

2023年理发店活动营销策划方案 五一理发店活动方案(模板6篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

理发店活动营销策划方案篇一

迎十一，庆国庆

活动目的

结合中秋节的活动热度，提高美发店的知名度，让美发店的活动热度更上一层楼，为美发店增加业绩。

活动内容

十一烫染护套餐活动：

基础款：指定烫发+染发+护理，套餐价仅需158元，并赠送50元代金券1张。

升级版：烫发+染发+护理，套餐价仅需228元，并赠送50元代金券1张。

终极版：烫发+染发+护理，套餐价仅需328元，并赠送50元代金券2张。

所有客人十一国庆期间，凡消费满100元，可获赠50元代金券。

十一国庆单项优惠活动：

活动期间美发店内部分单向项目有特价，指定烫发仅需48元，指定染发仅需48元，护理仅需38元，离子烫仅需78元，生化烫仅需78元，数码烫仅需78元。

十一国庆节活动：

活动期间，美发店洗剪吹仅需40元，洗剪吹+一次性造型仅需加15元。

活动期间，凡在昂的造型美发店烫染拉满68元，可以获赠昂的造型或护发产品一套。

客人活动期间单次消费满88元可以返利38元，消费满100元可以减50元。

活动期间，进店的每一位客人可以获得免费设计刘海造型的机会。

活动宣传

国庆的美发店活动虽然有中秋活动的热度打底，但是，老板依旧不能忽视活动宣传，反而要更加努力开拓新客人，让美发店能在活动中迎来更多回头客，在活动后这些回头客能变成回头客。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

理发店活动营销策划方案篇二

美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促销战术、促销方式、促销对象、促销时间、到促销成效步步为赢，方能策划出高人一筹、出奇制胜的促销策略。玩转促销魔方，美容机构持续赢利指日可待，并能确立竞争对手无法模仿的竞争优势。

会员促销是最能体现长期效果的促销方式。

一般做法是：顾客只要交纳一定的会费，就可以成为会员，凭会员卡可在美容美发店定期的优惠活动、美容美发讲座沙龙、免费咨询、附加值服务等方面享受优惠。可以将会员制打造成真正意义的俱乐部形式，并编写会刊或报纸，与会员互动，营造成轻松、愉快、温馨、情感交流的场所。会员的成员资格期一般1-2年，期满后再续交会费，延续会员资格。这些措施有利于培养长期顾客，稳定客源。

团体优惠是集中开拓客源、短时间内有效提高营业额的一种方法。

一般做法：针对某一单位、某一团体、某一小区举行活动为契机，鼓励消费者在一定时期内以团体入会或是集体消费方

式获得超值优惠。

是会员制之深入做法，巧妙利用“传”销精神的一种推广方法。

一般做法：以返利作为诱因，设若干奖励，激励老顾客发展新会员，并以积分来核算老顾客的业绩。注意事项：做法要与传销区分开来，千万不要用传销中“下线”等名词，让人误会。

会前准备及邀约要细致周全，会议流程需根据美容美发店及准客户的实际情况量身策划，应突出美容院的历史和文化，员工风采展示环节不可或缺，精细策划的流程应包括：背景旁白、互动游戏、主办方及嘉宾致辞、娱乐节目表演、原创情感小品、产品情景剧、互动讲课、幸运抽奖、现场促销政策公布、特色促单形式等环节。李威提醒您：从某种意义上讲，终端会卖的不是产品和项目，而是好处和结果。如何塑造购买的“快乐”和不购买的“痛苦”、如何做到“不卖而卖”的氛围是终端促销联谊会成败的关键。

一般做法：双休日或是节假日在美容美发店的门口设制一个免费咨询处，做消费者的免费美容顾问，扩大美容美发店的知名度以达到促进消费的目的。

当消费者是忠实的顾客时，做美容美发项目消费到一定额度，免费参加幸运抽奖的促销手段是很受欢迎的。

一般做法：设定客户消费达一定额度后送抽奖卷，将可参加季度或是年度的抽奖活动，奖品可是较为贵重的实用产品、一次旅游的来回机票等。

利用目前流行的彩票和顾客的投机心理，免费让客人选号，由美容美发店投注，增加交流话题，拉近客情关系。也可根据客人的消费情况，给客人买类似于吉祥卡的保险来达

到“关爱连心”的目的。

是体现服务人性化的一种方式。

一般做法：对于某些特定的客人，可派美发师、美容师上门服务，剪发或做专业护理疗程，也可借机带货上门销售产品。

从男人入手促销，“三·八”节或“十·一”、“五·一”、情人节推出“陪你太太做美容(或美发)”的宣传，母亲节、儿童节等可从儿童入手促销，在美容美发店附近的幼儿园，小学校做小孩的宣传，给小朋友一定礼物，如：文具等，再给一定的“漂亮妈妈”促销券。并定期做循环式引导。

cis促销：即形象促销，美容美发店要有自己完整的cis视觉形象，如美容院主题歌、企业诗，自编刊物等，并外聘策划顾问或成立自己的策划团队，以确定不同的活动方案及展示设计。大店可将自身的logo做成激光防伪标贴，贴到每一个单品上，将每一次厂家与代理商的促销都打上自己的烙印。

与附近某商场之化妆品专柜做促销，买日用发品或化妆品一件，到美容美发店可享受打折优惠，用以区分日化与专业区别，体验专业服务的附加值。

理发店活动营销策划方案篇三

- 1、活动主题□xx理发店与你共度五一节。
- 2、活动时间□xx年xx月xx日—xx日。
- 3、活动对象：所有的新老单身顾客。

活动目的：节当然要让单身顾客享受到理发店的温暖和热情，恰逢深秋季节，理发店可以根据秋冬节的皮肤问题推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借

助xx年五一节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台，也能为自身理发店带来更多的新朋友，提升理发店的销售业绩。

4、活动内容：

理发店内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够优惠折扣和领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8、8折的优惠，并且赠送理发店提供的护肤小样试用装一份。

5、活动注意事项。

做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

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。

理发店活动营销策划方案篇四

随着一些节假日的到来，各大美发店也都忙碌起来，纷纷搞起活动，吸引顾客。今天我们就来看看如何在路边搞促销活动吧！下面是小编为大家整理的最新美发店活动方案，希望对您有用！

前期的准备：

1. 促销活动为谁服务，要达到什么目的。

2. 明确为什么要搞促销活动。
3. 活动的地点、时间、开展什么样的活动。
4. 对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

- 1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志(可以用丝印或贴不干贴)，椅子3、4把。
- 2、需配备拉网展架或x展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。
- 3、路边促销中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行检查，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。
- 4、路边促销中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。
- 5、路边促销针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。
- 6、路边促销活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

- 1：一至两名商务人员(商务人员必须对产品和活动有一定的经验)，加带2-4名促销小姐(a□一般为年轻女性，身高一般在162cm以上青春女性为佳)。
- 2：商务人员一律得统一着装(一般是深色的西服，白色衬衣，

深色皮鞋，胸卡)；促销小姐穿着由发廊统一的促销服(注意：鞋须穿深色高跟皮鞋，一定要带公司统一的天使帽)。

3：活动前必须针对促销人员进行岗前培训(培训内容包括：促销目的、促销人员站位、促销相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束后清场事宜)。

活动的申报

这是必须的程序，区域活动一定要得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1. 活动方案：背景分析；活动目的；活动时间、地点、活动人、主持形式、内容；活动操作控制；应急措施等。

2. 费用：活动所需的，预算以内的费用。

3. 小区活动

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明：活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时，认识发廊品牌，了解美发产品；活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

c□活动的开展

1. 活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与促销人员之间的互动性。

2. 注意资料发送的对象(有部分可能是对手发廊情报人员)及

其重点对象。

3. 注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

d□活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的总结，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

一. 了解活动对象

要了解活动方案要针对什么?是针对美发店的人气，还是高端消费群体、还是火爆营业气氛，都必须要了解清楚，有目的进行策划活动。如需要人气，美发店可以做一系列的户外宣传，来提升专业美发店在当地的知名度;如果是高端消费群体，美发店可以邀请策划公司协助做一些派对或引进一些卖点足、品质高的项目促销;如果是火爆气氛，那美发店可以举办一场大型的免费抽奖活动或限时超低价美发优惠活动。

二. 了解美发店周围环境:

三. 活动的目的明确，思路明晰:

活动目的'在策划方案中必须清晰，让美发店所有员工能够瞬间了解这个活动的意义，这个活动能够为为美发店以及员工解决什么问题，同时又能为美发店附带些什么样的效益。

四. 美发店策划的执行、分工:

美发店活动主要分为大、中、小型活动，大型的活动一般很少见，涉及到很多方面的事情，所以专业美发店都会以中型活动为主。大型活动一比如与周边的商场共同举办一场顾客

狂欢晚会，拉近顾客与专业美发店的距离；中型活动—义剪、艺剪等，增加美发店的人气营销氛围；小型活动—xx项目体验活动，推广新项目、染烫送护理等等。

但无论是大型活动还是中型活动，都要将活动细节化，操作简单化，分工明细化。方案中特别要详细的提到如何分工执行方案，员工培训谁负责，现场推销协助谁负责、员工激励方案等等，以上又如何执行都要清清楚楚的列出来。

五. 美发店活动的投资与回报

这一点是美发店业主比较敏感的区域，譬如说，这次活动美发店要投3000元进去，那是否可以给美发店赚回3000元。美发店活动不比商场的活动，不比促销活动，美发店活动是持续性的。美发店3000元投进去了，不一定能马上得到3000元的回报，而是体现在将这3000元转化成了什么效果。比如将这3000元转化为美发店的客流量，转化为美发店的整体气氛。

六. 时间的选择：

很多店都只选择过节时做活动，不错，这个时间段是很好，其他行业大都放假了，来做头发的也多了。可是这样局限性就很大的。特别是在淡季的时候，就需要做一些活动来增加人气(注：只是为了在淡季吸引客户，所以活动可以不必像过节那样搞很大)。这样一来，店里的人气就会得到提升，生意自然会有所提高了。

在节假日可以开展活动，譬如十月一日。10月1日是伟大祖国成立周年的大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期间包月卡打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，凭此卡购买产品全年打6.5折。

“短信”温情促销

“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。而且建议在理发店管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增添了美发店的档次。

中百万大奖促销

人人都想中奖，而且是中得越多越好。特别是女性，对中奖的欲望更强烈。在此，我们把人们的中奖欲望用于我们理发店当中。在北京有一家就是成功的抓住了这点，他的操作方法很简单，每当顾客在我们美容美发店消费20元。则赠送顾客一注价值2元的体育彩票。依此类推，顾客消费每增加20元，则多加一注。有一次，有一位顾客在这家理发店消费了300元，这家理发店老板当场就给这位顾客买了15注体育彩票，结果，这位顾客中了二等奖，奖金为14780元。该顾客中奖后，消息迅速地传遍了方圆2公里。从此，来这家美容美发店的顾客也就越来越多了。

理发店活动方案准备工作？

step1□对顾客进行详细的分类

一般来说，没有兴趣的顾客对于美容院发传单宣传很是反感，因为其一在于美容美发店盲目的宣根本没有把理发店的特色体现出来，其二在于有些发传单的人是为了应付工作，随便几张一起塞进顾客手中，这种被迫接受会令顾客对美容美发

店的印象大打折扣。对于进店消费的顾客，要根据顾客的消费习惯和消费能力进行不同的分类，针对不同人群推出不同套餐，会达到事半功倍的效果。如针对学生可以推出校园卡套餐，针对周围居民可以推出居民优惠套餐，而针对白领等可以推出高档套餐。随着时代愈来愈趋向个性化的消费，开店的人更需要与时俱进。有针对性的宣传和服务才是招揽顾客的关键。

step2□给自己一个明确的定位

理发店老板在开店之前应该有一个明确的定位，究竟是坐等收钱还是投入在理发店的经营中去，做老板并不是一味地依靠员工，而是有自己的一套管理体系，让员工信服。首先老板应以身作则，招揽顾客，在保证客流量的同时还可以带动员工的积极性，看谁的业务完成的高，调动员工的积极性和责任感。

理发店活动营销策划方案篇五

五一劳动节马上就要到来了，又是美发店促销的好时机。小编整理了美发店五一促销活动方案大全，供美发店老板参考。

1、年龄段促销

2、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有美发使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

3、活动联谊促销

有这样一句话，有运动怕运动，没运动想运动，充分利用人们热爱热闹需要情感宣泄的心理，把活动搞的热闹，有气氛，让消费者有大众心理，活动促销是美发店促销的趋势。可从消费者喜欢听的，有兴趣想了解的生活课题，加入幽默，笑话，小品，故事以活跃现场气氛，同时增进交流或交新朋友。活动促销活动人员名单详细资料收集整理如库，赠送名录，每人一份，还可附上合影照片。

4、摸奖促销

活动结束后可进行摸奖促销，也可在美发店特定时段，做摸奖促销活动或趣味有奖，可在美发店设抽奖处，客人每次消费后根据消费金额，通过自己摸奖来获得相应等级的奖品。如产品或洗头等等。

5、最佳客户/最佳效果/感觉最满意顾客促销

主要是想通过客人的嘴来传播工具，此法效果好，影响大。通过给顾客满意程度调表，再结合客人的实际肤质改善情况来评选最佳，并给予奖励。

6、质量促销

[三保 五保]如保质，保量，保中奖，保功效等与服务质量有关内容，可将[三保]招牌形式置于店内和店外，主打质量服务这张招牌。结合投诉促销，真正推行服务促销。以消除客人对美发效果的疑路，增强消费信心。

7、美发顾问

设定贵宾名额，为进入这些名额而定门槛，是有机会的和重要顾客可加入此荣誉奖，作为一种感情的促销，除尊贵或兼任美发顾问外，还可用其特形式，如称终生会员。

8、问候促销

利用电脑，手机等发短信息客户嘘寒问暖。送爱心，问候，同时可发送相关的促销活动的信息。

一、五一进店，免费体验。

二、现场美发演示。

五一是一个国家法定节日，很多人都会在家休息。美发店可以趁天气好的时候，到小区广场去做一场活动。请几个发模，然后现场给她们做不同的发型，让小区的人看到你们美发师的技术，同时还可以卖一些美发用品，比如洗发水、护发素和发膜。这些美发用品还可以现场试用，让顾客看到效果，这样她们才能信服。

三、转介绍促销。

在营销策略中，转介绍是一种很重要的销售方法，美发店也可以采用这种方法进行五一劳动节促销。可以制定这样的促销方案：来店消费的顾客带一个顾客来消费后，她自己做头发的钱就只用付一半，带三个顾客来，她自己做头发的钱就免费。如果她带的顾客有办月卡，那么，这位介绍的顾客就可以享受3次免费洗头的福利，如果她带的顾客办了半年卡，那么就送她一个月的发膜用品。诸如此类的方案，美发店都可以试用，只有不断尝试新的促销方法，才知道哪种最适合自己的店。但无论具体方案怎样，小编都觉得美发店应该重视转介绍促销方案，这种方案运用得好，将会给美发店带来源源不断的生意。

美发店五一促销注意事项：

1、提前做好宣传工作。

美发店在进行五一劳动节促销之前别忘了造势，也就是大力宣传，让周围的顾客都知道你的店在搞活动。具体的宣传形式应该根据每个店的实际情况来定，可以在店门口张贴五一促销海报，也可以四处派发宣传单，宣传单可以放一些免费体验的广告，吸引顾客进店。

2、对免费体验的顾客也要用心服务。

现在很多生意人都是见钱做事，付费多的顾客，得到的服务和态度就好，免费体验的就爱理不理，小编觉得这是非常不可取的。美发店要锁定顾客，获得稳定的客源，就必须用心对待每一位顾客，尤其是免费体验的顾客，在心里上绝对不能不重视，因为很可能这些体验的顾客会成为店里的新顾客，如果用心为他们服务，说不定他们还会给店里带来更多的顾客。

3、保证质量和效果。

美发店一旦将免费体验的宣传单派出去，那么，就会有很多人来店体验，这时，美发店需要做的重点是保证服务质量和美发效果。虽然，追求质量是每个美发店的宗旨，但是五一促销人多之际，这点极易被忽视，要保证美发店获得好口碑，保证服务质量和美发效果是必须的。

20xx年五一劳动节快到了，很多美容院和美发店都在想五一拓客方案，小编特别整理了20xx年美容美发店五一拓客方案大全，供美容美发店参考。

一、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有美容使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

二、专家讲课促销 该信息来源于138job美容招聘网

专家学者一般授课时一定要采取预先约定的形式，并事先预收押金，现场全额清还，一是显示讲课内容的珍贵，二是确保参会人数，内容应深入浅出，同时注意互动，课程内容包括化妆品知识，妇女权益法讲座，结合近年新婚姻法，从关爱女性健康，维护女性权益角度出发来考路，并可由此展开讨论。还可以设现财投资，自我形象设计，快速化装，女性与性，相夫教子等女人话题。

三、买二赠一促销

买二送一，买大送小，购客装赠院装，购客装赠免费疗程，买美白赠面膜等等。

四、返点促销

消费者每做一个疗程可获其特护理为返点，返点最好是百分之十以上才有吸引力。

五、积分促销

为了提高顾客消费总额，而采取的一种方法，先订好一定积分限度，达到一定额后，会获赠其特物品，如产品，礼品，优惠待遇等。

六、命名促销

给美容院开展其特活动，要求客户命名，优胜者以资奖励。

七、标语促销

美容院通过悬挂标语，口号的方式促销，醒目而有渲染力。

八、找缺点促销

又称投诉促销，客户根据美容院实际情况进行服务，产品，管理等提建议，有建设性的以资奖励。

九、开卡促销 -

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡；大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月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，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

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、美容生活馆。

十、派单促销-

美容院为了吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度而进行的一种发放美容院宣传单、体验单的一种促销手段。

运用方法：美容院需要印制一些有美容院形象的宣传单，派美容师在美容院附近，美容商圈内定点派单或将此单送到商圈住宅的顾客信箱内，以达到宣传美容院，促进顾客消费的目的。

特别提示：一般在派单上可印制美容院免费试做的项目，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服

务需求。

场合对接：小、中型美容院，大型美容院开业期间适用。

理发店活动营销策划方案篇六

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。