# 2024年理发店元旦活动方案海报(6篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-08-06

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。理发店元旦活动方案海报篇一1、针对冬季头皮问题做美...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**理发店元旦活动方案海报篇一**

1、针对冬季头皮问题做美发讲座

进入冬季，季节的转变会出现很多头皮问题，如头屑、脱皮等。针对冬季头皮问题做一场美发讲座，请专家驻店促销，这是美发店可以考虑的一种促销形式。

促销对象：各终端顾客

促销特点：

用专家坐诊咨询的权威性来烘托促销力度。

用新的思路来进行促销活动的开展。

一对一的解决顾客的头皮问题，提升顾客的好感度。

促销内容：采用讲师团的驻店咨询以讲座形式，配合活动当场的促销活动进行，以塑造权威的形象。

这种促销形式需要注意的是，专家讲师要能够保证一定的美发专业水平，要能够切实的为顾客解决问题。

2、美发店项目促销

针对冬季的头皮问题，美发店可以做一些有针对性的项目促销，譬如专业补水、保湿等，保证和顾客需求的紧密结合。

促销对象：各终端顾客各加盟美发店。

促销特点：

用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性。

用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲。

促销内容：

对美发店：促销期内美发店购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠;可获得至代理商处参加美发师专家培训的机会，提高店内美发师的技能;同时为美发店组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。

这种促销方式需要注意的是：

参与本促销活动的美发店均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。

代理商负责美发店美发师培训的费用支出，在促销中的各种让利及赠品由厂家负责。

3、针对顾客的附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，针对顾客的刺激消费的.促销手段不可少。

所谓针对顾客的附加值促销，即顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美发店可以采取赠送顾客一些附加值产品这种刺激手段。

促销对象：终端顾客

促销内容：

美发店可赠送一些小礼品如：护手霜、唇膏、丝巾、工艺品等给顾客;可以针对美发店会员进行一些折扣优惠，提升会员的服务质量;还可进行摸奖促销，如在店内设定某一时段的抽奖活动，客人每次消费后根据消费后的金额，通过抽奖的形式来激励消费。

促销特点：

促销诱因明确，利益可观，可以有效激发、鼓励顾客做出尝试、接触新产品、新项目的实际行动。

制造热卖场景，快速扩大顾客群体。

这种促销手段运用的关键点：

提高美发店服务工作的到位率。

美发店在进行附加值促销时一定要根据本企业美发师的数量和工作能力制定促销力度、促销时间和参加促销活动的消费者的条件。

4、美发店广场促销案

在元旦、圣诞、春节、情人节这种大型节日，美发店可以采取这种形象宣传的形式来进行大规模的促销推广。在活动进行前，可以采取派单促销的形式对活动进行宣传。

促销对象：各终端顾客、各加盟院

促销特点：用形象宣传的形式来对产品推广进行造势，用新的思路来进行促销活动的开展。

促销内容：组织美发店在市区大型广场中统一进行产品促销活动，同时进行免费皮肤咨询以及优惠售产品和月卡、年卡等。派发形象宣传资料，通过统一的行动迅速在当地推广品牌以及美发店的形象力，迅速销售产品。

促销成功关键点：

本活动需在当地加盟美发店较多的市中开展。

需按要求进货若干元后可以免费参加本次活动，本次活动费用由厂家与代理商共同负担，美发店只需按活动安排参与即可。但在活动中美发店需提供最少一名美容师在场地进行咨询以及售卡活动。

5、消费积分赠品促销

在年终时候，消费积分促销是美发店为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美发店赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

促销内容：美发店先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的积分，就可以得到美发店赠送的产品、礼物、疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

特别提示：其额度不一定太高，可做小返点或大返点。

除了针对节日特性的一些促销活动外，美发店也可以和一些常用的基本促销手段结合起来，如开卡促销、折扣促销等。

根据美发店的具体规模，所采取的促销手段也不一样。关于具体促销的内容，能够从两方面考虑：

1.服务方面

①以具周期性的服务为佳。如脸部护理、瘦身等。

②立即可见效果的服务也可考虑，如烫睫毛，手部护理等。

③商圈内知名的服务亦可作为促销内容，以增加市场占有率。

2.产品方面

美发店的收入，一是技术服务，二是商品销售，在做促销时不妨考虑下列有特性的产品：潮流性产品、季节性产品、特殊功能产品、滞销品等。

在做促销时，折扣是经营者常用的办法之一，但在设计折扣时，一定留意下列一些前提：

1、不要使消费者感觉以前她花费的钱太多。

2、尽量将多样产品组合。

3、会员与非会员应有所差异，让会员感受到不同礼遇，非会员想要成为会员。

4、尽可能避免产品打折，因为产品利润回报率高，在产品上大打折扣，无疑会直接减少利润。

1、店面

①门面可用条列式布旗装饰，以醒目为佳。

②以赠品吸引消费者。

2、店外

①在媒体发布广告信息。

②在人群聚集处派发广告气球、发放传单。发放传单、广告气球的地点、人员派发方式应明确安排。

1、员工一定熟记促销的日期、内容、主题。

2、充分了解促销产品的特点、价格、成分。

3、对促销期间顾客所能涉及到的问题，员工一定统一口径回答，并熟记在心。

4、店内竞赛规划合理，人员分工明确。

当然，良好的客情关系不是一天就形成的，感情是长期培养的结果。如果平时的顾客服务就没做好，不能指望仅靠这些促销活动就能够真正的解决问题。最关键的还是在平时的经营中，要重视起顾客服务，真正成为顾客美丽的发源地。

**理发店元旦活动方案海报篇二**

冬季显风情，烫出好心情。

xx月xx日至xx月xx日。

（1）在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

（2）借此活动让顾客认同本店专业技术和服务，提升整个店的客单价，形成新的高价战略。

（3）通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神，并得到凝聚和发挥。

（4）创造达成个人和团队最好的业绩。

（5）脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

（6）立体造势，大量吸引人。

（7）帮助员工认识到只有在会员卡、贵宾卡的保护下，才会有真正的不断的回头客。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

（8）帮助员工创造更多的烫发、染发、护发机会，稳定顾客群，更好控制顾客消费周期。

（9）激励团队以团队利益为出发点，营造一个“比、学、赶、帮、 超”气氛。

（10）争当“服务天使”“技术能手”“进步员工”的先进荣誉福利并举。

（1）对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

（2）内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价高额业绩。

（3）规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

（4）凡活动期间来店烫发一律可亨受全能浪漫无损3或2折。

（5）凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴或免费进行发型设计6个发型。

（6）凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套、全能浪漫无损烫发原价xx元 + 靓点染发原价xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套、全能浪漫无损烫发原价xx元 + 姜疗护发原价xx元套餐优惠。

剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx倒膜一次。凡在当日购买贵宾，可购买靓点青春染发，只需花xx元。（不含洗剪吹，有效期限截止20xx年xx月xx日）

（1）进行活动前人员动员：告诉活动内容，做到人人皆知。

（2）准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

（3）最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：

a、拉条幅：看起来简单，但一定要做。

b、店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

c、员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

（4）最利害一招：

就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾容手上，他定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

**理发店元旦活动方案海报篇三**

a、适合用于新产品上市时的推广，让消费者用便宜的价格享受到高质量的产品，让消费者更了解产品，为产品今后的销售打下基础。

b、配合：产品展示架，宣传海报，产品手册，使用手册。

c、培训：针对发廊员工进行产品特性，活动内容，宣传方式的培训，训练。

d、活动内容：

a、产品选择：选择特定产品(一般为小包装：例如200ml的洗发水，发雕等)进行推广，要求：为单一产品进行活动，产品为新产品中的推广核心。

b、在发廊单次消费满一定金额：例如100元，加5元钱就可以购买原价xx元的产品一瓶。

c、活动一定要有时效性，例如1周或者10天，让消费者明白这是新产品上市时的特惠活动。

a、利用肯恩产品现在推出(5月~8月四个月时间)的买客用装送发廊大桶装的政策开展“夏日健康洗发”项目推广，以带动客用小包装(400ml)产品的销售。

b、宣传配合：利用公司赠送的大型宣传海报，在规定活动时间(5月)内实行不加价的原则，大力进行三温暖洗发、护发系列产品的推广。在第一期活动结束以后，公司将配合新的(6~8月)宣传海报，发廊可根据自己自身情况，调整价格。

c、要求：加盟店要对所有员工进行深入的培训，让员工对产品，对销售政策有深刻的了解。要将公司的宣传海报张贴在店铺内的醒目位置上，配合项目的推广。在店内提供一个位置进行产品的集中摆放。

a、针对客人进行整体的项目推广，向客人推出健康烫、染的概念。

b、制作项目服务卡：烫、护卡，染、护卡，烫、染、护卡。烫、护卡烫发1次+局油护理3次----------价格为原烫发价格的100~125%

染、护卡：染发1次+局油护理3次---价格为原染发价格的100~125%烫、染、护卡：烫、染发1次+局油护理4次--价格为原染发+烫发价格

c、廊利用项目卡的推出，让客人体会到头发健康的重要，同时能长时间保有客源。

a、给长期忠实顾客的一种优惠。

b、客人在发廊没消费100元，给一定的积分，当积分达到一定的额度，给予客人相关的优惠或者物质奖励。

c、这种方式，现在很多行业，甚至很多发廊已经开始使用。他会给客人一种身份象征，同时平衡老顾客长期消费的厌烦心理。

d、要求：积分卡制作要精美，体现身份、价值。

a、在特定的节日如：妇女节、圣诞节、元旦节针对忠实顾客举办一些联谊活动，增加发廊与顾客的亲密度。

b、联谊会可以采用茶话会、酒会的形式，可以设立一些小游戏，提供一些小奖品，让客人官爵有所收获。

c、要求：制作精美的邀请函，让客人有身份感，

d、此外，可以给客人1~3分介绍卡，让他介绍最好的朋友，亲属来店消费，发廊将给予介绍人一定的奖励。

a、针对客人进行消费教育，给客人一些健康美发的知识，增强发廊在客人认识中的专业性，权威性，增强对客人进行项目推广时的说服力。

b、产品手册的内容：

①、头发的整体知识，不要太复杂，让客人有一个简单的了解，头发健康的概念。

②、健康洗发、护发篇：交给客人日常如何有效的护理自己的头发

③、烫染篇：教给客人一些基础的烫染知识，烫染后头发护理的知识。

④、造型篇：教给客人一些基础造型品的使用方法及技巧，让他们在自己家里也能进行头发造型diy。

⑤、头发日常护理小秘诀(类似于偏方一样的资料)c、教育手册制作要求精美，发放一定要有针对性，以体现他的价值

发廊人是否认识到这个问题，当设计师为客人设计了一个精致的发型，但由于客人自己不会打理而造成客人的沮丧，甚至导致客人的流失。这是发廊，是设计师的失职，因为你完全可以通过造型教育，产品使用培训而让客人的美丽发型保持持久，而且可以带动发廊造型、定型品及相关工具的销售。

a、设计师在为客人做造型的时候，要主动教给客人如何使用造型品才能保持美丽的发型，这要养成一种习惯。

b、发廊制作邀请卡，请客人于某个时间光临发廊，进行整体的造型训练，并举办小的比赛，游戏，让客人自己评分，优胜者给予一定的奖励。这种方法，可以提高客人的满意度，使发廊保持客源并吸引新的客源。同时，可以提高发廊的造型品的销售。(肯恩公司将推出全新的造型、定型系列产品，并针对加盟发廊设计师进行相关的优惠政策)。

**理发店元旦活动方案海报篇四**

自vvtv成立以来，承蒙广大客户的支持和关爱，因为您的的参与我们不断发展，不断前进，为了表示我们的谢意，特面向社会推出此次感恩活动。

通过此次活动让更多的人了解vvtv，让更多的人感受vvtv的热情和专业，让更多有消费潜力的女士成为我们的顾客，让每一名员工有更多的收益。

免费赠送感恩卡一张，内含rmb肆佰捌拾元整，仅限女士烫染使用。消费时，高于480的烫染项目，需现金补足差额，低于480元时，此卡内余额不退，并限一人一卡一次，并需现金支付造型费用。

x年x月x日至x月x日

凡在活动时间内持感恩卡来消费的客人，不推销产品，不推销高价项目，发型师在即将完工时，向客人询问对我们的技术和服务是否满意，并告知活动期间充卡有优惠，如果发型师没有说服，那么到收银台时由收银员继续推售，并展示相关赠送礼品。（切记要适度，不要让客人反感），因为此次活动的宗旨只是为了提高人气，扩大知名度。

烫染卡（此卡仅限烫染护，并按价目表扣除，不享受另外优惠）

1、烫染卡20xx（存1200消费20xx）

2、烫染卡3000（存1800消费3000）

3、烫染卡6000（存3500消费6000）

4、烫染卡10000（存5000消费10000）

凡办卡者均有相关礼品赠送（如洗发水、护发素、发腊等）

通用卡：此卡可消费vvtv全场所有项目

1、500卡享受烫染8折，洗剪吹9折

2、1000卡享受烫染7折，洗剪吹8折

3、20xx卡享受烫染6折，洗剪吹7折

4、5000卡享受烫染5折，洗剪吹6折

均同样赠送相关礼品

1、每名员工要以高度的责任感和积极性参与此次活动，为达到活动效果，活动期间将严格执行奖惩制度。树立大局观念，不计较一时得失，共同谋求公司发展壮大。

2、强化服务意识，认真做好每位顾客的接待工作，如有顾客对活动内容不清楚，耐心做好解释，树立vvtv服务好，讲诚信的形象。

3、收银员做好登记工作，每位凭卡来消费的客人，都要记录姓名、生日、号码三要素，届时店内将用短信进行跟踪、回访。

4、每名发型师可持有本店此次消费卡20张，发给活动期间你认为有发展潜力的客户，一方面可以树立良好的客房关系，另一方面可以发展体验或营销，让顾客带动顾客。

5、如果短时间内出现客人井喷现象，将实行预约制。

一、店内悬挂气球、彩旗，营造温馨气氛，员工时刻保持笑容，店内单曲循环播放（感恩的心）

二、进门处设置海报，详细阐述此次活动的内容和消费注意事项

三、彻底清理店内卫生，物品摆放井然有序，卫生间要随时有专人打扫，保持时刻清洁卫生，并适当张贴一些标语和头发保养护理知识。注重管理的细节的人对卫生间的要求都是很高的

四、设置一处积分礼品兑换处，礼品要新颖独特，有眼球冲击力，一看就想有占有\*的礼品。礼品按照积分等级进行摆放，让顾客能为积分的礼品而冲刺！

五、店内标语内容：

经济虽然危机，美丽不能出现危机。

店里所有项目和产品都可以打折，唯有对您的美丽我们从不打折。

我一直在这里，等待您的到来。

愿以后的日子里，都有我们vvtv陪伴。

告诉朋友，如果我不在vvtv，就在去vvtv的路上。

走进vvtv，感受头发与美的全新定义。

是的，我很贪婪，永远不会满足，因为我始终觉得您还可以更美丽

有谁可以告诉我，头发是干吗的？

诚实守信、平价消费、技术过硬、服务周到，是vvtv的经营宗旨。

**理发店元旦活动方案海报篇五**

喜迎元旦，好礼大派送

20xx年12月28日—20xx年1月5日

1、利用节日促销，提升美发店年末业绩；

2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，巩固顾客忠诚度；

3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

一、冬季项目促销

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

二、100元大变样

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出100元大变样的促销活动，帮你打造一个20xx年最时尚的发型；该100元大变样项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

三、0元义剪

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

四、附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

活动注意事项：

（1）信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

（2）活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作；同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

**理发店元旦活动方案海报篇六**

缤纷元旦，五大惊喜大放送

1.1-1.3

活动背景：

今年为取消元旦长假后的首个元旦节，三天的元旦假期在一定程度上对消费者的消费热情造成影响，同时去年开始的物价上涨加大了美发店铺的经营成本。

惊喜一：每天前5名，低至5折发廊活动方案

想烫就烫，活动期间每天前5名顾客消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满168元(或充值200元)送51元的现金券;

一次性消费满480元(或充值500元)元送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元(或充值200元)，加51元可购买原价88元的产品，即省37元;购买88元以上其它美容/美发产品可以优惠37元，具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精\*

1、美容超值体验套餐：原价519元，体验价258元(每人限体验一次)

皇室spa松筋驻颜术(188元)+中医经络祛黑眼圈(158元)+全息身体理疗(148-188元)=258元

2、xx烫368元+xx染286元+xx护理168元+水木年华高效润发58元，原价880元，活动优惠价580元

惊喜五：“新的选择，特惠放送”

尚艺式皇式洗护88元，活动期间尝新体验价48元

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会;

2、具体xx烫及原价多少请根据本店实际情况设定;

3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

1、惊喜二用消费满额送现金券刺激顾客高消费或充值，同时送现金券可以吸引顾客两个月内回头消费;

2、51元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日;

3、150元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日。

4、消费满168或480均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受150元面值的现金券时，可以送三张面值51元的现金券代替150元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满168元或充值满200元可送51元的现金券，消费满480元或充值500元送150元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

1、惊喜三用加51元的可以购买88元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售;

2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价88元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“xx元”的\*贴，顾客买单满80元时接待人员提醒顾客可以加51元购买88元的产品;

3、如果顾客想购买88元以上的产品可以灵活变通原产品原价基础上给予优惠37元(88-51=37)，可以提供更多的高于88元的产品供顾客挑选，同样产品上贴“xx元”的\*贴。

例如：洁容卸妆洁面乳二合一

洁面乳118元，消费满80元再加81元即可购买;

玫瑰纯露原168元，消费满80元再加131元即可购买;

家居阳光乳178元，消费满80元再加141元即可购买;

惊喜四解释说明：

1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额。

2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐。

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行。

4、套餐的设定以2-3个为适宜，套餐的设置以“夏天养护/夏天美”套餐为概念。

惊喜五解释说明：

1、“‘新的选择，特惠放送”主要推广本店近段推出的新项目，可以设置1-3个新项目;

2、以“xxx(项目)多少元体验价多少元”的宣传设置，具体项目及价格自行设定。

备注：

针对以上五大惊喜,各店可根据本店经营方面的实际选择2大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜xx：清爽一夏，超值发型设计卡100元/5次

5次发型设计200元，超值发型设计卡100元5次洗剪吹，省100元

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费;

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整;

3、发型设计卡10月前使用有效。

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