品及相关信息传播给目标顾客的同时, 试图在特定目标顾客中唤起促销者预期的意念, 使之形成对产品的正面反应, 促销活动的目的在于影响目标顾客的行为与态度。

- 促销的本质是沟通信息、赢得信任、激发需求、促进购买与消费。

因此, 促销是一项系统工程, 它是由信息沟通机制、形象塑造机制和激励机制构成。实现商场(超市)的促销目标, 要求这三种机制能够正常运转并且良性地相互作用。

■ 促销的目的

商场(超市)促销的目的可归纳为下列几点:

- 在一定期间内扩大营业额, 并提升毛利额。
- 稳定既有顾客并增加新顾客, 以提高来客数。
- 增加特定商品(新产品、季节性商品、自有商品等)的销售, 以提高客单价(每位顾客的平均消费额)。
- 增进商场(超市)形象, 提高其知名度。
- 与竞争对手举办的促销活动相抗衡, 以降低其对本商场(超市)营运的影响。
- 吸引顾客, 增加购买率。

■ 促销的特点

冲击性

促销的种种手段通常是精心策划的, 它对消费者、顾客和商