# 化妆品活动促销方案活动(5篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-07-01

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。化妆品活动促销方案活动篇一分...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**化妆品活动促销方案活动篇一**

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

二、促销活动手段

常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、抢购、空瓶抵现换购等等。

1、特价

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力度的。

2、品牌折扣

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主利润品牌上。

3、买赠

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满多少金额送一支护手霜等等方式。)赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品。(如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等。)

4、加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。)

5、抢购

抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

6、空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算。)要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目，而抢购、空瓶抵现可作为附助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

三、注意事项

1、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

2、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

3、有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆(试妆时护肤和彩妆一起上)进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

4、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通

大多数企业都会花不少的财力、人力、物力在促销活动上，超市是直接接触最终顾客的最重要的场所，也是企业短兵相接的战场第一线。如何让促销有计划的发展并能起到真正的作用需要有一份周密的市场促销计划，以下是一个周密的促销活动所应具备的程序：

一、明确本次活动的目的与宗旨，并以活动的目的与宗旨作为促销的行动准则

活动的目的是活动的灵魂和意义所在，因而它是促销的基础与制定活动准则的依据。

企业的每一次促销活动都有其目的。如让消费者更快得接受新产品;发布企业调整信息;树立企业形象，扩大市场影响力等。如宝洁公司20\_\_年\_月\_日到\_月\_日的\_\_洗衣粉的促销的目的是让消费者知道“\_\_降价不将质，全面65折”的企业重大的价格调整。

二、选择合适的超市

1、人流量大，形象好，货架位置好的场地。促销产品应放置在人流量大、形象好的位置。若促销产品没有专柜，则应把促销产品放置在货架的较显眼且易于顾客购买的位置，一般为货架的第二层或第三层应是超市的货架而定。

2、与超市进行有效的沟通，争取超市的支持。现在超市做促销一般都会有一定的限制，如交纳场地费、服装与商场统一、赠品不能带入场内等，会给促销活动造成许多不便，因而必须与超市进行有效地沟通，以取得超市对活动的支持。在与超市的有关人员进行沟通时，最重要的是强调“双赢”，做促销虽然厂家有一定的目的，但同时有利与超市增加销售，应尽量取得商场的支持如人员、广播、按排堆头、货品摆放的有利位置、及海报的张贴的位置等的支持。

3、定位一致原则，即超市的选择应与超市的定位、促销产品的定位、超市商圈顾客群的定位及本次活动的目的保持一致。如赛尼可的促销超市的选择通常是超市定位较高，商圈的顾客群可为中高收入的超市或像好又多、物美等大型的连锁超市。而一般的洗衣粉的促销则可以在一般的居民区较多的超市。

三、促销活动必须师出有名

任何一次促销活动必须有正当的理由，不然会给消费者留下“低价甩卖”、“公司产品销售不畅”等，因为在许多消费者的心目中存在“便宜没好货”等观念，若促销没有正当的理由则仅不能取得应有的效果而且会影响产品的形象及公司的形象。利用节假日、纪念日新品上市作为活动的理由是常用方法，如“新品上市”、“迎新春”“周年店庆”等。

四、设计合理的广宣品，选择合适的赠品

1、广宣品的设计原则

(1)广宣品的设计总体风格要与产品在顾客心目中的形象和厂家的形象相一致，或直接采用产品的电视广告中消费者所熟悉的形象。如润妍、飘柔的广宣品大多为消费者所熟悉的电视广告中的“秀发美女”的宣传画，这样有利与消费者加深对产品的印象。沙宣的广宣品则会以时尚为形象;体育用品以健康、运动为基调。

(2)pop的设计要简单、醒目、活泼。应减少过多的文字叙述，重点词语用醒目的颜色写，字体要活泼、生动，切忌用草字，能让顾客在三秒中内看完全部内容并对活动留下较深的印象。

(3)因在促销活动中会出现赠品断货的情况，在pop的末尾务必写入“赠品有限，赠完为止”。

2、赠品的选择

赠品的选择原则有实惠的原则与时尚的原则。但在选择赠品时必须使赠品与所促销的产品有一定的关联或有一定的宣传作用。具体方法有：

(1)赠送试用装。用公司新产品的试用装或同品牌的其它同档次产品试用装作为赠品，采用这种方法一方面可以让消费者觉得实惠，另一方面可以促进新产品的推广。是“一箭双雕”的促销策略。

(2)赠品应与品牌形象及目标消费群的心理特点相一致。如在国际上沙宣的品牌形象是“时尚、专业”因而沙宣促销时的赠品往往会体现沙宣专业、时尚的特点。如送时尚手提包、时尚钥匙扣、时尚腕表、时尚钱包、直发梳等女性较喜欢的时尚用品。

(3)赠品的设计生产应体现形象高成本低的原则，这样有利于减少促销成本。如沙宣的赠品看起来都较时尚精美，但其成本并不高，玉兰油的赠品选择有品牌知名度的依泰莲娜项链，但是作为赠品的依泰莲娜由于采用成本低的原料，因而价格低廉，体现了在产品设计时的高形象、低成本的原则。

(4)直接用具有宣传作用的赠品，如印有产品及企业鸟标志的雨伞、围裙等。

五、招收有经验或较适合超市促销的人员

在招收促销人员是要对前来应聘人员进行考核，可以问一些如“你觉得在做促销时哪几方面较重要、您对以前你所做促销产品的认识”等，以考核该促销员是否适合该工作。

**化妆品活动促销方案活动篇二**

一、活动主题：

快乐女人节“美丽存折”送不停

二、活动目的：

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

三、活动时间：

3月5日3月12日

四、活动内容：

(1)、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张(可抵10元现金)。

(2)、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

(3)、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇\_妆bb霜一盒+周护。

(4)、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5)、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6)、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至\_年9月1日。

(7)、凡生日、结婚记念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

(8)会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

五、执行步骤：

(1)、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的内容，并送上节日的祝福。

(2)、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3)、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报、\_展架。

(4)、活动期间在专卖店周围散发传单。

六、费用预算：

卡片费用300元

\_展架40元

海报25元

传单200元

其他费用500元

合计1065元

**化妆品活动促销方案活动篇三**

一、给商品定位

零售的化妆品消费群体集中在中青年，这一部分人对于爱美的渴望是非常强烈的，18到25岁的消费者大多喜欢日韩产品，对于价格虽然敏感，但冲动大于理性，上个季度彩妆的销量大过护肤产品!但现在越销售出现滑坡，我认为应该吧重点放在护肤品上面，马上进入夏季，护肤产品的需求量开始上升!所以我觉得应该吧护肤产品作为重点!把消费群体定位在18到28间!

二、我所提供的促销手段

见的多的无非就是产品做特价、加钱增购产品、有买有送、品牌享受折扣、周末定时抢购、和空瓶抵现换购等等。

1.产品特价促销

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的!认知度不够的产品不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力!

2.品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上!提高销售利润!

3.有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品!以及消费就送湿纸巾!

4.加钱增购产品

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品\_元+\_元可获得价值\_元保湿霜一瓶。)

5.周末抢购

抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的’促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

6.空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以有买有送、加钱增购为主要活动项目，而抢购、空瓶抵现可作为附助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

三、化妆品促销活动销量提升注意事项

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆(试妆时护肤和彩妆一起上)进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

d、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

**化妆品活动促销方案活动篇四**

当七夕遇上微信

恩爱秀出来·约会我买单

活动时间：8月08日-8月10日

活动方式：成功关注\_\_化妆品连锁分店官方微信，参与回复“恩爱秀出来·约会我买单”秀出你的恩爱合照以及在我店购物心愿，即有机会获得免单权。每六周随机抽取2名幸运观众获得半价权。

勇敢说爱你

活动时间：8月08日-8月10日

活动内容：爱在七夕，只要您大声说出您对爱人的情话，并将与爱人的甜蜜合影发到\_\_店微信，即可获得情侣杯一套，我们将在每日活动后公布结果(每日限5名)。

微信摇一摇

活动期间参加现场摇一摇，就有机会获得神秘大礼包(共摇5次)，每日限1名。

一个活动策划，有了理由，接下来就要去设计活动规则。活动规则的设计准则就两句话：流程简单少思考、文案清晰无歧义。

但是，在这个准则之上，还有一个很高的帽子，就是活动设计与理由无缝衔接。举个例子，你准备做一个活动，既希望顾客觉得实惠，但又没有高昂的运营费用可以支出，怎么办?

1、让活动主题吸引人;

2、让活动给人独特的感受;

3、仔细地设计活动方式与规则;

4、认真地匹配活动与理由。

活动规则越复杂，顾客逃跑的心态越强烈，但是如果你采用游戏化的设计，分步骤给予奖励，那么顾客就会很听话地慢慢跟着你的节奏来。

**化妆品活动促销方案活动篇五**

一、活动主题

感恩大回馈，燃情\_月

二、活动时间

\_月\_日(\_)——\_月\_日(\_)

三、活动目标

活动期间，营造浓烈的节日气氛，提高来店的客流量，其中超市的销售额比活动前增长10%。

四、活动内容

1、疯狂时段天天有。

(1)、活动时间：\_月\_日-\_月\_日。

(2)、活动地点：\_-\_楼。

(3)、活动内容：活动期间，周一至周五每天不定期选择1个时段(在人潮高峰期)，周六至周日(另含24、25日)每天不定期选择2个时段，在1—4f选1家专柜举行为时20分钟的抢购活动，即在现价的基础上5折优惠。(抢购期间所售商品，建议免扣。)

2、超市购物新鲜派加1元多一件。

(1)、活动地点：-1f。

(2)、活动时间：\_月\_日

(3)、活动期间，凡当日在我商场一次性购物满28元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。(每日限量，先到先得)

(4)、等级设置

购物满28元加1元得1包抽纸(日限量500包)

购物满48元加1元得柚子一个(日限量200个自理)

购物满88元以上加1元得生抽一瓶(日限量100瓶)

3、立丹暖万家冬季“羊毛衫、内衣、床品”大展销。

(1)、活动地点：商场大门外步行街

(2)、活动时间：\_月\_日-\_日

(3)、组织本商场的羊毛衫、内衣和床上用品以场外花车的形式进行特卖展销活动。(建议降扣，让厂家以特价进行销售)

4、耶诞礼品特卖会。

(1)、活动地点：商场大门和侧门外步行街。

(2)、活动时间：\_月\_日-\_日。

(3)、组织超市和百货与圣诞礼品有关的商品以场外花车的形式进行展销活动。

5、耶诞“奇遇”来店惊喜。

(1)、活动地点：全场

(2)、活动时间：\_月\_日-\_日

(3)、活动内容：活动期间，圣诞老人将不定期出现在各楼层卖场，凡当日光临本店的朋友可在店内寻找圣诞老人，如果您找到圣诞老人，即可获得圣诞老人派发的精美圣诞礼物一份，每人限领一份。特别提醒：在\_\_关店时，出店顾客还可以得到一份特别的关店礼!数量有限，送完为止。

6、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜。

(1)、活动地点：大门外步行街

(2)、活动时间：\_月\_日、\_日晚上\_\_-\_\_

(3)、活动内容：为了营造节日的热烈气氛，聚集人气，特在平安和圣诞夜在商场大门外举办两场大型圣诞狂欢晚会，并建议组织本商场的员工也参加该晚会，以带动现场顾客的参与度。

五、媒体宣传规划

1、媒体宣传

(1)、dm宣传单：于\_月\_日通过夹报和入户派发的方式发放2万份dm宣传单。

(2)、报纸广告：\_月\_日在《\_\_晚报》上发布半版活动信息广告1期。

六、费用预估

1、超市购物新鲜派加1元多一件

500元×19天=9500元

2、耶诞“奇遇”来店惊喜2024元

3、“耶诞欢乐园”激情圣诞夜15000元

4、报纸广告及其他宣传费用：20000元。

5、活动及圣诞气氛布置10000元

6、合计56500

七、承担方式

本次活动费用，百货部分，可参照去年，通过圣诞气氛布置费用，按厂家每平米加收1元进行分摊，超市建议让厂家承担4000元。

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