# 最新美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案(16篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-10-19

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇一**

五一，让您的美丽充分展示

4月30日—5月6日

1、利用五一黄金周活动吸引周边更多的消费者走进美容院，提升店内人气，最终达到促成消费的目的;

2、扩大目标消费群体，推广美容院新产品和好项目，从而整体提高美容院销售业绩;

3、适当的引导顾客向消费附加值高的项目，提升美容院的客单价;

4、唤醒老客户的消费欲望，冲刺年中业绩，提升美容院品牌形象;

惊喜一：惊喜天天有

从五月一日开始，每天都有新折扣，全场产品五月一日5.1折，五月二日5.2折，折扣依次类推一直到活动结束;

惊喜二：低碳环保护肤

只要拿出美容院旧的产品盒到店就可以获得52元项目抵用券(限满100使用)，可以享受店内专业的美容师娴熟的手法，摆脱工作的压力，生活的烦恼，回归自然纯真的好时光。

1、提前宣传，并利用各种网络媒体进行造势;

2、活动的优惠项目一定要制定好适用的规则，在保证美容院盈利的基础上去推广产品、项目、服务，达到薄利多销的目的;

3、保证活动当天的人员安排合理，每一个环节都能紧密的衔接，保证客户的进店体验的满意度;

4、适量的准备休息区，活动当天人可能比较多，会存在等待的情况，店内人员一定要学会调节顾客的情绪，保证顾客保持消费热情;

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇二**

五一，让您的美丽充分展示

4月30日—5月6日

1、利用五一黄金周活动吸引周边更多的消费者走进美容院，提升店内人气，最终达到促成消费的目的;

2、扩大目标消费群体，推广美容院新产品和好项目，从而整体提高美容院销售业绩;

3、适当的引导顾客向消费附加值高的项目，提升美容院的客单价;

4、唤醒老客户的消费欲望，冲刺年中业绩，提升美容院品牌形象;

惊喜一：惊喜天天有

从五月一日开始，每天都有新折扣，全场产品五月一日5.1折，五月二日5.2折，折扣依次类推一直到活动结束;

惊喜二：低碳环保护肤

只要拿出美容院旧的产品盒到店就可以获得52元项目抵用券(限满100使用)，可以享受店内专业的美容师娴熟的手法，摆脱工作的压力，生活的烦恼，回归自然纯真的好时光。

1、提前宣传，并利用各种网络媒体进行造势;

2、活动的优惠项目一定要制定好适用的规则，在保证美容院盈利的基础上去推广产品、项目、服务，达到薄利多销的目的;

3、保证活动当天的人员安排合理，每一个环节都能紧密的衔接，保证客户的进店体验的满意度;

4、适量的准备休息区，活动当天人可能比较多，会存在等待的情况，店内人员一定要学会调节顾客的情绪，保证顾客保持消费热情;

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇三**

１、推广新服务项目

２、提升销量

３、提升美容院外在形象。

共同迎接新的一天

一、新服务项目

针对本院服务范围白领人士居多，全新推出白领丽人美容服务项目。

１、丽人月套餐活动一:

价 格500

赠送护理 1、划卡消费8折；2、送4次经典护理或200元护肤品。

后期优惠 1、续卡送积分58分；2、送亲情卡一张（价值200元）。

２、丽人月套餐活动二:

价 格 1500元

赠送护理 1、划卡消费7折；2、送7次经典护理或360元护肤品。

后期优惠 1、续卡送积分100分；2、送亲情卡一张（价值380元）。

3、丽人vip套餐活动：

价 格 3880元年卡（限时卡）

赠送护理： 1、全年面部、肩、颈部经典护理；2、全年身体护理包括：舒筋活络、背部刮痧排毒、健胸、肾保养、卵巢保养、纤体等；3、自选计50次，限一年内使用。

后期优惠 1、赠送精油全身10次（价值1500元）；

2、赠手、足护理20次（价值800元）；

3、赠送牛奶香体贵妃浴20次（价值1000元）；

4、全年光波浴；

5、送亲情卡一张（价值380元）。

二、美容院形象促销

组织美容院在市区大型广场中统一进行护肤品促销活动，同时进行免费皮肤咨询以及优惠售护肤品和月卡、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容院的形象力，迅速销售护肤品。

(略)

事前准备：

1、店内：护肤品展示台、小汽球、促销方案张贴、美容卡、吊旗和客户档案卡。

2、店外的布置（横幅、大汽球、展示牌、易拉宝）

3、促销方案、优惠政策

4、护肤品的培训：由组长负责培训

5、人员的搭配：安排好收银、库管、发货

6、邀请函派发：编号、定区域、定人、定量（可适当奖励）

7、心态调整：美容院召开活动前会议，提要求，熟悉整个会议流程

事中工作：

１、怎么安排（参加人员的分工）

2、美容师要求（参照美容院管理规定）

3、要求：各尽职责,服从安排，责任到人

4、进入状态,人员的配合

事后工作：

总结活动情况，表扬先进个人

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇四**

“缤纷五一，五大惊喜大放送”

4月26日-5月8日

1、利用五一期间活动吸引更多的新消费者进店消费，从而扩大消费者群，提高店铺的整体营业额；

2、同时通过一系列的促销活动适当引导消费者向高附加值的项目消费或多项目消费，提高客单价及利润；

3、让消费者产生好感，提升品牌形象。

惊喜一：每天前5名，低至5。1折

想烫就烫，活动期间每天前5名消费者消费原价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，美丽更精彩

2、xx烫280元+xx染280元+xx护理65元原价625元，活动优惠价420元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引消费者入店，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消费者进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，消费者入店后，只需告知消费者有此项活动，可以向消费者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消费者高消费或充值，同时送现金券可以吸引消费者两个月内回头消费；

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均指消费者结帐时的金额，送券时如消费者不能接受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。消费者进店消费时接员工及时提醒消费者消费满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，感激消费者消费或充值满相应的额度，引导消费者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元产品的优惠吸引消费者，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”的爆炸贴，消费者买单满80元时接待人员提醒消费者可以加51元购买88元的产品；

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消费者，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。

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，吸引消费者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。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整！

1、短信通知：短信提示在活动前4到2天发送

a。短信内容(发本店会员用)：“缤纷五一，尚艺xx店五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，详情请电8000008或亲临本店”

b。短信内容(发外部消费者用)：“缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构xx路xx店8000008”

注：发外部消费者可通过购买信息公司的移动/联通的用户平台发短信广告。

2、户外派单：(详看附件)

a。派发时间：活动开始前3天开始

b。派发地点：分店周边范围1000米以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c。派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；

d。派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果消费者有兴趣了解的话跟消费者简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3、dm单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围5公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。(注：店铺消费者资源有限，尚需吸引更多消费者的分店可选择dm单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭/报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作)

1、门口：

1)、海报/x展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“x展架”或悬挂/张贴活动内容海报；(详看附件)

2)、横幅：门口拉“缤纷五一，五大惊喜大放送，低至5。1折，满168送51”内容的条幅(条幅建议用灯箱布材料)；

a、布条幅的设计效果：

b、灯箱布条幅的设计效果：

2、店内：

1)、海报/x展架：前台收银旁放置活动内容“x展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；(详看附件)

2)、活动产品/项目：前台显眼位置放88元左右的产品，产品上贴“88元”或是涂上“xxx元”爆炸贴标签。

1、店长亲自主抓培训，向员工传达本次活动以“五大惊喜来吸引消费者关注”、再重点向消费者主推本店的某一项“惊喜内容”的思想，务必让每一个员工都清楚了解活动的相关内容；

2、加强员工活动推销观念，重点以五一五大惊喜优惠来吸引消费者，并适当向其主推五大惊喜当中的重点主推活动内容；

3、店长根据pop海报内容与员工分析各项惊喜的操作方法，并指导员工如何针对活动对消费者进行相关的活动内容告知说明；

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话述培训；

5、店长活动前两天挑选好参与活动的外卖产品，并提炼产品的卖点，特别是着点突出消费者夏日需要那方面的保养、养护等方面来提炼产品卖点，做好外卖产品推销的培训；

6、店长活动前一天定好五一活动期间的营业目标，把目标分解到个人，同时分解好店的每天总目标，每天晚会/晨会上主管或店长对当天/前一天的促销活动情况进行

总结分析，指出不足之处这，对完成好的适当的表杨，差的批评；

1、dm宣传单页(详看附件)印刷制作费用：5000张=>1000元

2、现金券印刷费用：=>150元

3、dm宣传单页夹报派发费用：xx=>300元(全部自已员工派发可省此笔费用)

4、促销海报、爆炸花、x展架、横幅等制作费用：=>200元

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇五**

１、推广新服务项目

２、提高销量

３、提高美容院外在形象。

共同迎接新的一天

针对本院服务范围白领人士居多，全新推出白领丽人美容服务项目。

１、丽人月套餐一：价 格500

赠送护理：a、划卡消费8折；b、送4次经典护理或200元产品。

后期优惠：a、续卡送积分58分；b、送亲情卡一张（价值200元）。

２、丽人月套餐二：价 格 1500元

赠送护理：a、划卡消费7折；b、送7次经典护理或360元产品。

后期优惠：a、续卡送积分100分；b、送亲情卡一张（价值380元）。

3、丽人vip套餐：价 格 3880元年卡（限时卡）

赠送护理： a、全年面部、肩、颈部经典护理；b、全年身体护理包括：舒筋活络、背部刮痧排毒、健胸、肾保养、卵巢保养、纤体等；c、自选计50次，限一年内使用。

后期优惠：a、赠送精油全身10次（价值1500元）；b、赠手、足护理20次（价值800元）；c、赠送牛奶香体贵妃浴20次（价值1000元）；d、全年光波浴；e、送亲情卡一张（价值380元）。

组织美容院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容院的形象力，迅速销售产品。

活动预算

活动执行

事前准备：

1、店内：产品展示台、小汽球、促销方案张贴、美容卡、吊旗和客户档案卡。

2、店外的布置（横幅、大汽球、展示牌、易拉宝）

3、促销方案、优惠政策

4、产品的培训：由组长负责培训

5、人员的搭配：安排好收银、库管、发货

6、邀请函派发：编号、定区域、定人、定量（可适当奖励）

7、心态调整：美容院召开活动前会议，提要求，熟悉整个会议流程

活动过程：

１、怎么安排（参加人员的分工）

2、美容师要求（参照美容院管理规定）

3、要求：各尽职责,服从安排，责任到人

4、进入状态,人员的配合

事后工作：

总结活动情况，表扬先进个人

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇六**

随着市场经济的发展，目前美容行业日趋成熟，品牌、公司（美容院）、服务等竞争目前日趋白热化，为提升美容院店内外的知名度及在当地的影响力，我为美容院制订了一系列的让利大优惠及促销活动。

（一）一、二月份：

因为一、二月份是中国传统节日最多的时候，大多数顾客都会有长达七天的长假，所以，也是美容院搞促销的第一时机。

参考一：一般的中国传统的春节都是在这两个月，所以我们可在春节期间给予凡到美容院消费的顾客8%的返点作为春节红包，即顾客消费100元马上送出8元钱的红包。这样，不仅迎合了春节的气氛，也让顾客感觉到了实惠。

参考二：二月十四日是西方传统的情人节，我们就在这个月推出“情人卡”，用作男士送给女朋友之用，此外，也可以推出一系列的情侣勺餐，即女顾客在美容院消费满xx元，可免费让其男朋友享受一次男士美容疗程，或在情人节当天开月卡以上的送出情人礼物一份。

（二）三月份：

三月份是学雷锋活动月，我们只要把握时机，可在这个月为附近住宅多做好事，迅速树立美容院的良好形象，并吸引人们的注意力。

参考一：可在三月份的其中一天以学雷锋为名，组织美容院的全体人员为附近的住宅区免费打扫街道一次，这样美容院的美誉度和知名度必然快速树立。

参考二：定在三月份的其中一天为顾客免费做美容一次，不收任何费用，当作是美容院的一次宣传。

（三）四月份：

参考一：由于四月份没有任何特别适合促销的节日，我们可举办“做美容，献爱心，人美心更美”促销活动，顾客本月内凡到美容院办月卡打九折、季卡打八五折、半年卡打七五折及年卡打七折等优惠；除此之外，包卡所送出的免费治疗疗程超过20次；而且当消费累积1000元（包括单次或开卡），该美容院将立即赠送顾客至尊金卡一张，凭此卡在美容院内消费，在限期内都能享有六五折优惠；另外，把累积消

费金额的10%将捐赠希望工程、儿童基金或残疾人基金会等\*\*捐输机构。不但充分阐释了“做美容，献爱心，人美心更美”的丰富内涵，而且更能通过人群或宣传的效应得到知名度提升的效果。

参考二：四月份结束将会迎接“五一”黄金周，这是顾客消费旺季，因此我们更应及早宣传，姗姗来迟。针对“五一”旅游周，我们可举办“五一放心游，我院帮你手”、“五一假期，送您惊喜”等促销活动，在美容院开季卡、半年卡及全年卡都可送出全年意外保险一份，保金分别为10、20、30万元。

（四）五月份： 参考一：五月份的第三个星期（天）是母亲节，我们就开展一个“让您做一个精心的漂亮妈妈”活动，活动形式多种多样，包括：

1、包卡优惠：在母亲节期间，月卡280元送美白洁面乳一支，季卡680元送洁面乳、水份霜各一支等等配赠；

2、捆绑式销售：即顾客购卖满一定金额加xx元就可得到一款特价产品，或加xx元可任意选择2—3款产品；

3、互动式：由于五月结束即是“六一”儿童节，我们对凡消费满1200元—1500元产品的顾客立即送出一摄影楼儿童艺术照；

4、此外，我们还可以在母亲节当天或一星期内在美容院消费到多少金额，送出一款特价产品，或在这个月末到美容院做美容的获得儿童节礼物一份。

（五）六月份：

参考一：六月一日是儿童节，我们可联合美容院附近的高尚住宅举办“亲子回游”等大型游园活动，活动现场悬挂美容院挂画及产品宣传画，凡到场小朋友如有母亲陪同即可获得小礼品一份，母亲则可获得美容院优惠券xx元。活动经费大概不到1000元，但通过现场的宣传可直接戴动美容院的美誉度，并能大大提高新客源的增长率；

参考二：六月份的第二个星期（天）是父亲节，我们就尝试开发男性市场，人们通常认为做美容是女性的事情，而男性可获得免费美容一次（只针对开季卡以上顾客），当天开卡者除男士可享受免费美容之外，更可获得男士神秘礼物一份，目的让男士亲自感受美容，也是对他们的一分关爱。

参考三：六月份是高校应届毕业升在校的最后一个月，她们将要面临找工作就业的巨大压力。“以貌惊人”已经成为很多用人公司的标准，这也是一个不争的事实，怎样在巨大的就业压力形势下舍高自己的竞争力呢？就以上的市场需要，美容院可针对该期间大做文章，对携戴学升证或毕业证的学升，美容院消费一律享有八折优惠，或开卡可获x折优惠等等，同时也可以针对客户消费群举办讲座或就业研讨会，激励她们树立正确的人升观及价值观，甚至赞助举办“形象设计大赛”等篮倨的活动，同时，也可以邀请电视台或媒体做宣传，壮粗窭容院声势。

其实该类活动属长线投资，我们都知道学升是具有一定文化素质，属于中高档的消费群体，把她们培养成为美容院的长期客户，对美容院日后的发展能起到不可忽视的作用，同时校园也是最容易传递信息的地方，一石必然激起千层浪，通过对传递者的特别优惠，对吸引无数的新客源，对于品牌和美容院的形象树立必然事半功倍。

（六）七、八月份：

参考一：“水做的女人，柔嫩你一升的情怀”，而且，七、八月是一年中最热的月份，女人在这两个月更离不开“水”，我们就以“水”来做文章，举办一个“水上欢乐游园大比拼”的活动，联系美容院附近的水上乐园或游泳池举办，通过一系列轻松、活泼的水上游戏和节目，让美容院的新老顾客在欢乐的笑声中度过炎炎夏日，同时也可以通过在活动现场的气氛调动和宣传达到扩粗窭容院美誉度和营业额的目的。

参考二：子女永远是母亲最关心的人，“望子成龙、望女成凤”更为所有母亲的愿望，而七、八月份正是子女的一年一度暑假，越来越多的母亲会在这个假期为子女选择一些兴趣班就读，我们就可以根据这样的趋势联合一些有这样课程的教育机构进行合作，在这个月内凡到美容院消费满1000元或办年卡以上的顾客，送出价值288元的子女兴趣班教育课程，另外，家庭女性在送子女到兴趣班学习后，在子女下课前往往有一段比较空闲的时间，我们可对凡参加兴趣班的小朋友家长凭收据或入学证到美容院消费可获得八折优惠。（兴趣班附近的美容院尤佳）

备注：如果我们能设计一个不属于自己的教育培训课程那效果更佳，因为现在兴趣班太泛滥，令很多家长无从选择，所以我们能搞一个前所未有的兴趣班，那必然可吸引众多顾客的注意。如果没有这方面条件则要选择声誉比较好的机构进行合作，否则会出现负面效果。

参考三：在中国人传统观念中，“八一”是一个比较吉利的数字，那么我们就在八月份迎合顾客的这种心态，举行“八（发）上加八（发）”的活动，即在八月份中凡遇到八的字眼，到我们美容院消费就打八折，例如：在8号、18号、28号这三天及每天的8点、18点到美容院消费打八折，总之在这个月中，凡顾客到美容院消费，只要能说出在消费的时间里与8有关的字眼我们都给她打八折。

（七）九、十月份：

这两个月的节日是比较多的，所以这两个月是我们进行促销的黄金时期。

参考一：9月10日是一年一度的“教师节”，所以我们在这个月内凡凭教师证到美容院消费的可获八折优惠，和教师一同到店消费的顾客可获九折优惠，甚至可以为其送出免费美容一次，这样可以让人感受到美容院“尊师重教”的文化氛围，提高美容院的知名度和美誉度。

参考二：10月1日是伟大祖国成立53周年的大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期稼键月卡打9折，包季卡8。5折，并送4次治疗，包半年卡7。5折，并送8次治疗，包

年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购卖产品全年打6。5折。

参考三：在九月、十月份我们还有一个传统节日—————“中秋节”这又会是一个送礼的黄金时期，这时，我们美容院要以此为契机，推出一系列的年卡和季卡，并取几个好听的名字。如：牡丹卡（针对送给教师和长辈）、姐妹卡（针对送给同辈的亲朋好友）、钻石卡（送给上司或上司的爱人）等等，同时注明每张卡的用途，例如：凭钻石卡可享受全年免费美容，购卖产品x折优惠（其作用与年卡大同小异，只是换一种说法）。同时也可让厂家在此期间推出一系列的礼品装（客装），专门用作送礼之用。

备注：现在人际关系越来越微妙，处理好各种关系已经成为人们最为关心的事情，而在节日送礼被认为是最有效的公关手段，所以人们在送礼方面的投入上越来越多的，故此，我们美容院迎合顾客这样的消费潮流，从送礼方面做文章，必然使营业额节节上长。

参考四：与月饼经销商举行互动式的销售方法，在这个月在美容院消费满200元送月饼一盒，购卖月饼送美容院的优惠卡或在中秋节过后大抽奖，奖品为美容院的至尊金卡或月卡不等。

（八）十一月、十二月：

参考一：十一、十二月为一年最后两个月，我们就举行一个“送你x年的最后大行动”。

1、包卡优惠：在这两个月中，办月卡280元送美白洁面乳一支，季卡680元送美白洁面乳、水份霜等等。

2、捆绑式销售：即顾客购卖满一定金额加xx元就可得到一款特价产品，或加xx元可任意选择2—3款产品。

参考二：十一、十二月是结婚的旺季，我们可为准新娘设计一个特护的疗程，让其快乐地度过人升最美好的一天，此外，还可以与婚纱影楼举行互动式的销售，即到美容院消费送婚纱影楼礼券等。

本在策划的新颖、宣传的力度、销售等三方面都考虑较为完善，广告投入的安排也较为合理，只要认可此，保证费用预算，加上各方面密切配合、精心组织并用好新闻手段，活动必能产升强烈的反响，大大提高美容院的知名度，吸引众多新的客源，直接提升美容院的营业额和利润。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇七**

一、活动主题

(一)主题：20xx七夕情人，真爱无限活动

(二)主题：爱我，就勇敢说出来活动

(三)主题：情意无价，爱我有奖

这些主题主要侧重于针对情人节的文化营销。七夕情人节是情侣和爱人间相聚的好日子，男士可以为自己的爱人或情人送去美丽和健康。美容院以此为主题，在促销内容的制定上，可以以一些立即可见明显效果的服务为主，如美容和美体等。

二、活动对象

1、 活动(一)针对目标对象：衣着有品味，特别是开私家车的男士及美容院顾客;

2、 活动(二)针对目标对象：活动(一)参与者及美容院会员的丈夫(或男朋友);

3、 活动三针对目标对象：活动(二)参与者及所有参加评选的女性;

四、活动内容活动

(一)：“20xx七夕情人，真爱无限”特惠活动活动期间，所有男士可在美容院购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐赠送给自己的妻子(女朋友)，以此充分表达自己的爱意，感谢妻子(女朋友)在过去的一年里对自己的支持和帮助;美容院顾客也可同时宣传(爱人共享活动优惠);美丽心意卡可享受九重特惠：

1、 任选基础护理项目十二次;

2、 任选身体护理项目四次;

3、 获赠“爱意无限”客装产品礼盒一套(特别包装)送给妻子(女朋友);

4、 获赠鲜花一束(11朵，颜色自选)和精美巧克力一盒，由专人送到指定人处;

5、 获赠名牌男士皮带一条(或名牌衬衫、钱包等);

6、 获赠男士专用洁面乳一支;

7、 赠男士肾部保养护理一次;

8、 获赠爱情誓言卡一张，参加“最佳情话评选活动，有机会获得精美奖品;

9、 当天落订可获九折优惠;注：或结婚时间在三年以上(含三年，以结婚证书为准)可再获九折优惠(折上折)

活动(二)：“爱我，就勇敢说出来”爱情誓言表达活动期间，凡购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐的男士和美容院会员的丈夫(或男朋友,注：不须购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐)均可在美容院领取爱情誓言卡一张，写下自己的动人情话，贴在美容院门口的心形板上，让大家一起来见证自己对爱人的心意，让自己的爱情永恒不变!

活动(三)：“情意无价，爱我有奖”最佳情话评选活动期间，所有的女性朋友均可领取最佳情话评选劵一张，评选出自己心目中的最佳情话表达各个奖项，所有参加评选的女性朋友均可获赠美容院送出的体验券一张(或××元代金券)，并参加抽奖活动，获取精美奖品;8月26日17：00现场揭晓评选结果，评比出“最动人情话奖”、“最有创意情话奖”、“最佳人气情话奖”、“最朴实情话奖”、“最幽默情话奖”等五个奖项，获奖者均可获赠免费西餐厅情侣套餐(或免费情侣电影套票);同时抽出参加评选的中奖者若干名(奖项及奖品由美容院自定);

五、活动宣传

1、 宣传重点时间：活动前五天

2、宣传手段：a、派单(主题：致男士的一封信，);b、悬挂横幅(活动主题);c、海报张贴或x展架展示(活动内容说明);d、夹报;e、七夕情侣广告气球宣传(心形粉色气球);

六、活动备注事项：

1、 宣传单张要有煽动力和感染力，提出了最合理的、最浪漫的、最体贴的理由，以此打动目标对象――男士;

2、 宣传话术重点：着重强调送“情侣浪漫心礼”特惠套餐是对妻子(女朋友)的一种最关爱，是爱的实际行动表现;

3、 制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、美容院店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望;如有张贴“男宾止步”的提示，活动期间须撤下;同时在店外摆入心形板时注意城管的干涉;

5、 可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力;

6、 此方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和美容院实际情况进行调整和补充

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇八**

9月10日是一年一度的“教师节”，对于即将到来的教师节，xx首先在此提前祝福天下所有老师节日快乐！这一天的到来，对于美容院来说，可以是一个做促销升业绩的好日子。为了回报教师的幸苦工作，美容院可以在这个盛大的节日里推出了“关爱教师、关心教师”的美容优惠活动。这样既可以让人感受到美容院“尊师重教”的文化氛围，又能创造美容院良好的经济效益且能提高美容院的知名度和美誉度。

温馨金秋，关爱教师

20xx年9月8日～xx年9月10日

xx美容院

教师以及教育工作人员及与其同来的顾客

以教师节作为契机，宣传本店的美容项目、美容产品、美容知识以及提高人们对美的新认识。在活动中，以尊师重道的宣传手法，使参加活动的教师能感受到美容院的全体员工对老师感恩之情，时代在前进，当今追求养生与美已是公开的事实，每个领域都存在，推出此活动，可以吸引更多辛勤在教育工作岗位上的人得到美的体验与享受；针对已有的并长期的教师顾客，在活动期间可享受特别的优惠或者较大范围的让利；而那些未曾来过的教师可凭教师证到美容院消费的可获八折优惠和教师一同到店消费的顾客可获九折优惠，甚至可以为其送出免费美容一次，这样就可以挖掘潜在顾客、留住潜在顾客等等……且能够将美容院得到宣传，还能提升店内的服务形象，以及为美容院创造更大的经济效益。

1、美容院自身的官网、微博、论坛等网络渠道上提前几天发布关于教师节的活动。

2、与美容院周边的学校进行合作，发放活动的宣传单以及以及优惠卷。

3、在美容院门口张贴海报，挂横幅等。

1、双节促销

促销是美容院常用的经销手段，教师节离中秋节很近，可以进行双节活动。首先进行短信促销，拟定好促销的短信内容，不要盲目的摘抄网上的一些教师节、中秋节的内容直接的发送给顾客，这样不会达到宣传的目的，自然也不会将顾客吸引到店中。一般有经验的美容院会选择编辑一些温馨或者搞笑的教师节祝福短信，然后在短信的内容上加上一些美容院促销的信息，让顾客能够了解到店内新的活动和新的信息，以此来达到使顾客进店消费的目的。当老师们进店消费，享受最贴心的服务后，凡是消费满多少元的可以获得礼品多少，这样不仅能够让老师在享受专业的美容护理，还能开心得到礼物。消费满多少元的顾客，就可以获得美容院提供的月饼，让老师们享受双节的快乐。

2、大礼包促销

人都有好奇心，只要能够勾引住顾客的好奇心，也就能使促销成功了一半。教师节礼品促销，可以是凡是进店消费的顾客满多少就有机会参加抽奖，而教师则有更多的抽奖的机会（比如两次、三次）；能够获得美容院的美容护理优惠卷、系列产品以及spa等礼包。而礼包在挑选时一定要有创意，不能太随意，说不定，好的礼品还能增加潜在的顾客。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇九**

促销要点：要抓住时机，结合特色节日，或联系当时气候，推出诱人的促销方案，就是顾客盼望已久得到的服务项目的超值套餐。要把握促销的科学性，就是要为顾客考虑很实惠的东西。

促销背景：“光棍节”从网络节日变成青年朋友广为流行的节日，而在网络上则演变成购物狂欢节，每逢到了“光棍节”不论是商场、饭店或者游乐场所，都会借助节日的氛围策划“光棍节”活动来招揽顾客。而如今天气逐渐变得干燥寒冷，并且入秋之后持续着干燥、炎热的天气。所以从目前美容院的消费上可以了解到，消费者在换季之后进店消费初秋时节以美白修复为主，而如今则是以滋润保养为主。因此，有些美容院借助“光棍节”这一档期进行促销活动，不仅是提高知名度，提升形象的大好时机，也是利用节日抓住商机的绝佳机会。

活动主题：光棍节，我们让你不孤单

活动时间：20xx年11月1日~11月11日

活动地点：美容院各大直营店

活动对象：所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的官方网、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠卷等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。、

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十**

活动主题：七夕一起来“约惠”吧!

活动时间：

活动方案：

1.美容院促销活动期间，凡是男士进店为自己的妻子(女朋友)购买产品项目，又或者是陪同自己的妻子(女朋友)做项目的，都可以在美容院获赠鲜花一束和精美巧克力一盒。

2.在促销活动期间，推出“七夕浪漫礼包”，所有男士都可以在美容院购买价值899元的特惠套餐“七夕浪漫礼包”赠送给自己的妻子(女朋友)，“七夕浪漫礼包”内含基础护理项目身体护理项目特别产品礼盒一套鲜花一束精美巧克力一盒(可附带贺卡，由专人送到指定处)。

3.美容院促销活动期间，凡是进店消费的顾客都可以享受8.5折的折扣。

4.仅限七夕当天，凡是进店消费的顾客，能够大声的说出对彼此的爱意，即可获赠女性私密护理一次，以及玫瑰花一束。

5.凡是情侣在情人节当天进店消费，即可获赠电影票2张。

6.美容院促销活动期间，店内会员充值可享受充值优惠，充3000送3000，充5000送50000，以此类推!

7.七夕当天到店的顾客，即赠送玫瑰花一支(送完为止)，凡是情侣进店赠送精美礼物一份。另外上午9点-晚上21点，每个小时的整点，本店将会抽取一位幸运顾客，赠送一份精美的神秘礼物。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十一**

这种促销方法通常是由美容院连锁机构推出.总店先整合出“推广套装”，通常包括洁面乳、按摩膏、面膜、爽肤水、面霜等这些美容院基本护理必需的产品，单品规格一般在100克左右，整套价格也比较便宜.然后总店向其它连锁网络派出大量营销人员，通过联系女性职工较多的公司等渠道，向没有使用过该品牌的潜在顾客宣传，包括公司及品牌简介，产品及技术服务特色，推广套装卖点，当地加盟店情况等.由于推广套装一般比日化线同类产品价格便宜，而且还能享受到专业的美容服务，这其实是一种曲线促销方式，最终目的当然是实现成功吸引顾客提升销售业绩.

点评：从宣传介绍→购买推广套装→到该品牌当地最近的加盟店享受美容服务，绝对物超所值，让人心动.但小心，别买了没有生产许可证的伪劣产品.

将品牌信息印在餐巾纸袋上进行宣传，这种方法被许多行业尤其是餐饮业普遍采用，已不算新鲜.但如果在上面印上促销活动，代替美容院常发的传统宣传卡，这就很有宣传效用了.餐巾纸袋制作简单，成本低，没有想象的那么复杂，即使中小型美容院也可以操作.据一些采用过这种促销方法的美容院透露，“餐巾纸袋”宣传的回卡率很好.

点评：女人爱贪小便宜，因为里面有餐巾纸，附加值高，一般不会看也不看就丢掉，会保留一段时间，因此增加了传递促销活动内容、产生兴趣进而促成购买行动的机会.如果因此让你产生了购买冲动，先仔细研究促销美容.

“短信”现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点.在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等.据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错.加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的内容记忆深刻.而且建议在美容院管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增添了美容院的档次.

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十二**

情意无价，爱我有奖

20xx年8月1日至8月7日

参与者及美容院会员的丈夫(或男朋友)

在20xx年8月1日至8月6(下午三点前)日期间，所有的女性朋友均可领取最佳情话评选劵一张，评选出自己心目中的最佳情话表达各个奖项，所有参加评选的女性朋友均可获赠美容院送出的体验券一张(或××元代金券)，并参加抽奖活动，获取精美奖品;

8月6日17：00现场揭晓评选结果，评比出\"最动人情话奖\"、\"最有创意情话奖\"、\"最佳人气情话奖\"、\"最朴实情话奖\"、\"最幽默情话奖\"等五个奖项，获奖者均可获赠免费西餐厅情侣套餐(或免费情侣电影套票);同时抽出参加评选的中奖者若干名(奖项及奖品由美容院自定);

1、 宣传重点时间：活动前五天

2、宣传手段：a、派单(主题：致男士的一封信，);b、悬挂横幅(活动主题);c、海报张贴或x展架展示(活动内容说明);d、夹报;e、美容院女性会员宣传，要求带给其丈夫或男朋友;f、其它;

1、 宣传单张要有煽动力和感染力，提出了最合理的、最浪漫的、最体贴的理由，以此打动目标对象――男士;

2、 宣传话术重点：着重强调送\"情侣浪漫心礼\"特惠套餐是对妻子(女朋友)的一种最关爱，是爱的实际行动表现;

3、 制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、美容院店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望;如有张贴\"男宾止步\"的提示，活动期间须撤下;同时在店外摆入心形板时注意城管的干涉;

5、 可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力;

6、 此方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和美容院实际情况进行调整和补充。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十三**

七夕相遇，让美丽与浪漫同在!

在浪漫的七夕佳节，女朋友肯定都希望美美地去约会，所以可能会去做个美容。男朋友通常会送礼物给自己的女朋友，而化妆品、护肤品就是很好的选择。美容院可以借此机会大力推销自己的美容项目和美容产品。总而言之，此次活动的目的就是要提升美容院的知名度和经营业绩。

8月25日—8月31日

1、凡是有男士进店给自己的伴侣购买美容产品，或者陪伴侣来美容院做美容的，都可以在店内免费领取情人节特别礼物(玫瑰花、爱情明信片、巧克力、电影票等)。

2、凡在活动期间，单个人进美容院消费的，均可享受八折优惠，会员折上折，满1000元，赠送七夕礼品。

3、七夕当天，在美容院门口举办情侣互动游戏，比如kiss计时、连连跑等等，游戏获胜者可以获得奖品。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十四**

七天的国庆节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，美容美发店国庆节活动策划宣传方案。 3、假如顾客想购买 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”的爆炸贴。

：“ 缤纷国庆节，五大惊喜大放送”

： 9 月 26 日 － 10 月 8 日

1 、利用国庆节期间活动吸引更多的新顾客进店消费，从而扩大顾客群，提高店铺的整体营业额；

2 、同时通过一系列的促销活动适当引导顾客向高附加值的项目消费或多项目消费，提高客单价及利润；

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

惊喜一：天天前 5 名，低至 5.1 折

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，详细参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，漂亮更出色

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

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，规划方案《美容美发店国庆节活动策划宣传方案》。

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。

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。

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”的爆炸贴，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；

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；

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 个为相宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

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。

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

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。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十五**

4月30日—5月8日

五月份是一个黄金周，在全月里有几个重大节日如：五一国际劳动节、五四青年节、母亲节、六一儿童节等。为了更好地促进销售，提高客单价，并且产生较有影响力的社会效应，进一步提升汇佳的企业形象。

庆五一，享方便实惠，赢精彩大奖

五一逛xxxx，购物中大奖；低价降到底，好运转不停。

dm4月30日———5月4日，户外宣传广告喷绘介绍促销活动，车身条幅，大门条幅，店内pop，广播宣传。

大门口条幅，夏季吊旗，特价区吊牌12块，上下电梯3块宣传指示牌，平步梯广告帖纸，中空巨幅两条，

五一黄金周，低价降到底，推出一期dm海报4月30日至5月4日，单品分类，生鲜25，食品50，非食品40，专柜30，老店25

五一逛xxxxxx，购物中大奖

低价降到底，好运转不停

5月1日第二届“劳动颂歌”青年卡拉ok竞赛决赛，大浪淘沙显高明，群星荟萃看今朝。

5月4日“青春风采，活力无限”青年节精彩文艺演出

5月5日“五一逛xxxxxx，购物中大奖”抽奖晚会，精彩演出（内部员工）

“六一儿童才艺秀”报名正式启动，4月25日至5月10日报名，5月13日第一场预赛

5月8日母亲节，母亲购物有礼。凡于5月8日来我商场购物的已婚女性顾客，一次性购物满50元以上，凭电脑小票送礼品一份。每人每票限送一份，礼品数量有限送完即止。

**美容活动策划方案怎么做 美容营销策划方案篇十六**

一：美容院根本的促销手段，也成为主要的促销方式之一，如：月卡、季卡、年卡;如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

做用：稳定住忠诚老顾客

运用方法

：

在顾客护理期间，为顾客办理此卡比每单次消费的费用低；办理年卡比办理月卡总和消费要低；购置产品享受优惠及折扣，享受院内各种优惠工程。

场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、女子升活会馆。

二：

折扣促销

做用：吸引注意刺激购置欲而且具有即时的效果。

运用方法：据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，带动其它商品的销售；或某一新工程推出时，尝试后享受折扣。

特别提示：院内持久经营工程和根底保障工程，尽量不要打折；开发工程或配套产品，可以适当的打折扣以促进消费。

场合对接：适用于任何类型院家

三：免费试做促销

做用：吸引新的顾客群体，或推出新工程，先感受再消费

运用方法：为有需求的群体在即定的时间集中免费试用，先体验效果再培养成为主顾客〔一般四次左右〕。然后再做好客户跟踪，

回访，再试做，再沟通。

场合对接：适用于小型、中型院家

四：消费积分赠品促销

做用：回馈老顾客

老顾客在消费到达一定的金额后赠送一些礼品，促进顾客继续消费，带给顾客一种心伶上的慰寄。

运用方法：先设定一定积分，到达一定额度返一定的积分〔50，80，100——30积分等〕，然后兑换产品、礼物、工程，疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

特别提示：其额度不需太高〔年终归零〕

场合对接：任何类型的院家均可

五：次数促销〔消费后的附带促销〕

做用：稳定住即将成为老顾客的人篮〔让顾客感受到美容院更多的优惠〕

运用方法：在第几次护理后可免费进行一次指定的工程或疗程，第几次做护理后又是免费，假设干次为一个促销段，以此来设定。

场合对接：适用于中、小型院家。

六：活动促销

做用：短期内使销售量激增。利用各种节假日，院家可

运用方法：利用各种节日请一些专家、名人通过某些活动工程进行此类大型的促销活动。其中包括：动联谊促销、专家促销、名人促销、旅游促销。

场合对接：适合规模较大的大中型美容院或会所等。

七：

有奖促销

做用：鼓励消费的手段〔在顾客购置了某一款产品或某些价位的产品后〕

运用方法：赠送一些小礼品如：小饰物，小礼品，眉笔、丝巾、工艺品等；或在店内设定某一时段的摸奖活动〔据消费后的金额〕

场合对接：各种院家都适用。

八：派单促销

做用：吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度

运用方法：将有美容院形象的宣传单，体验单在美容院附近派单、美容商圈内定点派单、送到商圈住宅的顾客信箱内等

特别提示：在派单上可印制院内免费试做的工程，激发顾客的消费尝试欲望，促使顾客登门进行更多的咨询和效劳需求。

场合对接：小、中型美容院，大型院家开业

九：人情促销

做用：打动消费者，建立长期稳定的顾客群体。

运用方法：如：联谊会，周年酒会、问候促销（利用电脑或

在各大节日送去问候）、顾客档案节日问候（顾客升日、婚庆日）等促销活动，让顾客感到关心，拉近距离。

场合对接：据院内经营的实际情况来选择

十：会员促销（vip会员制〕

做用：以俱乐部的形式吸引、培育忠诚的消费群体，逐步建立顾客数据库，从而带来长期、稳定收益

运用方法：会员制有两种形式：一种是销售会员卡，交假设干会费后即可成为长期会员，全面的享受各种会员优惠和效劳;另一种是赠送会员卡，顾客在一定期限内消费到达一定金额后，即可被赠于会员卡，获得会员资格。

场合对接：大中型品牌连锁加盟店、美容升活馆、概念店或旗舰店〔具备一定经营实力与规模〕

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