

最新金九银十化妆品活动 化妆品活动方案 (通用6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

金九银十化妆品活动篇一

一、活动主题：

“喜迎团圆，欢度中秋”

二、活动时间：

9月15日到9月17日

三、活动目的：

3、经过策划促销活动，加深门店与消费者的相互了解与情感沟通；

四、活动广告语：

1、欢度中秋

2、月圆中秋情系**化妆品店

3、中秋佳节xx浓您家乡情！

4、中秋合家欢佳节大献礼

5、每逢佳节倍思亲xx为您送温情

五、活动布置与宣传

(一)场内外布置

1、场外：

2)展板：主要公布此次各项主题促销活动的所有资料，传达活动信息，吸引顾客；

3)橱窗玻璃：设计制作中秋节的主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛；

2、场内：

2)收银台布幔：收银台使用红色布幔布置，突出喜庆气氛(备选)

3)手工吊pop□在美容显眼的区域，制作各种主题促销资料的手工吊旗纸；

场内广播：店内广播滚动式宣传中秋国庆的酬宾信息，刺激顾客的购买欲望，增加销售额。

人员广告：所有人员必须充分了解此次开展的促销活动，做好每一位顾客的活动解释工作。

金九银十化妆品活动篇二

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的!认知度不够的产品最好不做特价，因为认知度的

关系不会有很大的吸引力!

方案二：品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上!提高销售利润!

方案三：有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品!以及消费就送湿纸巾!

方案四：加钱增购产品

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品300元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。)

方案五：周末限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

方案六：空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

【化妆品促销活动类型】

户外促销活动

户外促销活动通常以促销台促销为主，场地足够，同时户外促销给消费者的视觉冲击力强，可以吸引更多的消费者;大型的促销活动会配以节目表演，走秀，大型现场抽奖活动。

冬季户外气温低，风大，消费者的停留关注率不高，促销人员与顾客的沟通度不够，户外促销活动以销售为主的话较难以达到预期目的，因而化妆品专营店在冬季节假日的“三节”期间要慎重做场外大型促销，可用户外促销台配合店内促销活动。

店内促销活动

化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块可以灵活组合，促销氛围易于营造，可以给店面带来直接的人气;消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、服务，停留关注率高，

可以用专营店品牌及产品品牌深入刺激消费者的意识;专营店通常是非开放式状态,消费者入店后目的消费性强,店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通,从而成交率与客单量都可以大提升,销量自然可以有大的提升。

店内促销活动易受店内面积限制,而专营店的化妆品消费会有时间段性,在入店消费者人多时如果接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。因而做店内促销时,要想方法将消费者按时间段分流,不要流失消费者。

会议促销活动

在节假日期间,有些专营店会举办消费者答谢会或是会员联谊会、培训讲座,通过会议组织消费者在固定的场所进行促销。这种模式可以快速地将促销信息传递给来参会的目标消费群体,实现一对多的销售。同时通过会议的有效组织增进专营店与消费者之间的客情关系。

金九银十化妆品活动篇三

借助中国的传统节日“中秋节”以及第二个长假“国庆节”吸引同仁御颜养生堂的人气,营造第二个销售高峰,提升同仁御颜养生堂的品牌形象,以及针对长假后的冷淡市场有的放矢,减缓销售下降趋势。

庆中秋迎国庆,送大礼

1、咬月大赛

限64名

9月26、27日

只要购物满50元,即可凭购物小票现场报名参加。

共分成8组，每组8名参加初赛，平均每人一个相同大小的月饼，在规定时间内一分钟内，谁吃得最快和没有违规者为获胜者，在比赛的过程中由工作人员卡表计时为准，不得将月饼扔在地面，违规者视为无效，在每组中选出第一名，参加决赛，评选出一、二、三等奖以及参与奖。

一等奖2名 各奖价值248元套装一个

二等奖 3名 各奖价值68元纯露一瓶

三等奖 5名 各奖价值28元洁面乳一只

参与奖54名 凡参加者均可获得价值10元的优惠卡一张。

2、购物满100元送30元优惠券，多买多送！

30元优惠券只限于消费满100元以上使用。

1、店内海报：（活动内容）

2、条幅：同仁御颜养生堂庆中秋迎国庆送大礼

3、电话邀约老顾客

4、电视飞字：庆中秋迎国庆，咬月大赛送大礼，买100送30

5、社区及各人流密集处以小条幅宣传，内容如上。

1、 店外布置：

门头对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

2、 店内布置

药茶的摆放：组装一个礼盒，药茶柜子最显眼的地方。

创意：小活动——对对联

题目是：18种药茶喝出健康

只要你应对的对联对仗工整，，内容相对，上下联意义相关，就可获得一份小礼品。（可以为10元的优惠卡）

脐疗粉、药浴摆放：每种产品旁边放置明显的提示牌，上面写着适应症。

化妆品摆放：美观、新颖

1、 人员的活动前培训：包括接待礼仪、活动内容

2、 人员分工明确，各负其责。

3、 做好详细地活动登记表，建立顾客档案。

1、 本活动需要打款2000元，按照正常折扣发货。另外赠送活动奖品：套盒4个，纯露6瓶、洁面乳10只。

2、 配送优惠卡100张

金九银十化妆品活动篇四

又称投拆促销。客户根据美容院各项情况如服务，产品，店面等提建议和意见，对其中提出有建议性意见的顾客给予奖励。

在国外或是港台，产品公司美容院里有男讲师或男美容顾问，在做某些护理疗程时，男性做出的效果比女性更好，在国内由男性做美容时会也有轰动效应。

像烟有极晶烟，酒有极晶酒一样，大型美容院也应有极晶消费，体现极品消费是高品质产品，或是全天只接待一个顾客或她一些朋友，全方位服务类似包场。

也是促销的一种，与某此商家的限量销售原理一样，可定员促销，显消费者的身份与地位。或对某种促销限量，先到先得，做完为止的方式。

如在某大宾馆之服饰要求一样，以高门槛气势做形象，成为会员可享受若干优惠，但需其学历，职位社会地位等符合标准并交若干金额的会费促销形式。另外针对残疾人等促销也可归于身份促销范畴。

制造悬念：今天美容院接待一位神秘的大人物，通过电话或告示牌告诉顾客今天暂不营业，以达到吸引好奇心作用。并成功将此故事复制作为宣传的利器。活动促销中也可运用此方法，请到神秘嘉宾，就是不讲出是谁。

可在美容院前树一块宣传栏镜框等，摘录某些被毁容者的照片及文字做插图式讲解，或两张对比的照片：一张是没做护肤的，用一暄染夸张标题为做讲解，同时结合前面讲过的质量三保证的’促销方式来达到恐惧的目的，另在活动促销中可以请一保养得好的女士来做此手法促销。

金九银十化妆品活动篇五

活动：

开业当天在店内宣讲美容护肤知识，很多人害怕进化妆品店原因是，害怕商家借机推销产品，不愿意进店，所以我建议我们可以“开业第一天，本店不推销任何产品，只向您免费传授美容护肤知识”，开业第二天全场*折。这样可以避免进店顾客的顾虑。

为每个进店的顾客建立美容护肤档案，记录他们正在用的护肤品，皮肤所存在的问题，需要进行哪方面的改善，平时应该怎么注意，然后在本店存档。并发放会员卡。

此次活动优势：

1. 消除了消费者开业第一天的美容护肤讲座都是为了推销产品的心理，再加上“开业第一天，不推销任何产品”的吸引，会吸引大量的顾客进店。
2. 顾客进店，专业美容护肤的知识宣讲，会让顾客对本店的信任度提高。
3. 一对一档案建立过程中，消费者会感受到被关注，被重视。加强他们对本店的好感度。
4. 对他们的美容护肤形成私人的建档，并告诉他们，我们可以根据他们的皮肤设置护肤计划，消费者会认为本化妆品店在为他们考虑，会让他们有种归属感。
5. 如果有消费者看中某款化妆品，可以告诉他们，开业第二天来购买的话，可以享受折，请您相信，消费者第二天来购买的时候，一般还会带有朋友（您想想，逛街时遇到的.有趣的事情，您也会忍不住和朋友分享吧？），这样，您就可以完全扩大客户群。

虽然说第一天不推销任何产品，但是我相信，只要吸引了大量的顾客进店，一定会有相当可观的销售成果。

还有本次活动由一个特点，每个顾客进店后，从听美容护肤知识，到档案建立，停留时间会比较长，所以很容易让本化妆品店显得非常火爆，很容易吸引更多的顾客。

金九银十化妆品活动篇六

1、与化妆品店店主沟通活动目的。

强调我公司促销活动与其他公司活动的差别；

提高化妆品店老板积极参与配合的信心。

2、了解当地的经济水平，消费习惯。

找出我品牌在当地的主推产品

3、明确化妆品店的费用投入。

强调活动给店铺带来的综合效益。

4、明确化妆品店需要配合的事项（细化明确）。

5、说明大中型活动结束后，由于销量突然放大，会有少量的退换货，要有思想准备。

6、前期沟通一定要化妆品店主要负责人（老板、老板娘或店长）参与。他们如果不配合将会是一场失败的活动。

1、活动要素设定。

活动目的：新品推广、品牌宣传或销售提升；

活动主题：结合当季主推产品和库存情况来定；

活动时间：3-5天

活动形式：户外或店内

2、进店送礼。

小样试用装（由公司承担）

3、买赠活动。

赠品物料由化妆品店和公司共同承担

4、特价产品。

大众广告类产品（由化妆品店承担）。

5、抽奖活动。

奖品由化妆品店和公司共同承担

6、代金券。

由化妆品店承担

7、美容卡。

由化妆品店承担

8、其他项目。

1、印制宣传单页。

单张制作费控制在0.1-0.2元，不能太差影响品牌形象；

单页由化妆品店出资自己制作或由公司统一制作。

2、派发传单。

提前三天派发；

商业街，机关单位门口，其他零售店（非日化类）等；

由化妆品店自己派人派发。

3、会员通知。

由美容顾问或店员提前三天通知店铺所有会员。

4、活动告知。

提前一周告知来店顾客活动时间。

5、条幅悬挂。

由化妆品店承担制作；

过街条幅或店门口条幅；

提前三天悬挂。

1、形象展示：条幅、展架，灯箱片，吊旗等。

2、促销道具：彩虹门，帐篷，促销台，音响设备，麦克，影碟机，碟片，宣传单页，抽奖箱，销售统计表。

3、货品准备，确保足量主推产品和安全库存。

要求化妆品店在活动前提前进一批货。

4、赠品物料。

提前发放或购买到位。

5、陈列及要求。

室内室外至少两个陈列点；同类品牌暂停销售；其他品牌活动暂停。

6、活动小组组建（8人）。

公司促销人员4人

店员4人

7、人员分工与培训。

促销队长根据队员情况合理分工；一定要求化妆品店店员参与；采取激励措施，调动店员积极性；提前1-2天进行活动内容、活动流程及促销话术培训。

1、店外拉人。

目标顾客；拉人的'过程要放松顾客警惕；将进店的顾客送到柜台并交给卖货手。

2、播放音乐或活动内容。

音量要适中，音乐适合品牌消费群体；提前写好活动内容播音稿子，语句精炼有吸引力。

3、售货细节。

利用有效话术刺激顾客需求；了解顾客需求，确定推荐产品；把握售货节奏，人多则快，人少则慢；利用成交顾客对围观顾客的影响达成销售；连带销售，成套推荐；赠品摆在柜台上刺激多买；对顾客多要赠品情况要妥善处理，鼓励其多买；用销售统计表上的销售记录来刺激顾客；抽奖活动要做的热闹有气氛。

促销队员要积极主动性，团结协作；促销队员统一形象，注意个人言行，体现品牌良好形象；集体荣誉至上，团队高于一切，一切命令听指挥。促销队长是促销团队的最好指挥官和第一责任人。

活动结束后及时总结，力求下次更好；促销管理人员做出本次活动的总结和反馈。