# 2024年美容院开业活动怎么做吸引人(三篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-09-02

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。美容院开业...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**美容院开业活动怎么做吸引人篇一**

二、开业活动形式、目的：

美容院门前进行锣鼓表演，歌舞表演与服务咨询、产品有奖销售、美容院经营项目推广相结合，提升美容院整体形象及知名度，吸引新客源，稳定老客户，增加营业额。

三、活动主题：开业庆典大酬宾，歌舞表演秀。

四、奖励办法：消费满100元送50元，抽奖、小礼品赠送、现场提问小奖品。

1、消费满100元送50元代金券，开业事务繁多，这样的方法操作简单，给顾客的实惠明确。

2、如果不考虑100送50的方案，也可针对性制定。如：消费满100，送包月美容。满200元，送价值100元的产品等。

3、赠送力度分析，对于产品，100元有50元利润，赠送的50元如果购买产品，依然有25元利润，100元实际赠送25元，约等于产品打七折，如果是顾客用代金券消费服务，则利润空间还要大。

4、代金券设计：赠送券分美容代金券和美发代金券，面值分50、30、10元不等。代金券不记名，不挂失，盖章有效，只能单人消费，消费不累积，比如50元券，如果消费40元，不找零，如果消费50元以上服务或产品，则需要另加钱。

赠送技巧：先送（多送）大面值券，后送（少送）小面值券。

比如：顾客买800元产品，赠送400元，则送50元7张，30元1张，10元2张。

这样50元的券，很难有适合价位的消费，顾客不是舍去一部分，就是需要多加钱消费，有利于美容院。

5、小礼品赠送：开业酬宾期间，每位消费顾客均赠送一份精美小礼品，3~10元即可，如梳子、小化妆镜、便携化装包、香皂、牙膏、洗发水、沐浴露、雨伞、小饰品均可考虑。但不能买劣质产品，以品牌知名度高的产品为佳。如力士香皂、高露洁牙膏等。

6、现场提问小奖品，同赠送小礼品。

7、抽奖：开业酬宾期间，每位消费顾客均可参加抽奖。

（1）设1等奖1名，奖价值568元祛皱补水套1套。

（2）设2等奖2名，奖价值280元的眼部护理套1套。

（3）设3等奖3名，奖价值100元左右的美发项目

（4）纪念奖若干，比例可考虑为20%左右，奖品同赠送的精美小礼品。

（5）抽奖办法：可按名片设计，把名片一裁4份，每份可印“欢迎光临”、“联系电话”等，手写中奖卡片。一盒名片可裁400张，将卡片全部放如抽奖箱即可。

（6）抽奖技巧：纪念奖可按比例全部投入抽奖箱，比如400张卡片，20%中奖率，则将其中的80张填写为纪念奖放入抽奖箱。大奖卡片不要首先投入，可先将三等奖投入，根据情况逐步投入

一、二等奖。

（7）如果不设大奖，则可考虑全部为纪念奖。

五、告知形式：派单、电话通知老客户

1、提前3~5天派单，直至活动当日现场。

2、提前3天电话通知老客户。

六、锣鼓队、舞蹈表演选手、歌手的确定

1、提前联系锣鼓队。

2、舞蹈表演选手的确定：可考虑邀请职业舞蹈学校专业的演员表演健美操、韵律操、迪斯科等节奏欢快的舞曲。4~6名为好。

3、歌手的确定，可考虑聘请乐队，乐队自带歌手1~2名。

4、主持人确定，可由舞蹈演员或乐队人员担任。

5、美容院员工表演小节目准备（1~2个，手操，合唱等）

七、门前场地确定，与有关部门协商，避免活动期间干涉。（一周前）

八、宣传品准备

1、门前布置彩色气球拱门

2、美容院条幅：女子生活馆开业大酬宾“满100送50”

3、宣传单准备：500~1000

4、经理名片准备

5、代金券准备

6、活动期间消费、奖励、客户资料登记

7、产品海报、产品手册、价格表等。

九、器材准备：音响、话筒、背景音乐cd或磁带、皮肤测试仪用彩色电视机、仪器用电源插座。

十、产品准备、奖品准备

1、销售产品准备

2、奖品、赠品准备。

十一、其他准备

1、产品展台、台布。

2、抽奖箱。

3、组织全体员工进行礼仪、产品知识培训。

4、组织全体员工学习方案，掌握赠送办法。

5、人员进行分工负责。

十二、活动前一日准备

1、悬挂门前条幅。

2、店内产品陈列：主推产品要放在醒目位置，产品陈列柜中间为佳。

3、店内销售气氛营造：海报张贴、产品宣传pop等。

4、全员再次进行方案学习，同一承诺口径，进行战前激励和动员。

开业日当天实施细则

一、人员组织

1、活动设总负责人，由经理担任。负责整个活动的指挥、实施、协调及问题的处理。掌握活动的最终解释权。

2、活动主持人，负责活动的主持，气氛的调动，表演的讲解等。

3、专人发放活动宣传单。

4、顾客消费完毕，专人负责发放代金券。

二、现场准备

1、8：00~9：30，布置气球拱门，检查布置、产品咨询台、产品展台、皮肤测试台（电源及插座）、奖品台、摆放落地产品pop、等有关未完成的细节。

2、9：30~10：00，总指挥组织个部门负责人开会，主持人，舞蹈演员、乐队歌手等负责人之间进行协调。

5、9：30~10：30，锣鼓适时进行。

6、9：30~10：30，音响调试，播放背景音乐。

三、活动开始

1、10：30，开业表演开始。（流程见附表）

2、活动期间，主持人现场讲解，有奖提问（美容院地点、项目、特色、活动有几天等等），适时介绍第二、三天活动等。

3、活动期间，咨询同时进行，现场继续派单。

4、活动期间，根据实际情况，及时对活动节目进行灵活调整，各部门密切配合。

注意事项

一、动期间，全员要以良好的精神面貌、完美的礼仪和周到的服务接待顾客。

二、活动期间顾客对奖励项目有疑问要及时回答，对于难缠的顾客，要强调赠送及奖励的免费性，美容院已经把很大的利益让给了消费者，寻求理解。

三、不得与顾客吵架，要心平气和，有争议，最好不要在众人面前解决。

四、有问题，要员工先解决，其次是美容美发组组长、店长，这样可以为经理解决留有充分的余地。难以解决的问题，向经理汇报。

五、经理要最终解决问题。

活动

总结

活动结束后，要进行总结。全员参加，作好记录。从可行性、效果、人员组织、准备、实施、调控等各方面进行总结。找出不足之处，积累经验，为下次活动打下良好基础。

其他

该方案最参考方案，具体可根据实际情况灵活调整。

附：活动流程

一、10：30，锣鼓表演

二、10：40，主持人开场白，美容院简介，活动内容简介。

三、10：45，美容院经理讲话

四、10：50，歌手表演。

五、11：00，观众参与游戏。（绕口令，3~5人，如：“灰化肥化灰”多者胜，参与者发纪念品，胜者多发）

六、11：15，舞蹈表演

七、11：25，歌手表演。

八、11：35，员工表演节目，自我推荐。

九、11：50，舞蹈表演。

十、12：00观众参与游戏。（6~8人左右，接成语或词，淘汰到最后一名发奖品）

十一、12：20歌手表演。

十二、12：30，活动结束，锣鼓表演

注意事项：

一、主持人要全面把握会场气氛，利用各节目间歇时间进行调动，比如现场提问，发放奖品。提问内容可为美容院地点、特色项目、活动优惠办法等。

二、根据现场情况，对节目进行调整。

**美容院开业活动怎么做吸引人篇二**

服装店开业做些什么活动吸引顾客？开业促销活动什么内容吸引人？服装店开业做些什么活动吸引顾客？开业促销活动什么内容吸引人？

1、商务星服装营销管理软件认为事先的公关推广活动和重要，这个是造势：

开业前一星期（或2周），在各大报纸、网络、市中心、街道小区张贴海报、横幅，没有条件和预算的怎么也要弄点彩页来发发，在店门前弄些海报等。在开业前给每人发一份资料，里面附有一张店铺内部景观照片，同时对开业的促销做些悬念式推广，或者如果你认为你的开业促销足够给力，那就直接宣传！以此把对服装店的关注推向了顶峰。

2、当日活动那是关键

从音乐开场——有条件请司仪预告开业促销活动(抽奖、能力竞赛）——然后开始各种喜庆表演——来宾签到——仪式正式开始——领导讲话并进行揭幕——礼炮齐鸣——开门纳客

对于蜂拥而来的人群要请保安公司进行维持秩序。至于促销活动，八仙过海各显神通了。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。

3、开业活动的促销策划：（特提供商务星服装店pos系统提供的一开业促销案例）

一、活动主题 新店、新礼、新时尚 新店添时尚、折上加折、礼中送礼 时尚新店、好礼相见 新店开业，精点时尚

二、活动时间 活动周期：开业之日起十天(主要是前 5 天)选择周六或周日、最好是节假日开业。

三、

活动对象 xx-yy 岁的社会各阶层女士（这个要根据你做选择的目标市场而定）;本次活动也会通过促销礼品的选择来吸引一些男性消费。

四、活动内容(购物连环喜)适合 20平米以上专卖店的开业连环喜方案

一重喜、进门有喜： 进店即赠予某某精美纪念品(或凭 dm 宣传单即可赠予礼品)如 1-3 元左右的礼品打火机、便签薄、原珠笔、锁匙扣、扑克等

二重喜、买就送(买满的金额、赠予的礼品各专卖店自行定制)：

☆凡在活动期间凡购物就送“价值 29 元纯丹比奴精美钥匙扣或零钱包”一个

☆凡在活动期间凡买满 288 元，送价值 59 元精美男士皮带或钱夹一个;

☆凡在活动期间凡买满 488 元，送价值 89 元精美男士或女士钱夹一个

☆凡在活动期间凡买满 888 元，送价值 189 元的真皮皮带一条;

三重喜、获赠贵宾卡，凡有发生购买的顾客，前 50 名赠予贵宾卡一张，注册登记后成为永久会员。做客户数据库管理，建议购买商务星服装行业软件。

五、物料整合1、店外主题海报：(主题任选其一)新店新礼 新时尚 新店添时尚 折上加折 礼中送礼 企划文案 时尚新店 好礼相见 新店开业 精点时尚 点精时尚

2、吊旗： 正面主题广告词，反面开业大吉或新品上市

3、易拉宝或\*展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌 pop 广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、横幅：活动主题内容

6、dm 传单内容同海报

7、大型充气拱门(写有活动主题)、升空气球、刀旗、花篮等

8、其他：名片、礼品、贵宾卡、绶带

六、终端环境

1、硬环境：陈列、道具及灯光音响等，应符合特色品牌个性主题终端的要求，与形象宣传的风格调 性保持一致。

2、软环境：专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与特色龙的品牌形象交相辉映。 三降惊喜

**美容院开业活动怎么做吸引人篇三**

美容院最能吸引顾客的招数

郑州海源营销策划有限公司 凭借15年为美容企业成功营销策划的实战经验，在中国首先实现了为中小美容企业低成本，无风险营销策划的公司理念。我们所有的营销策划工作都能达到或超过中国一流水准，以及为美容企业创造相当于营销策划费用10-100倍的经济效益，是海源营销策划公司永远不变的郑重承诺。

在行业竞争日益激烈的今天，消费者的口味被吊得越来越高，因此，现在的美容院要想为顾客提供完善周到的服务，不但需要过硬功夫的专业技术，还必须配合热情而富有特色的服务以满足顾客的需求，让顾客感到心情舒畅与心理满足。同时，在广告宣传上，美容院要向美容顾客充分传递和灌输这样一种观点：“上美容院做皮肤保养与护理，不是因为脸上出现了皱纹、色斑或者是长了痘痘，必须进行治疗护理才采取的行动，而是因为美容院能让每一位来店的消费者充分享受和体验美容的无限乐趣。

总之，拓展客源一方面要想办法吸引顾客上门，另一方面则要积极、主动地为顾客提供优质周到的美容服务，这两方面对于美容院拓展客源而言，是相辅相成的，缺一不可。而美容院的经营则主要依赖于专业的美容技术、热情的待客服务和鲜明的店面形象这3个因素，若缺少一个，美容院的经营都不会很理想，而且也不会受到顾客的喜爱，当然，这也是美容院拓展客源的基本方法。

招数2：以独具特色的营销推广活动拓展客源

现代社会，人们获取资讯的渠道十分广泛，因此“酒好还要卖吆喝”。根据美容院的实际情况，开展具有本店特色的营销推广活动，赢得顾客良好的口碑，是现代美容院拓展客源的一个必要途径。某家美容院进行的顾客调查结果表明：这家美容院虽然投入了资金在电视、报纸上做宣传，但是从调查结果来看，美容院的大部分顾客都是经过熟人或家庭成员介绍才知道这家美容院的。所以，从中可以看出，虽然人们一般认为电视、报纸广告宣传力量非常大，但是对于美容院的宣传却不尽然。

因此，对于美容院而言，拓展客源最根本、最重要的方法应该是通过店内日常丰富多彩、独具特色的营销推广活动，向顾客宣传美容新技术、新产品，提供专业顾客留下良好的印象，来加强口碑的宣传效果。

招数3：形成顾客群的组织化、团体化

在我国，目前大多数美容院都是以区域内的顾客为主要对象进行经营，所以确保顾客来店的稳定性很重要。为了确保固定客源的长期保持，不妨实行顾客会员制度，以谋求固定的组织化。组织顾客的方法有：一般会员制度；入场券会员制度；友情卡会员制度；美容讲座会员制度等。

虽然不同美容院组织顾客的方法各有不同，但重要的是采用适合自己美容院的组织方式。组织顾客的方法不单单局限于美容院的服务方面，还可以不定期地举办一些女性感兴趣的相关活动，如会员聚会、美容讲座、趣味讨论、服饰研究会、情感、婚恋交流会等。要加强与顾客的情感沟通与交流，在这些方面下功夫是非常重要的。此外，在维护固定客源的同时，还要下功夫开拓新客源。在通常情况下，美容院的固定客源每年必须递增10%左右，这是美容院保持生意兴隆的关键。

招数4：采用免费体验卡或友情卡拓展客源

美容院拓展客源的另一种有效方法，就是充分利用免费体验卡或友情卡，比经由小道消息进行宣传又前进了一大步，它的主要好处就是美容院可以采取积极、主动的方式拓展新客源。其具体操作方式为：将事先制作好的免费体验卡派发给目标消费群，让顾客通过对美容院服务、技术、产品的体验，加深对美容院的了解和认识，使她们从一次消费的客人逐渐成为忠实消费者。

除了派送免费体验卡，美容院还可根据自己的实际情况，制作友情卡，把友情卡散发给来店做美容的所有顾客，并向顾客承诺，如果她为美容院介绍了5名以上的客人，她就能从美容院得到一定数额的美容疗程奖励或一套价值不菲的名牌护肤保养品。对于使用友情卡的顾客，美容院所提供的服务，很重要的一点是服务的内容要符合美容院的经营状况和不同时期、季节的美容新动向。

招数5：充分利用“顾客地图”，制定营销对策

除了地处居民小区的美容院，一般而言，有众多的美容院，其顾客可能来自这个城市的四面八方，所以要清楚地了解并掌握顾客来自哪个地区最多，来自哪个地区最少，它将直接影响到美容院的经营策略。

例如：距离相同的a、b两区域，来自a区域的顾客非常多，而来自b区域的顾客非常少。在这种情况下，就应该认真思考：为什么来自a区域的顾客较多？而来自b区域的顾客较少？来自a区域的顾客较多的原因，可能是a区域位于火车站与美容院之间，或者是a区域的美容宣传做得比较好，或者是经由熟人介绍，或者是美容院价格适合a区域的顾客，或者是a区域的交通方便。来自b区域的顾客较少的原因，主要是b区域周围有竞争的美容院，交通不方便，宣传广告不周密，美容价格不符合该区域的顾客。根据“顾客地图”，可以归纳出以上原因。

在判断这些原因的时候，为了更容易地掌握地图内容，不妨在地图上标示出顾客的地址，并做上记号，这样就会一目了然了。这种方法称为“顾客地图法”。

“顾客地图”的制作方法如下：

a．首先，要准备一张以自己店铺为中心的地图（比例尺：1：1000）；

b．在这张地图上，以延迟占铺所在地为中心，画半径分别为250米、500米、750米、1000米的圆圈；

c．然后，从顾客薄上挑选出顾客的居住地，在地图上标示出其位置；

d．对于特别重要的会员，要用不同的颜色在地图上标绘其位置；

e．最后，在地图上标明自己的主要竞争对手的位置。

这样，就制成了一张顾客地图，根据地图进行分析判断，就能从地图上知道这个区域的大致情况。例如：自家美容院的顾客集中，而且大多来自集体宿舍区、公寓较多的区域，美容价格就必须与技术水平一致当来自高级住宅区的顾客较多的时候，必须注意讲究服务细节，服务要热情周到，店面装修要典雅美观等。此外，如果顾客来源较少，则很可能是广告宣传力度不够、美容价格、店面形象不适合该区域顾客以及交通不便等。

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