# 发廊促销活动方案

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-10-13

*发廊促销活动方案为了确保事情或工作有效开展，就常常需要事先准备方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？以下是小编整理的发廊促销活动方案，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。发廊促销活动方案1美容美发店想要做一...*

发廊促销活动方案

为了确保事情或工作有效开展，就常常需要事先准备方案，方案是在案前得出的方法计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？以下是小编整理的发廊促销活动方案，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

发廊促销活动方案1

美容美发店想要做一次完美的促销活动，需要考虑到以下几点因索，针对各点逐一计划完成，才是一次慎密周详且预测效果十足的促销活动。

促销之前一定要先确定此次活动的目标，然后才能依目标进行管理，并将目标细分交由各部门人员去实现。比如，在促销之前可先确定此次目标为“产品销售5万”或“业绩提升20%”或“店铺知名度提升15%”，诸如此类等等。

有了目标后，针对此次目标的方向以及依据店铺经营定位，锁定促销对象。美容院一般的目标对象群体为25—45岁女性。但是在锁定对象时，也要考虑所锁定的对象是否具有消费能力或影响有购买力人士的`能力。

促销时间的掌握，也是此前必须考虑的因素，这些促销时间的考虑，通常有：特殊节日比如元旦、春节、三八妇女节、母亲节以及周年庆或适应经营之需要的特定时间。在促销活动上，住往是一档接一档，因此时间的选择往往是大节大庆搭配大型促销活动、平常日则以“促销主题”来活跃活动内容，增加销售。

任何—项活动，都不要忘了事前一定要做预估工作，先行预估每个阶段的效果，对店内员工宣布，并实行实质奖励。让员工同此一心，为达此目标而努力。同时在事后针对预估、实际等相关数值及各种缘由加以探讨，并评估此次活动成败关键，为下次活动积累经验。

发廊促销活动方案2

“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:每天前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,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

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.

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