

最新化妆品促销方案 化妆品店促销方案(实用10篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。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。

化妆品促销方案篇一

首先我们要让别人知道，我们在搞促销，所以我们可以制定dm派发方案，制定周围几公里内的，高档小区，进行dm派发活动，选择适合我们的目标客户群体，制定相应的dm数量，由专门的dm派发公司进行派发。

(一) 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机动组合，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、效劳，停留关注率高，可以用专营店品牌及产品品牌深刻刺激消费者的认识；专营店通常长短开放式状况，消费者进店后目的消费性强，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，销量天然可以有大的提升。可是在实际操作过程中，作为经营者，对促销活动总有不得其法的感觉，把握不住规律和要点，活动推广出去之后也反映平平，始终收不到预期的效果。

(二) 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，在进店消费者人多时假如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。确定好节假日促销活动方案项目：

节假日促销活动要想成功，促销活动方案中的促销方案项目要对消费者有极强的吸引力，促销的力度要够，知足消费者在节假日消费的需求。促销力度上要凸起节假日消费的不同，普通来说为买赠力度和产品让利优惠力度，可利用单品特价或套餐赠送以及畅销产品的热卖来做焦点。（畅销产品在促销活动中的带动性才会很大。）专营店必须利用这种情势把顾客带进店面，引诱顾客应用店面的产品，发生现场的销量，同时为前期的跟进和销售做好铺垫。促销活动方案力度决议了对消费者的吸引度，才能增加节日气氛和人气。

专营店从品牌产品或是畅通流畅产品中选择几款消费者熟悉或较熟习的特定产品做特殊优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对照度会清楚，消费者能实在感触感染到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，由于消费者对产品懂得不深，是没有太大吸引力的。

面对自己熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以敏捷集合人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率原来就不是很高，打折后利润率则更低了，因此店内促销职员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向领导至专营店经营的主利润品牌上。

消费一定金额或是消费必定数目可以赠予绝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；或是买满几金额送一支护手霜等等方法）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者能够赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，（如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等）。要提升消费者的入店率，专营店还可以对消费者展开免费化妆、收费征询、抽奖活动，更好地吸引消费者，合作店内促销活动，达到促销目的。

1、视觉手段：促销活动终端现场尽可能多的张贴pop广告。气球、巨无霸充气模型。横幅、条幅等。空中飞艇、热气球。整齐特别的着装。散发印有活动说明的小气球给带孩子来的消费者。或者散发可以利用的小型精美宣传品。特制的高帽子。

2、听觉手段高音喇叭。不停大声吆喝。麦克风、扩音器，播放欢快的曲子。电视录像或者重复播放录像录音。

3、现场表演秀可以事先找一些参与欲望很强烈的顾客，让其在现场表演、现身说法。也就是常说的托，但是最好不要用假托。让真正的消费者担任此脚色。用产品或者特制的展示包装物堆成各种形状的堆头，并在所有能插的地方插上气球。

做好充分的人员前期安排和培训观察肌肤快线的促销工作，工作人员有条理的分工和有序的工作现场都给人留下了深刻的印象，每个人都清楚自己的工作职责，各司其职，从而保证了细节都能执行到位。所以在促销活动进行前，一定要充分做好人员的安排和培训。

1、促销活动准备责任到人，跟踪检查工作亦责任到人。做好一切彻底、宣传、物品准备。

2、现场活动责任到人，事先预演可能出现的所有问题及其处理预案，以及应急方案，一旦出现问题，迅速按照预案或者应急方案处理。稳定现场局面。

3、前期对每个人的工作分工进行反复沟通培训，让每个人都能对促销活动主题、目的、意义、程序、注意事项等详细了解。并且做到一人多能多职安排，一旦人手不够就可真正实现一人多能多职。布置完任务后，让每个人复述自己的职责，出现问题处理程序和处理方法。

4、严肃纪律，统一行动，保证执行效果。

化妆品促销方案篇二

恩爱秀出来·约会我买单

活动时间：8月08日-8月10日

活动方式：成功关注__化妆品连锁分店官方微信，参与回复“恩爱秀出来·约会我买单”秀出你的恩爱合照以及在我店购物心愿，即有机会获得免单权。每六周随机抽取2名幸运观众获得半价权。

勇敢说爱你

活动时间：8月08日-8月10日

活动内容：爱在七夕，只要您大声说出您对爱人的情话，并将与爱人的甜蜜合影发到__店微信，即可获得情侣杯一套，我们将在每日活动后公布结果(每日限5名)。

微信摇一摇

活动期间参加现场摇一摇，就有机会获得神秘大礼包(共摇5次)，每日限1名。

一个活动策划，有了理由，接下来就要去设计活动规则。活动规则的设计准则就两句话：流程简单少思考、文案清晰无歧义。

- 1、让活动主题吸引人；
- 2、让活动给人独特的感受；
- 3、仔细地设计活动方式与规则；

4、认真地匹配活动与理由。

活动规则越复杂，顾客逃跑的心态越强烈，但是如果你采用游戏化的设计，分步骤给予奖励，那么顾客就会很听话地慢慢跟着你的节奏来。

化妆品促销方案篇三

尊师重道是我国的传统美德，各大商店、商铺也会为了感恩老师，推出了教师节的促销活动。主要是中秋节促销活动与教师节距离太近，让不少化妆品店对于做促销难以相处新意。其实促销活动太紧密并没任何关系，毕竟两个活动所针对的人不同。

感恩教师节

9月9日——9月10日

活动一：桃“礼”满天下

在老师的教导下，让我们充满知识，走向更美好的未来。所以在教师节这样伟大的日子里，化妆品店同样也会推出一些慰劳教师的活动。凡是教师，到化妆品店中来消费，凭借着教师资格证和美容院的购物小票，可以在前台领取一份精美的小礼物。当然店内的礼品也不是无限的，限量100份，送完为止。

ps[]为了将这份礼物准备颇具心意，可以将礼品制作成桃型的罐头，这也就寓意着“桃礼”。

活动二：陪教师一起过节

只要是在活动期间，和教师一起到化妆品店来消费，就可以享受单人九折优惠，教师免费美容体验一次。只要是在结账

时，教师拿出其身份证明，就能够有机会享受到化妆品店的优惠。还会赠送超值美容教师免费体验券一张。

活动三：教师欢乐购

凡是在教师节活动期间，在化妆品店中购买产品达到180元以上的顾客，就可以凭当日的消费消费小票，到店内抽奖区域内，参与掷色子的机会。单张购物小票只能享受两次幸运大抽奖的活动。结果取最高点数，赢取精美好礼。

活动规则：凡是在店中购物满180元的顾客，就可以参与此次活动。要把两个色子扔进大腕中。看你撒色子的点数，决定你所获取的礼品。如果你的色子掉出了碗外，你的资格也就被取消了。

ps□赠送化妆品店礼品，必须要根据化妆品店的实际情况来定夺，而礼品最好是要以实用性为主的礼品，也就会更容易赢得消费者的欢心。

活动四：中秋礼品现金券

活动期间，教师免费办理会员卡，并赠送中秋礼品券。转介绍会员的老师可以多领取一张礼品现金券。

礼品现金券的运用：礼品现金券设计为10元，20元，50元，100元。现场购物赠送策略是，赠送的现金券是实际购物的三分之一即可，比如，满够128元可以赠送40元礼品券，在指定的中秋节期间内可以换购指定的系列产品冲抵现金使用。指定的品牌系列单品价格要在85以上，针对滞销的但是质量好的品牌可以直接设计到45以上的价格即可。

登记会员的时候，现场无需购物直接赠送20元礼品代金券，在中秋节期间可以购物冲抵现金用。要注意指定系列品牌产品价格要在50元以上。针对会员带新会员登记入会的如果新会

员没有消费直接登记的送10元代金券给介绍人。新会员直接获得20元礼品现金券即可。有消费的就根据消费的额度来设计礼品现金券的赠送额度。本身这个目的是扩展新会员，奖励老会员，增加后期连带消费，获取客户的好感和兴趣点。

上面是给予化妆品店教师节促销活动的一些建议，希望这些能够对你有帮助，各位管理者不妨借鉴参考一下。

a□公司主营：韩国coreana高丽雅娜护肤品和彩妆、法国欧丽芙护肤品、瑞士baby face面膜、花妍纤膜、韩国爱敬洗护、德国卡纷和ck等专业洗护。欢迎各化妆品店、商场、商超、生活用品店选择相应品牌加盟合作！

b□莊琦化妆品连锁店正式开放加盟，欢迎旧店整改、加入连锁、新店投资加盟！本连锁将为您提供全方位的整店输出，包括：店铺设计、品牌导入、经营指导、培训教育、活动策划等，让您快速业绩提升、经营无忧！

化妆品促销方案篇四

1、地处禾祥路中间地段,交通方便,周围是办公地方,附近是居民区,居民购买力强.

2、在店铺附近有几个竞争对手的店铺,安德鲁森,特香包等,虽然这几个企业从档次上讲不是xx的同档次对手,但在月饼这个市场来说,目前来看还是强有力的对手.

3、城市光廊和城达以及禾祥商城都在附近,都能吸引大量的消费者.

1、活动的目的:此次活动主要是针对即将到来的中秋节而做,月饼促销,即提高门店月饼的销售量,同时尽量消化月饼库存,减少损失;同时,也借此机会宣传品牌,提升品牌认知度及美誉度。

2、活动的对象：活动的主要对象是要送礼的人群，这主要是出于对xx产品本身包装比较适合送礼的考虑。次要对象是女性白领，和家庭消费。

3、活动的时间：x年9月24--29日。其中24日主要工作是做宣传，主要是告知消费者将来几天的活动；25、26日为主要活动时间，27、28、29三天为次要活动时间。

4、活动的内容

1) 宣传：以发传单为主，店门摆放pop

2) 现场活动：考虑到xx现有的资源和材料，计划内主要安排两个活动(具体操作执行细则由伊莎被尔制定)

a) 发送礼券、礼品。当然要以买月饼为前提。先买后送。如果在24日有顾客要求，或提及活动，可以让消费者先购买礼券，在将来几天的活动时间内来提取货物时，可参加活动，这样一可以提前备货，二可以得到一些及时的反馈信息。25、26两天为主要活动时间，这主要是考虑到周末大部分人不用上班，而中秋节临近，正是尚未购买月饼的消费者购买月饼的最好时机，所以人会比较多，这是活动的重点时段。前提是前一天的宣传一定要做好。

b) 糕点知识咨询活动。选派两个工作人员，专门负责介绍xx产品的保存、食用等知识。重点是介绍中秋节月饼食用的卫生、安全等各方面的知识。

3) 现场信息收集：店员必须注意留意顾客的年龄、性别、知识阶层、社会层次等资料，重要的是判断。同时也要注意当天的人流量，这信息需要和当天的成交量做比较分析。

5、活动所需要的材料：

a□传单：包括活动宣传传单，公司产品介绍传单，月饼、糕点食用卫生等知识传单

b□商品准备：月饼，礼品等

c□饮用水：这是准备给客户的。在门店的里面，有两个桌子，这可以用来为一些有意向购买但又有点犹豫的顾客使用，可以作为谈判、休息等用途。

d□其他

6、活动费用预算(略)

- 1、 门店门口不大，注意安全
- 2、 店内的设计高雅，不适合过多的人
- 3、 注意和城管和工商局沟通好
- 4、 注意活动刺激的力度
- 5、 注意人员的安排必须到位，不能有空白点
- 6、 注意考虑门店门口是否允许摆放东西

活动必须有针对性，所以传单的设计必须要有针对性。

化妆品促销方案篇五

美容院通过悬挂标语的方式促销，醒目而有渲染力有广告语来吸引路人。

2、开价促销

即在促销过程中，随意让顾客做某个系列的沙龙护脸疗程，使用沙龙中现有的品牌，指定的美容顾问，而不明确该服务的价格，让顾客在做完护理之后依照其感觉和满意程度任意付款(但一定要付款)。

3、倒拍卖促销

在拍卖上又叫“凯恩斯促销法”，与正常的拍卖方法正好相反，是将某一件或几件化妆品在一次终端活动中拿出来拍卖，价由高到低，直到最终无人再报为止，一是搞活气氛，二则给顾客实惠和惊喜(但不可没价)。

4、事后促销

即通过人的逆反心理，来做文章，一般美容院打折，买二送一，捆绑销售，消费者都认为其价值没超出价格。如果是一个顾客到美容院消费，在若干天后，在她意想不到的时候，美容顾问携带若干赠送产品，敲开她房门，并告诉她由于她的消费而可获此利时，定会让她感到惊喜和实惠。意外法则促销：开始不告诉消费者，做完后告诉其免费或每月底抽出幸运消费者后返还金额，让其惊喜。

5、给美容院命名促销

以此为宣传点，来做促销，类于其它之设计logo[]取店名，堤春联。此活动可与妇联一些赞助活动结合起来，让目标消费者帮命名，既可加深印象，又巧妙的切入。

6、宗教促销

把美容院促销活动与一定的宗教节日结合，同时由于老板信都，也给消费者以人为善的概念。

7、幸运时段免费促销

可在行业的淡季或每天凌晨后做促销，以价格来吸引顾客的消费很好利用床位。也可利用上述之宗都促销在开斋节等宗都节日做免费促销。

8、返下次消费单

根据顾客消费的金额，给顾客相应的返回单，现场不能使用，可在下次消费中扣除，也可累积若干次后，换客装产品。

9、逆促销

即指美容院根据顾客的消费情况，提出新的促销方式：在达到一家的销售额后，任顾客根据自己喜好而提出回报方式，美容院都会相应办法一一满足。

10、人体彩绘促销

异动行销的一种促销方式，主要是通过吸引大众注意而达到注意力消费，引入欧美台湾最流行的人体彩绘艺术来达到轰动效应。作为引领时尚先锋，开明的美容院形象定位。

11、t字台促销

在活动促销中，用t字舞台来表现化妆品特色，辅以霓裳羽衣，美女佳人，流光溢彩来展示化妆品的美感。

12、悬念促销

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。

13、恐惧促销

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，用一渲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。

14、以旧换新促销

顾客可把旧的化妆品到美容院换成新品，或是换护肤疗程，不论旧化妆品是否开封，交换方法美容院决定，主要是达到轰动效应。

15、画画促销

由于很多女性对于艺术的兴趣和崇拜，都希望有一张自己的速成写或油画，所以可在某活动促销中对重点顾客给予此促销优惠。

16、赊帐促销

只是一个名词，不是真正意义上的赊帐，其操作方法可为：先给顾客派卡，不收费，再让其试作三到五次之后再确定交纳开卡费用，即先试做，见效付款。

17、小偷促销

也不是真正的小偷促销，只不过用人爱占便宜的心理，在针对老消费者故意通过一次少收顾客钱或给多一件商品，让顾客有占便宜的感觉，在国家还有特别时段到商场在限定时间内拿走多少算多少的趣味促销。

18、易货促销

先送顾客美容小饰物、小礼品，再由美容院返产品或疗程的

一种互动促销活动。

19、官司促销

也不是真正意义上的打官司，是通过事先约定的游戏规则，通过媒体或介质来相互炒作，达到双赢的目的，譬如用两个一模一样的店名或“滥用”名人形象来作为“打官司”的点来促销炒作。

20、找缺点促销

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。

21、男人做facial

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。

22、极品促销

像烟有极品烟，酒有极品酒一样，大型美容院也应有极品消费，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。

23、限量促销

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。

24、年龄段促销

25、身份促销

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。

通路促销主要通过不同的渠道和通路来接近消费者传递信息，从而达到促销的目的。

1、派单促销

印制好精美的宣传单张或促销单张，派美容顾问在美容院商量圈内定点派单或将此派到商住区之信箱内，最好附寄回执。

2、dm促销

通过买或收集意向客户名单方式，优惠，并对重要客户进行电话跟进。

3、从老公入手促销以邮寄方式寄发，并注明可凭dm领用试作包或其它

从男人入手来做好促销。“三八”节或“十一”、“五一”，提出陪你太太做美容的宣传计划还有西方的节日如母亲节，情人节等。

4、广场大型活动促销

最好是由代理商为某种品牌做的全城推介活动，通过此活动讲解专业与日化区别，同时为美容院做形象广告。

5、文化促销

对“以成功美丽人生”为主题，讲述美容的老板是怎样通过一个普通的女性，历经磨砺，最终成功的，越传奇越好。通过对人的炒作而提升品牌形象。

6、试用包派赠促销

日化线之常规操作手法，宝洁公司进入中国市场时也通过大量派发试用包此促销手法。美容院也可根据商圈内的情况而酌情派发。

7、外派促销

事先约定，到机关、团体、事业单位上门讲座，通过对美容基础知识来吸引顾客到美容院。

8、上门服务促销

对于某些特定的顾客，可扔美容顾问上门服务，做高贵专门服务，或做简单上门销售产品。

9、锦囊促销

10、淡季促销

淡季促销应以服务质量有关，旨在练兵，提升美容顾问素质，在美容院开展服务质量促销活动来提高美容顾问服务意识。

1、活动联谊促销

有样一句话叫：“有运动怕运动，没运动想运动”，应充分运用国人爱热闹需要情感宣泄的心理，把活动搞得热闹有气氛，让消费者有从众心里，活动促销是美容院促销的趋势，可从消费者喜欢听的皮肤保养到女性家庭，加入幽默笑话，小品以活跃现场气氛。

2、专家讲课促销

专家学者一般授课一定要采取预约的形式，并事先收取现金若干，现场返还，一是显示课的尊贵，二是确保与会人数，内容应深入浅出，忌名词化，同时注意互动，课各内容之：化妆品知识妇女法讲座，结合近年来刚出台的新婚姻法，从关爱女性健康，维护女性权益角度出发来考虑的，并可由此展开讨论会，还是理财投资、自我形象设计、快速化妆，女人与性，命运风水易理禅星座解梦幸运等女人话题材。

3、老外促销

外来和尚好念经，更别说是老外了，请外国爱者，外国美容顾问，健身美体专家加上适当的包装，能达到好的促销效果。加上相片、证照等辅助。如最近台湾美容顾问团访河南，在一些大城市里，可以适当的请一些外国妇女来店做美容，籍此来提升美容院知名度。

4、潜训

看美容从来者的文化素质相对较低，对自己对人生认识都不是很清楚，《魔鬼训练》、《头脑风暴》、《心灵革命》等课程都应运而生，如火如荼。某些大城市收费很高，广受喜爱。此为促销之法，在活动运用实属利器。

5、比赛促销

也是活动促销的一种，通过形象大赛、美容技法大赛、美容资讯研讨会。

6、考试促销

在活动过程中有意识加入考试，有人可能会对此不以为然，但此法呆出奇效，因为考试，有竞争与比较调动女人好胜心

理，同时，又让她们感到实实在在学到东西。加上颁发赠书锦旗、证书奖品等，给她们一种荣誉感。

7、名人促销

利用名人明星效应在促销在美容院促销中也屡试不爽，很有效果，在大型美容院运用既可提升知名度又可提升销量，如可能请明星做形象代言人，最起码也留有照片若干做宣传。

8、旅游促销

主要是针对美容院会员与开卡者做促销，旅游可大可小，大可以名山大川，风景名胜，小可在某个公园做一日游园或烧烤活动。实际上来讲，团队活动最能交流沟通，是感表维系的手段。

9、心理门诊促销

可在美容院设立一个心理门诊区，或休闲区进行心理治疗，也可与某个著名的“夜话论坛”，“情感热线”等举办一个心理咨询活动讲座或讲座会。

10、瑜伽美体操

在美容院的美体区，设一个练功房做芭蕾舞，健身操，瑜别功等活动，利用音乐，结合舞蹈，给顾客身心灵的放松，可让高档消费者之保姆等学习按摩手法等服侍方面的技巧。

11、募捐促销

通过引起顾客同情心和尊严感的一种活动方式，一般放在活动促销中，通过如孤儿或美容时被毁容者，让高层次顾客献爱心，同时又满足其身份，地位等虚荣心，同时作为活动的点子，能在效调动大家的参与，增时感情的沟通。

12、义工促销

通过一次有意义的义工活动，让顾客有一种健康爱心感觉，在广州、深圳许多有钱有闲阶层经常做义工，来反馈回报社会，此活动也超出美容的本身，是感情维系的另一途径。

人情促销以满足人的需求为出发点来设计，有汝意欲学诗，功夫在诗外之妙，能打动消费者。

1、春酒促销

在台湾还有头芽、尾芽之说，主要是在年终或年头时宴请若干顾客在一起吃吃饭，叙叙情的促销方式。

2、红娘促销

做好客户服务是重要性的一环，建立客户资料，并帮顾客实实在在的解决问题，通过与顾客的沟通交流，帮其中顾客做媒引线，由人情入手打动顾客，也可由家政促销入手，送贺年卡等也属此类。

3、问候促销

利用电脑、手机等发短讯给客户嘘寒问暖，送关心与问候，并可通知相关的促销活动信息。

4、客户档案促销

建立好客户档案，依据客户档案确定来做护理时间，好像医院门诊书一样，客户与美容院各保存一本。

5、细节促销

如在美容院内休闲区放若干小零食随意让人吃、咖啡、花茶让人随意品尝，在情人节放鲜花。若干让顾客可凭喜好拿走

一支等方法。节日网***这和小礼物促销有区别在漫不经心做促销，有四两拨千斤的作用。

6、报纸送福

新年时，在当地有影响的报纸上作一版广告，给顾客一个小版面来向亲人留言祝福，是个好兆头图吉利，二是抒发情感。

7、电台电视点歌

同报纸祝福的原理，给若干重点顾客点歌致谢，并做好第二年开卡计划和发展计划。两种做法比过年时单纯打电话，送小礼物要好的多。

8、最佳客户或最有效果，感觉最满意客户促销

主要是想通过顾客的嘴来宣传，此法效果好，影响大，通过给顾客满意程度调查表，再结合顾客实际的肤质改善情况来选取，并给予相应的奖励。

9、美容顾问

上贵宾榜或聘请做美容顾问是一种感情投资促销，主要抓最重要顾客。

10、定期回访、贴身服务

定期回访、贴身服务也是针对重要顾客，美容店长，老板本人通过电话，当面拜访稳定顾客，并可制定拜访时间、方式表。

11、用车接送促销

可以用车接送顾客到美容院来做护理并请顾客同时邀请几人一同前往。

12、到店过生日

给消费者一个概念就是到店过生日，或是重要顾客的店内过生日，并请朋友同做护理，区别于过生日到饭店或迪厅。

13、质量促销

化妆品促销方案篇六

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。

活动主题：庆中秋迎国庆，送大礼 活动内容：

1、咬月大赛

参赛人员：限64名

比赛时间：9月13、14日

报名方式：只要购物满50元，即可凭购物小票现场报名参加。

操作明细：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。奖品设置：

参与奖54名 凡参加者均可获得价值10元的优惠卡一张。

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：同仁御颜养生堂庆中秋迎国庆，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。场景布置

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 活动注意事项：

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。出货方案

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。

一、明确节假日促销活动目的：

专卖店促销活动的目标主要是拉升销量，获取利润。平常时段的促销可能会以宣传化妆品专卖店店面品牌以及店内经营化妆品品牌为主要目的，以宣传为主，吸纳更多的新客源。

冬季的“三大节日”（圣诞节、元旦节，春节），气候寒冷而干燥，化妆品专卖店的消费者主动消费性较强，正是化妆品销售的旺季，做“三节”促销活动的主要目的应该以提升销量与增加利润为主，重点宣传专卖店内的促销优惠活动，以及店内经营品牌的优惠让利活动，让消费者感受到化妆品专卖店给予她们在节假日时促销的优惠，得到她们想要的利益；在促销活动中进而做好与消费者的沟通工作，加强专卖店的宣传工作，让更多消费者了解认知我们经营中的化妆品专卖店，从而拓展专卖店客源。专卖店以这一目的去策划节假日促销活动方案。

二、确定适合的节假日促销活动方案：

1、节假日促销活动方案策划基础：

分析化妆品专卖店消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专卖店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。

结合店内以往的销售数据与商圈内消费的调查作出相应的活动方案。如冬季的化妆品消费主要以膏霜为主，其中以保湿、补水、滋润系列为主。一二级市场消费者的化妆品选择方向以一线品牌为主，单品价格带在80元~200元之间，客单量在150元~400元之间；三级市场消费者的化妆品选择方向以二线品牌为主，单品价格带以30元~100元为主，客单量以80元~200元为主。通过这一数据我们可以确定促销方案中买赠的梯级：消费金额以多少分段并赠送多少价值的赠品；通过分析消费者主要选择产品，来确定特价产品及买赠产品，加

钱优惠多购的促销活动选择品牌，空瓶抵现的促销活动选择品牌；通过分析消费者的喜好方向来确定赠品种类。

在不同商圈里，化妆品消费者喜欢的促销模式不同，有些人喜欢特价，名品打折，有些人喜欢买赠，有些人喜欢抽奖，有些人喜欢加钱优惠多购，我们组织的促销模式应该以商圈内主流消费群体喜欢的促销模式为主，或是用组合的促销模式来吸引消费群体。

2、节假日期间化妆品专卖店的促销活动包括有户外促销活动，店内促销活动，消费者答谢会几种模式，不同促销活动有不同的优点，分析如下，根据化妆品专卖店店面自身的特色以及商圈消费者特色确定促销活动模式：

3、确定好节假日促销活动方案项目：

1、易货促销

先送顾客美容小饰物、小礼品，再由美容院返产品或疗程的一种互动促销活动。

2、官司促销

也不是真正意义上的打官司，是通过事先约定的游戏规则，通过媒体或介质来相互炒作，达到双赢的目的，譬如用两个一模一样的店名或“滥用”名人形象来作为“打官司”的点来促销炒作。

3、以旧换新促销

顾客可把旧的化妆品到美容院换成新品，或是换护肤疗程，不论旧化妆品是否开封，交换方法美容院决定，主要是达到轰动效应。

4、画画促销

由于很多女性对于艺术的兴趣和崇拜，都希望有一张自己的速成写或油画，所以可在某活动促销中对重点顾客给予此促销优惠。

5、赊帐促销

只是一个名词，不是真正意义上的赊帐，其操作方法可为：先给顾客派卡，不收费，再让其试作三到五次之后再确定交纳开卡费用，即先试做，见效付款。

6、找缺点促销

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。

7、男人做facial 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。

8、极品促销

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。

9、限量促销

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。

10、身份促销

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。

11、小偷促销 也不是真正的小偷促销，只不过用人爱占便宜的心理，在针对老消费者故意通过一次少收顾客钱或给多一件商品，让顾客有占便宜的感觉，在国家还有特别时段到商场在限定时间内拿走多少算多少的趣味促销，欢迎产品招商代理。

12、年龄段促销

1、一、活动主题

（一）惊喜一：幸运100%，金钱一把抓：

化妆品促销方案篇七

促销目的：

- （1）利用系列的`优惠来扩展新客源。
- （2）提升顾客的消费金额，促进本公司销售业绩。
- （3）加强与顾客之间的情感交流，巩固顾客的忠诚度。

活动对象：

18—30岁的女性。

活动主题：

圣诞欢乐行，美丽更温馨。

活动时间：

12月18日至12月31日。

活动地点：

王府井大卖场。

促销方案：

（1）定量赠送本公司化妆品的购物券，凭此卷可免费兑换本公司化妆品样品，以吸引更多消费者使用本公司产品。

（2）活动前期邀请顾客免费试用样品，让顾客更加了解。

（3）活动期间老顾客均可获得一张“感恩回馈卷”价值不等，凭此卷可在本公司消费相应金额（仅限活动期间使用）

（4）活动期间在本公司消费100元以下者，送精美环保购物袋一个、够满100到500元，送精美卸妆品一份、够满500元以上更有惊喜好礼相送。

促销准备：

（1）在活动场地进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客够满欲望。

（2）活动场地门口放置v美化妆品公司促销展架。

（3）在会场旁设立售后服务中心，为新老顾客提供温馨服务。

化妆品促销方案篇八

促销目的：

- (1) 利用系列的优惠来扩展新客源。
- (2) 提升顾客的消费金额，促进本公司销售业绩。
- (3) 加强与顾客之间的情感交流，巩固顾客的忠诚度。

活动对象：

18—30岁的女性。

活动主题：

圣诞欢乐行，美丽更温馨。

活动时间：

12月18日至12月31日。

活动地点：

王府井大卖场。

促销方案：

- (1) 定量赠送本公司化妆品的购物券，凭此卷可免费兑换本公司化妆品样品，以吸引更多消费者使用本公司产品。
- (2) 活动前期邀请顾客免费试用样品，让顾客更加了解。
- (3) 活动期间老顾客均可获得一张“感恩回馈卷”价值不等，凭此卷可在本公司消费相应金额（仅限活动期间使用）

(4) 活动期间在本公司消费100元以下者，送精美环保购物袋一个、够满100到500元，送精美卸妆品一份、够满500元以上更有惊喜好礼相送。

促销准备：

(1) 在活动场地进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客够满欲望。

(2) 活动场地门口放置v美化妆品公司促销展架。

(3) 在会场旁设立售后服务中心，为新老顾客提供温馨服务。

化妆品促销方案篇九

活动的目的是活动的'灵魂和意义所在，因而它是促销的基础与制定活动准则的依据。

企业的每一次促销活动都有其目的。如让消费者更快得接受新产品；发布企业调整信息；树立企业形象，扩大市场影响力等。如宝洁公司20xx年8月19日到9月21日的碧浪洗衣粉的促销的目的是让消费者知道“碧浪降价不将质，全面65折”的企业重大的价格调整。

1、人流量大，形象好，货架位置好的场地。

促销产品应放置在人流量大、形象好的位置。若促销产品没有专柜，则应把促销产品放置在货架的较显眼且易于客户购买的位置，一般为货架的第二层或第三层应是超市的货架而定。

2、与超市进行有效的沟通，争取超市的最大支持。现在超市做促销一般都会有一定的限制，如交纳场地费、服装与商场统一、赠品不能带入场内等，会给促销活动造成许多不便，

因而必须与超市进行有效地沟通，以取得超市对活动的最大支持。在与超市的有关人员进行沟通时，最重要的是强调“双赢”，做促销虽然厂家有一定的目的，但同时有利与超市增加销售，应尽量取得商场的支持如人员、广播、按排堆头、货品摆放的有利位置、及海报的张贴的位置等的支持。

3、定位一致原则，即超市的选择应与超市的定位、促销产品的定位、超市商圈客户群的定位及本次活动的目的保持一致。如赛尼可的促销超市的选择通常是超市定位较高，商圈的客户群可为中高收入的超市或像好又多、物美等大型的连锁超市。而一般的洗衣粉的促销则可以在一般的居民区较多的超市。

1、广宣品的设计原则：

(1) 广宣品的设计总体风格要与产品在客户心目中的形象和厂家的形象相一致，或直接采用产品的电视广告中消费者所熟悉的形象。如润妍、飘柔的广宣品大多为消费者所熟悉的电视广告中的“秀发美女”的宣传画，这样有利与消费者加深对产品的印象。沙宣的广宣品则会以时尚为形象；体育用品以健康、运动为基调。

□2□pop的设计要简单、醒目、活泼。应减少过多的文字叙述，重点词语用醒目的颜色写，字体要活泼、生动，切忌用草字，能让客户在三秒中内看完全部内容并对活动留下较深的印象。

(3) 因在促销活动中会出现赠品断货的情况，在pop的末尾务必写入“赠品有限，赠完为止”。

2、赠品的选择。

赠品的选择原则有实惠的原则与时尚的原则。但在选择赠品时必须使赠品与所促销的产品有一定的关联或有一定的宣传作用。具体方法有：

(1) 赠送试用装。用公司新产品的试用装或同品牌的其它同档次产品试用装作为赠品，采用这种方法一方面可以让消费者觉得实惠，另一方面可以促进新产品的推广。是“一箭双雕”的促销策略。

(2) 赠品应与品牌形象及目标消费群的心理特点相一致。如在国际上沙宣的品牌形象是“时尚、专业”因而沙宣促销时的赠品往往会体现沙宣专业、时尚的特点。如送时尚手提包、时尚钥匙扣、时尚腕表、时尚钱包、直发梳等女性较喜欢的时尚用品。

(3) 赠品的设计生产应体现形象高成本低的原则，这样有利于减少促销成本。如沙宣的赠品看起来都较时尚精美，但其成本并不高，玉兰油的赠品选择有品牌知名度的依泰莲娜项链，但是作为赠品的依泰莲娜由于采用成本低的原料，因而价格低廉，体现了在产品设计时的高形象、低成本的原则。

(4) 直接用具有宣传作用的赠品，如印有产品及企业鸟标志的雨伞、围裙等。

在招收促销人员是要对前来应聘人员进行考核，可以问一些如“你觉得在做促销时哪几方面较重要、您对以前你所做促销产品的认识”等，以考核该促销员是否适合该工作。

对促销人员的培训时活动的最重要的一步。

1、明确促销人员的举止行为必须维护企业的形象与超市的形象，并遵守超市的规章制度的培训：如在宝洁公司的玉兰油促销中，因为玉兰油是国际著名品牌宝洁的产品，在超市里属于中高档的产品，因而要求其促销小姐必须是皮肤好、声音甜美、态度热情、画淡妆的女性，且对这些促销小姐进行培训，要求遵守超市的规章制度，积极帮助超市的理货、盘货等活动。

- 2、明确工作的程序，如报销量等；
- 3、明确赠送赠品的条件，以防赠品误送、滥送、多送、少送；
- 5、服务态度与销售技巧的培训；
- 6、明确奖罚制与奖罚措施，以避免赠品的不送和促销员的失职等行为；

对活动的检查监督主要是对促销人员的服务态度、方法和备货等进行检查。如促销人员有无迟到、早退的现象；是否对客户热情；有无按规定的原则送赠品，货架上的备货是否充足；有无及时补货等，发现问题及时解决，不能解决的问题有无及时上报等，对日常活动的开展的有效监督是使促销活动健康有序地进行的必要条件。

销售人员必须每天对销量及存在的他所不能解决的问题进行报告。可以采用日报表、周报表等形式。每周召开一次例会，解决促销中存在的问题。

促销活动结束后，采用科学的方法对促销活动的效果进行评估促销的重要一环。促销的负责人员应对此次促销活动的效果进行调查、测定。如让超市有关负责人对活动的评价，包括对本次或动的方法、赠品的选择、促销人员的总体评价及活动的成功与不足之处。并对照目标检查完成了哪些，分析实现目标与未达成目标的原因，为以后的促销活动积累经验。

一个周密的促销活动除了上述程序以外还应有周密的计划，但关键是计划的落实与清晰的工作条理。

化妆品促销方案篇十

作为女性的节日，三八妇女节对于美容院来说是一个重要的促销节日，大大小小的美容院都会在这一期间推出各种各样

的促销活动。在如今美容院经营竞争越来越激烈的情况下，美容院三八节促销方案该如何去设计呢？要想做好一次促销活动，必须做好促销计划。作为女性的“三八”妇女节，是美容院一年内必须要抓的四大节日促销活动（三八妇女节、五一劳动节、十一国庆节、元旦春节）的“第一战”，对全年的销售有着至关重要的意义。

现代经济发展，商品品种多，竞争激烈。每一个企业都必须要知道自己的竞争对手有那些，他们的优势是什么，他们采取了什么竞争策略。再加上化妆品种类繁多、档次齐全、功能各异、品牌众多、价格差异，其市场竞争就更加异常激烈。所以说，想要在湖南开拓属于自己的市场，建立属于自己的分销渠道，关注化妆品的竞争环境是少不了的。湖南的化妆品比较知名的品牌有欧莱雅，雅芳，玫琳凯，资生堂，妮维雅等。这些都是中高档的化妆品，并且都是深受消费者喜爱的。这些品牌的化妆品都开了专卖店，或是铺货到精品店，或是在各大商场里面设有专卖柜，还有许许多多不知名的低档化妆品充斥着湖南化妆品市场。所以，奥岚雪化妆品要进入市场，就必须密切关注这些品牌的动静，关注他们的营销策略，并且做好充足的准备。

快乐女人节“美丽存折”送不停

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

3月5日——3月12日

(1)、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

(2)、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

(3)、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

(4)、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5)、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6)、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至20xx年9月1日。

(7)、凡生日、结婚纪念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

(8) 会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

(1)、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的内容，并送上节日的祝福。

(2)、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3)、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报□x展架。

(4)、活动期间在专卖店周围散发传单。

卡片费用300元

x展架 40元

海报25元

传单200元

其他费用500元

合计 1065元