

2023年发廊新店开业活动方案(汇总7篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

发廊新店开业活动方案篇一

4、联营促销

制作一些免费去赠送给左邻右舍不同行业的单位

5、抽奖活动

6、烫染后赠送洗护套装

对于客户想做烫染的情况，可以建议顾客做我们指定的烫染套餐，然后有洗护套装赠送，例如：

店铺里有88元烫发、染发也是88元的为最低价档次，如果是烫+染就是176元，这是就马上建议顾客做个198元的烫染套餐了，而且还有价值88元的洗护套装赠送，相当于做了全头烫染才花110元，平均到烫发和染发单项也才各是55元而且，超值啊！

7、与大附近大超市、大卖场合作

与商场负责人谈好，凡是在商场购买到一定数量物品的顾客，凭小票可在2---的。

· 我们可以将免费烫发的价位定于300到500元，籍此可以改变往后顾客烫发的消费习惯，提高其消费水准。

· 缩短消费周期。顾客可能原先三个月烫一次头发，因为店内赠送免费烫发而缩短烫发周期，变成两个月烫一次头发。

· 老客人带客人。活动设计不限本人来洗头，而一个顾客一个月洗不到十五次，因此，旧客人会带朋友、家人来店洗头，这些人就成了新的客源。

13、凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

b 套全能浪漫无损烫发原价x x元+姜疗护发原价x x元套餐优惠

14、剪发卡优惠办卡活动：

洗剪吹卡三次x x x元，特价x x元，并送价值x x倒膜一次。凡在当日

4---

别高成本的项目除外) 均可享受免费，让店铺充满人情味，赢得口碑；

18、免费试做促销

免费试做促销是发廊为了吸引新的顾客群体，或在新项目开发上推出的一种，让顾客先感受在消费的一种促销方式。

运用方法：发廊将有某些需求的顾客集中起来，在即定的时间为顾客免费试用，让顾客首先体验效果在培养顾客成为主顾客。然后再进行下一次的免费试做，再进入下一个循环。

19、消费积分赠品促销

消费积分是发廊为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老

顾客在消费一定的金额后，就可以得到发廊赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

运用方法：发廊先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的6---欲，带动其它商品的销售，或某一新项目推出时，让顾客进行尝试可进行折扣的促销手段。

熊猫眼七月活动策划假想

一) □yassi□2016最新夏季发型体验款

技术部

1) 商业发型，长发，中长发，短发。选择几款商业易推广发型。烫染一体。

要求所有设计师，每款发型都能准确剪裁，熟悉烫发排杠，色彩搭配。

发型师技术研讨会将对每一位在职发型师进行系统培训。

培训结束前3人一组找寻模特完成作品中任意一款。未完成者开除。

2) 商业发型，长发，中长发，短发。选定发型，要求所有在职技师都能熟练单独完成每款发型的排杠，以及上色。完美配合发型师现场操作。

3) 针对活动进行前对整店进行活动内容的话术强化，此活动所有赢利细节

8---

组长，整理当天任务数据，给每组分析数据。督促现场按照

操作流程。

3) 门店经理全力协助发型师及技师完成任务。正确简单引导顾客消费方向。定点前台，辐射全场。制造现场活动氛围。

营销策划

1) 制造宣传动画报kt板，介绍会员功能及专享

2) 店内产品陈列，店内小广告安排到每个坐位。包括厕所。地贴。

3) 活动进行时段更新广告。

4) 店内背景音乐时段广告，及激励员工话语。

办公室

督促高管完成任务，巡店，查询每组组员完成任务情况。激励。协助。

全部高管放底姿态。做最挑战的，最辛苦的。容入现场。

10---

发廊活动方案的战略性的指发廊盈利模式的定位，目标客户的定位，核心产品的定位，核心卖点的定位，这些都是长期性的。

发廊盈利模式定位

(二)发廊的目标客户定位

12---强这种核心产品更大价值开发，而那些不赚钱确收入占比例很小的项目往往是做为促销的项目与产品。

核心卖点的定位

在大多数发廊中许多成功的发廊都是拥有自己的核心卖点，核心卖点就是与其他竞争者差异化的服务内容，在过去有些发廊老板一直抓技术，结果技术就成了这家发廊的核心卖点，这家发廊的技术可能在本地区会很有名。最近几年，日式发型流行有些发廊率先引进。日式商业发型这样这家发廊就抓住了这一时期的发型趋势，走在其他发廊的前列。现在发型量身定制对顾客个性化服务的技术体系开始出现，在少数的发廊中，这种个性化的技术服务理念是决大多数发廊并不具备的，这种核心卖点不仅提升顾客形象价值，更是发廊对外宣传发廊增加客源的“秘密武器”。

14----

发廊新店开业活动方案篇二

喜迎元旦，好礼大派送

20xx年12月x日—20xx年1月x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。

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

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。

发廊新店开业活动方案篇三

企业转型升级，需根据自身的资源，扬长避短，成功概率高。有人却是“跨界”从一个领域到另外一个全新领域，一下变成处男、处女危险很高。有人每隔三五年换个行业，有人][一年换三个，做事只是为眼前挣钱却没有任何正累积，是正累积呦！又有多少人能真正明白这句话的含义呢？安东尼。罗宾说，正累积1万个小时，创造人生辉煌！所以终于明天成功与年龄无关，只根你什么时间开始正累积这1万小时有关。有人正累积1千小时就放弃了，有人累计5千小时就放弃，有人累积9小时就放弃，这是为什么？因为看不到希望！如果人人都能看到希望，那希望已失去意义了。当别人已失去信心，你仍坚持，这就是卓越！在企业转型阶段，大部分人都会有些困惑，谁能在正确方向坚持，谁就距成功近一步。自勉！

很多发廊老板在问我要活动方案，说句心里话，我一般并不敢轻易给发廊老板出活动方案的招，因为每一家发廊的状况不一样，基础不一样，所处的经营阶段也不一样，我在没有了解你家发廊各方面情况的前提下，万一给错了方向，损失的不仅是你自己，更为关键的是我还得因此背下你的骂名，费力不讨好的事情毕竟都不是大家想要看到的局面。

关于发廊的活动，从经营的角度来说，的确是必不可少的组成部分。但不管什么样的活动，它毕竟只是经营的一部分，不是发廊经营的全部，更不应该把活动当成所谓的救命稻草，当做医治百病的灵丹妙药。

我一直以来有一个观念，活动是一把双刃剑，用对了你可能会如虎添翼，用错了你也许会雪上加霜。是对是错，则完全

取决于你是否能够准确把握：你家发廊经营的现状和所处的阶段。

提升客流量的活动、提升客单价的活动、既提升客流量又提升客单价的活动。

如何让顾客受益、如何让员工有动力、如何让发廊有利润。

鉴于这段时间很多发廊老板咨询我关于开新店如何做活动的问题，我就拿出一个案例来抛砖引玉，开启一下大家的思维。但我在这里必须提前申明，这个活动是有前提条件的，千万不能盲目乱套，一定要依据你家发廊的实际情况仔细推敲和斟酌！

对于一家新开业的发廊，最重要的还是要有客流量，如果没有足够的客流量，员工高涨的士气和斗志很快就会被冷清的场面给冲淡、给磨灭，所以我们首先把这种活动定义为“客流量”的活动。

活动的内容分为2个部分：

活动一：来店里洗头的客人，在他买完单的时候，由前台收银送他10张免费剪发卡（用卡片形式做的），凭这种卡过来消费的顾客只需要支付洗头钱，卡片上面签上发型师的名字或工号。

剪发卡的有效期用手工填写，其中9张有效期为7天。（目的是让顾客送给他的亲人和朋友）

另外一张剪发卡有效期分男客和女客而定，男客有效期为1个月，女客有效期为2个月。（目的是让他本人来消费）

活动二：来店里洗剪吹的客人，在他买完单的时候，前台收银送他10张免费洗头卡，凭这种卡来店里消费的客人完全免

费，不收取一分钱。

洗头卡的日期也分为两种方式填写，其中9张有效期为2天。
（目的是让顾客送给他的朋友）

另外一张可以设定在3天，也可以设定在5天，最好不要超过7天。（目的是让顾客本人得到实惠）

亲爱的朋友：你看出来这个活动的玄机 and 奥妙了吗？

很显然，这个活动的目的是为了发展满意的顾客帮我们去客带客，广泛和大量地帮我们去宣传，影响到他的朋友圈。

剪发卡的时间为什么要设定在7天以内？洗头卡的时间为什么要设定在2天以内？这些都是和消费周期和消费频率相关。大部分客人不可能因为想占你这点小便宜，天天跑到你家发廊去洗头；即使剪发，他也不可能两个星期来剪一次。

连续循环一个星期或者半个月，请问你家客流量会上涨到什么程度？

我想这个数字算出来很多老板都会觉得不可思议！

但活动归活动，这里面还是需要很多环节去支撑，否则不仅会弄巧成拙，更有可能一败涂地！

做这种类型的活动需要几个方面的基础去支撑，否则一般情况下我并不主张发廊老板轻易使用这种方案！

第一：你家发廊助理的洗头技术是否到位，如果洗头方面的技术和服务品质不够过硬，建议你不要轻易去碰。

第二：你家发型师各方面的技术功底如何，吹风、裁剪的技术是否过硬，否则吹的越多、剪的越多，死的越快。

第三：你家助理的沟通能力如何，你家发廊有哪些加收项目，这些项目的成交率是否能弥补你这个阶段的水电和物料基本费用。

第四：你家发型师的沟通能力如何，吹变剪、剪变烫等项目开发的能力如何，成交的比例和概率是多少。

第五：你如何将这些客人引导到办理会员卡，办卡的比例能够达到多少。

第六：免费的剪发卡只收了洗头钱，发型师和助理的记账方式怎么平衡。洗头卡完全不收费，助理和发型师的工资怎么计算，这些你都要提前和员工商量好，把道理和员工讲清楚，争取获得他们的支持。

第七：你作为老板，你愿意牺牲眼前的利益来获取前期的客流，你预算的底线是多少。客流量的问题是解决了，员工其他项目产值的绩效如何来考核，考核的标准应该去到哪里。

这7个问题你都要认真思考清楚，否则即使你短期内获得了大量的客流，根本的问题如果不解决，最终伤害的还是你自己！

玩笑归玩笑，我只是想开启一下这位老板在经营上面的一些思维，虽然这个玩笑有些极端，但我是想告诉他一个道理：发廊不是所有项目都是赚钱的，客人是进来了，能不能产出价值、能不能留住顾客，最终还是由你家发廊的技术和服务说了算！

我给大家的这个活动其实还有一个非常重要的环节，我不知道各位有没有真正看明白？

原因只有一个：那就是必须建立在顾客对你家发廊技术和服 务非常满意的前提之下，这种活动才可以去做，这种活动才会产生真正的好效果！

发廊新店开业活动方案篇四

- 1、稳定老顾客
- 2、发展新顾客
- 3、提升**美容院在该地区的著名度

：预备5000元**货品作活动用（公司送出10套裘服）

：（促销时间：9月29日——10月5日）

请老顾客带2个以上朋友参加，国庆节发廊活动方案。

□18□30——21□00□

- 1) 主持人公布晚会开始
- 2) 美容师表演《感恩的心》
- 3) 老板代表致感谢词
- 4) 颁奖

a感谢20xx年对**美容院给予的最大支持、消费最高的

忠实朋友_____特奖大礼一份_____；

b凡是**美容院新老顾客均有一份精美礼品_____

（请第二天到**美容院领取）

- 5) 顾客代表讲话

（讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容

师、自己在美容院得到的欢乐、帮助)

6) 褻服秀

7) **协会会长隆重推荐**产品

8) **美容院5.1促销活动公布方案(凡当场下定金300元者,即可送褻服优先享有)

a找托下定金b美容师游说顾客促成

9) 公布促销时间, 欢迎到**美容院咨询

10) 表演舞蹈, 公布晚会结束。

公司美导驻店3天配合美容院充分推广10.1活动方案, 促成消费

1、正确统计顾客人数、印发邀请函、确保到会人数(此工作必须在15日前完成, 16、17日白天再发邀请, 并告知公司)

2、租会场□ok厅饭厅均可, 可以割据实际人数定)

布置会场(音响、座位、盘果、横幅、气球等)

水果、糕点及奖品的预备

发廊新店开业活动方案篇五

案

美发店促销方案21招

1、送剪发卡 回馈老顾客

2、烫发0元，倒膜带回家

3、3人同行，免单一人

4、联营促销

制作一些免费去赠送给左邻右舍不同行业的单位

5、抽奖活动

6、烫染后赠送洗护套装

对于客户想做烫染的情况，可以建议顾客做我们指定的烫染套餐，然后有洗护套装赠送，例如：

店铺里有88元烫发、染发也是88元的为最低价档次，如果是烫+染就是176元，这是就马上建议顾客做个198元的烫染套餐了，而且还有价值88元的洗护套装赠送，相当于做了全头烫染才花110元，平均到烫发和染发单项也才各是55元而且，超值啊！

7、与大附近大超市、大卖场合作

店铺可在情人节推出靓丽的情人组合发型造型并有礼貌赠送

9、分时段促销法

10、造型送大头贴

11、充值送牛奶

12、顾客一个月来店内洗发十五次，免费为其烫发一次。

透过这样的促销活动，可达几个目的。

· 我们可以将免费烫发的价位定于300到500元，籍此可以改变往后顾客烫发的消费习惯，提高其消费水准。

· 缩短消费周期。顾客可能原先三个月烫一次头发，因为店内赠送免费烫发而缩短烫发周期，变成两个月烫一次头发。

· 老客人带客人。活动设计不限本人来洗头，而一个顾客一个月洗不到十五次，因此，旧客人会带朋友、家人来店洗头，这些人就成了新的客源。

13、凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

b 套全能浪漫无损烫发原价x x元+姜疗护发原价x x元套餐优惠

14、剪发卡优惠办卡活动：

洗剪吹卡三次x x x元，特价x x元，并送价值x x倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靓点青春染发，只需花x x元一(不含洗剪吹，有效期限截止年月 日)

15、储值卡优惠方案

铜卡vip□

储值1000元，实际享受消费者额1200元

银卡vip□储值1600元，实际享受消费者额2000元

金卡vip□储值3000元，实际享受消费者额4000元

白金vip□储值5000元，实际享受消费者额7200元

16、转介绍积分奖励活动

17、感恩促销活动

发廊新店开业活动方案篇六

新年新发型好礼送不停超值行动火热进行中

xx年x月x日——xx年x月x日

- 1、对于美发店：短时间内为店面带来很多新顾客，也让很多潜在消费者知道自己的店面，通过优惠券实在的优惠内容，增加他们来店消费的欲望，从而发掘一大批来店消费的新顾客。更可以通过本次促销活动，改变店铺原有一些项目消费金额少或消费顾客少的情况，强势带动店铺的整体项目消费的提升，并有效留住老顾客。
- 2、对于员工：优惠券里包含洗护及美发的优惠项目，大量的客源可为员工带来提成的增高，使员工过一个丰厚的新年。顾客也为员工带来很多的操作机会，大大提高员工在专业技术，增加员工的凝聚力，也有利于店面发型的宣传推广。
- 3、对于顾客：实实在在享受到优惠，满足顾客在节前打扮、改变形象的欲望。

六。活动细则：

3、派发办法：

a)由分店主管带领员工，大量派发，监督员工派发数量和质量。

b)外聘派单人员，由店内派专人监督派单质量

4、各连锁机构在接到开展优惠酬宾活动通知后，如果能开会讨论活动具体实施细则，成立活动小组，逐项落实、责任到

人，活动效果会更好。

5、活动小组负责人要亲自监督优惠活动《宣传单页》的发放情况，并提前面向下属做好现场推销环节有关培训。

6、所有目标人群、附近商铺

7、员工提成：

b)建议按员工产值计算，烫染护券可按优惠券面值计算（如烫发优惠券现价99元，发型师和技师产值以99元计算）

8、统计方法：每券上均附有号码，顾客持券来店消费，须把该券与水单钉在一起，活动结束后统计出持券消费的顾客数量，从而计算出本次活动为分店带来了多少新顾客。

9、派发话术：您好□xx店送50元给您！（如果对方有兴趣，可进一步介绍：我们xx店新年优惠活动，撕下优惠券做头发便宜很多的，我们店在xxx地方，1月31号前才有这种优惠哦，你赶快来吧！）

10、活动布置：

注：场地有条件的分店可在门口放置升空气球、充气拱门、飘星等。

11、广告布置：

（1）。门头拉新年庆横幅

（2）。门口放新年庆x展架或张贴海报

（3）。门口用新年庆气球布置出浓厚的节日气氛

(4)。门口或显眼位置设立促销台，上面摆放新年庆礼品。旁边放置x展架。

(5)。员工穿着整齐工衣，佩带工牌，发型要求是店面最新发型，咨客或迎宾须佩带新年庆绶带。

(6)。收银台布置参考门口布置，并放一个a4大小的海报。

(7)。烫染剪发区张贴新年原创发型，天花悬吊周年庆促销吊旗

(8)。洗护区张贴新年庆海报

12、促销效果分析

假设店面印刷1万份宣传单，每张宣传单含20张优惠券，则优惠券共发出20万张，按20/80法则计算，预计10%的优惠券吸引顾客使用一次，则为店铺直接带来2万次顾客消费次数，其中每个顾客持续使用优惠券假设为10次，则本次促销活动直接派单带来的新客以及新客转介绍的客人总计达到2000个。

(1) 活动期内预计新增顾客：2000个

(2) 活动直接销售业绩：40万元

假设顾客的单次消费按20元计算，则： $2\text{万次} \times 20\text{元/次} = 40\text{万元}$

(3) 活动新增的2000个顾客一年内为店铺增加的销售业绩：184万

b□假设10%顾客一年在店铺消费2000元，则： $10\% \times 2000\text{人} \times 2000\text{元/人} = 40\text{万}$
c□假设80%顾客一年在店铺消费400元，则：

$80\% \times 2000 \text{人} \times 400 \text{元/人} = 64 \text{万}$

由于活动优惠政策的刺激，按20/80法则计算，则老顾客在本次活动中产生的销售业绩为：

还有更多更多的好处。。。。。

13、促销预算

(2) 广告吊旗：20米 \times 20元/米=400元

14、优惠券说明：

(1) 正面所赠的300元现金券，为烫染现金券，50元/张，共送6张。(300元的优惠券可以联盟周边商家联合促销，购买店面的现金券。如影楼拍摄婚纱照满3800元，送300元尚艺的现金券)

(2) 正面右下角的50元现金券，有效日期为3月31日，目的为年后顾客还能使用该券，锁住顾客烫染项目。

(3) 背面的撕券，有效期的设置有2种选择：

a□全部有效期为1月31日：顾客必须在节前来消费，短时间迅速提升客流量，但节后业绩不能保障。

b□上2行有效期为1月31日，下2行有效期为3月31日：让顾客能在节后也能享受优惠，套住一部分节后客源。

(4) 背面的撕券，价格可以修改：如果该店的洗头客较少，洗头凭券只需5元甚至可以调整为1元洗头（但时间应缩短），短时间内为店铺带来海量的顾客；如果剪发客少，剪发凭券只需15元；如果护理客较少，护理凭券只需38元；如果烫染客较少，烫或染凭券只需68元，甚至更低的价格，为该项目

带来更多的顾客体验。

发廊新店开业活动方案篇七

国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值n元（洗护套装）1套+价值n元（烫后护理精华）1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色拘油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套；另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款；男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡（老人可免费享受一次头发修剪）。