

最新方案题目字体(大全5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

方案题目字体篇一

活动主题：健康老爸

活动内容：

一、购物满18元以上均可获赠父亲节精美礼品一份。（扇子或剃须刀片）

二、凡6月18日出生的父亲凭有效证件可在麦吉利享受购生日蛋糕6折优惠。

三、送给父亲的祝福（顾客持会员卡购男士用品可享受免费礼品包装。）

四、想看到平时温文尔雅的爸爸，豪情万丈，豪饮美酒的样子吗？快和爸爸到超市发超市来吧！只要在喝啤酒的比赛中胜出的话，就可以获得丰富的礼品。

具体操作：

地点：大厦店换购处

细则：

a凡持本店当日单张38元以上购物小票者可参加喝啤酒比赛。

b□每场次分两组，每组5人。由主持人下令，能在最短时间内喝完1听者获胜。获胜者将当场奖2听钟楼啤酒，商品准备：水杯，男士内衣，吉列系列，酒类，凉席，凉枕卖场布置：换购处吊挂父亲节吊牌，卖场内制作父亲节提示。

一、营销目的

由于父亲节和端午节只相差几天，并在同一快讯档期，而父亲节相对端午节来说，仅仅是一个小节日，两者只能选择其一做为促销重点，因此，今年父亲节的促销不做主题式促销，主要以商品促销为重点，来达到销售的目的。

二、快讯档期

6月10日—6月24日

三、促销主题

- 1、扮靓父亲，重返年轻
- 2、给老爸一个温馨的父亲节
- 3、真情实意送父亲，健康礼品更贴心

四、促销方式

一)商品选择

选择男士商品和季节性商品进行促销，以下商品谨供参考：

- 1、食品类：啤酒、饮料、滋补品、保健品等；
- 2、日用类：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀、体育用品、高档礼品等；

3、烟酒类。

二)商品特卖

由采购部针对相关商品与供应商洽谈特价销售：

- 1、让父亲更潇洒：西服、衬衫、领带、皮鞋、手表、手机、剃须刀等特卖；
- 2、让父亲更健康：啤酒、饮料、滋补品、保健品、体育用品等特卖；
- 3、让父亲更快乐：一些精美高档礼品等特卖；

三)商品促销

四)商品陈列

由各连锁分店根据本店与专柜情况，针对相关特价商品进行突出和重点陈列，以促进和达到节日销售的目的。

1. “神气老爸”孝子亲情绘画大赛

活动内容：父亲节即将来临，为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：“健康老爸”、“快乐老爸”、“帅气老爸”等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下(含18岁)，画体风格不限。6/5---6/12为作品收集期，6/13为作品评选期，6/14---6/16为获奖作品展示期，6/16进行现场颁奖。

奖项设置：

一等奖：1名价值300元的礼品

二等奖：1名价值100元的礼品

三等奖：2名价值50元的礼品

纪念奖：46名精美礼品一份

2. “巧手老爸”手包粽子比赛

活动地点：正门外淑女屋旁

报名方式：_____

活动内容：父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

奖项设置：

冠军：1名价值300元的礼品

亚军：2名价值100元的礼品

季军：3名价值50元的礼品

参与奖：44名精美礼品一份

3. “勇敢老爸”旱地龙舟比赛

活动内容：举办旱地龙舟比赛。在端午节这天，自古就有赛龙舟、吃粽子等传统习俗。你想尝试划龙舟的乐趣吗？你想让今年的端午节过得更有意义吗？那么赶快参与我们的旱地龙舟大赛。

参赛队伍组成：康师傅一支队伍，观众三支队伍，春熙路街道办两支队伍。参赛队伍可获精美小礼品一份。

4. 父子闯关趣味赛

活动地点□1f正门

活动内容：父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报30队。比赛分为：父子颠足球接力、父子卡拉ok对唱(伴奏带自备)、你做我猜--父子默契大考验，真情传递。参赛先手需按要求完成以上内容，比赛采用计分制，根据部分评出冠、亚、季军。

奖项设置：

冠军：1名价值400元的礼品

亚军：1名价值200元的礼品

季军：2名价值100元的礼品

参与奖：26名精美礼品一份

方案题目字体篇二

2. 活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务；创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动的促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5)脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6)立体造势，大量吸引人。

(7)帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8)帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9)激励团队以团队利益为出发点，营造！“比，学，赶，帮”气氛。

(10)争当“服务天使”“技术能手”，“进步员工”的先进荣誉福利并举。

3. 活动内容：

(1)对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2)内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩。

(3)规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4)凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5)凡活动期间来店进行消费顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何？如何能使用《旺点发型设计软件》进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套全能浪漫无损烫发原价ss元+靓点染发原价xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价xx元+姜疗护发原价xx元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx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xx元一(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)

4. 活动前的准备

1) 进行活动前人员动员：告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：拉条幅：看起来简单，但一定要做。店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

5. 顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。(物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。(热情，主动，舒适)

(4) 享受超低价格，超值服务。

6. 员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源；更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

6. 活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日完成)。

(4) 顾客资料整理。电话通知客人，三天工作期(月日完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开(月日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8)a□店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“全能浪漫无损烫”。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让顾客购买产品：

b□广告发放语术训练。

c□冷烫技术训练。

d□染发技术训练c

e□护发技术训练。

f□统一问候客人语术。

g□20xx年最新发型发表(布置店堂的挂画下，喷写圣诞快乐)

(9) 店外广告(写真，喷绘)发布月日完成

7. 美丽卡发放月日完成
8. 纸巾发放月日完成
9. 海报贴月日完成
10. 每日早会检查前一天状况，布置当日工作
11. 奖罚方法：

(1) 此活动以业绩达成数的结果为比赛基础。

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b□助理贵宾卡，护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)

第三周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)

第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)

c□活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元□
1号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率□
1号发型师本月应得奖金400元。

中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

12、活动总结

(1) 活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢？这里告诉几种方法：

a□顾客来进行消费时，一定采用软件(这里推荐大家使用《旺点系统美容美发管理软件》)进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b□短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

(2) 活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

方案题目字体篇三

1、活动日期：20__年12月8日至20__年1月8日

2、活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务；创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6) 立体造势，大量吸引人。

(7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9) 激励团队以团队利益为出发点，营造！“比，学，赶，帮”气氛。

(10) 争当“服务天使”“技术能手”，“进步员工”的先进荣誉福利并举。

3、活动内容：

(1) 对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2) 内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩。

(3) 规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4) 凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5) 凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发

型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何？如何能使用《旺点发型设计软件》进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套全能浪漫无损烫发原价ss元+靓点染发原价__元。姜疗倒膜原价__元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价__元+姜疗护发原价__元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次__元，特价__元，并送价值__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__元一（不含洗剪吹，有效期限截止年月日）

4、活动前的准备

(1) 进行活动前人员动员：告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：

a拉条幅：看起来简单，但一定要做。

b店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

c员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

(6) 准备好所需要的会员卡，当顾客办理会员卡时，就可以直接录入《旺点管理软件》去，这样就可以长期锁定顾客。

5、顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念（都有客人）

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。（物美价廉）

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。（热情，主动，舒适）

4) 享受超低价格，超值服务。

6、员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源；更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

7、活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌（每日战报用）二天工作期（月日完成）。

(4) 顾客资料整理。电话通知客人，三天工作期（月日完成）

(5) 广告发放（店内）期前三天展开（月日完成）

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

8a 店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“全能浪漫无损烫”。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让顾客购买产品：

b 广告发放语术训练。

c□冷烫技术训练。

d□染发技术训练c

e□护发技术训练。

f□统一问候客人语术。

g□20__年最新发型发表（布置店堂的挂画下，喷写圣诞快乐）

（9）店外广告（写真，喷绘）发布月日完成

8、美丽卡发放月日完成

9、纸巾发放月日完成

10、海报贴月日完成

11、每日早会检查前一天状况，布置当日工作

12、奖罚方法：

（1）此活动以业绩达成数的结果为比赛基础。

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b□助理贵宾卡，护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军（奖现金）

第二周比赛周冠军与员工互相挑战（奖剪刀）

第三周比赛周冠军与挑战数竞争（输者请客）

第四周比赛周冠军十月冠军（奖现金）

c□活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元□
1号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率□
1号发型师本月应得奖金400元。

中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

13、活动总结

（1）活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢？这里告诉几种方法：

a□顾客来进行消费时，一定采用软件（这里推荐大家使用《旺点美容美发管理软件》）进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b□短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

（2）活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

方案题目字体篇四

小项目：烫前技术处理、染前技术处理

健康卡：护理套装(按次数销售，一般定为三次)

活动周期：45天(2013年1月11日-2月24日)活动要点：从剪发女客入手开项目，单项开项目、双项开项目，代金券开项目。美丽卡(内部称之为蝶变卡)：

如上图所示：做一个项目，盖上一个印章，由左到右的顺序。
记劳动业绩：98元/58元

演算过程如下所示：

女客：2000人 \times 60%=1200人

一、剪发：单项30% \times 1200=360人360人 \times 128元=46080元

双项50% \times 360=180人180人 \times 88元=15840元

小项目30% \times 360=108人108人 \times 38元=4104元

健康卡10% \times 360=36人36人 \times 98元=3528元

办卡50% \times 360=180人180人 \times 200元=36000元

办卡+34776元=36000+34776=70776元

二、烫/染单项

假如：总客人中12%持消费过1次的“美丽卡”单独烫发，5%单独染发。

单项比例 $\square 17\% \times 2000 \text{人} = 340 \text{人}$

双项 $\square 50\% \times 340 \text{人} = 170 \text{人}$ $170 \text{人} \times 88 \text{元} = 14960 \text{元}$

小项目 $\square 60\% \times 340 \text{人} = 204 \text{人}$ $204 \text{人} \times 38 \text{元} = 7752 \text{元}$

健康卡 $\square 10\% \times 340 \text{人} = 34 \text{人}$ $34 \text{人} \times 98 \text{元} = 3332 \text{元}$

办卡 $\square 60\% \times 340 \text{人} = 204 \text{人}$ $204 \text{人} \times 200 \text{元} = 40800 \text{元}$

$40800 \text{元} (\text{办卡}) + 10417.6 \text{元} = 51217.6 \text{元}$

三、双项

不做活动就来店消费的新增客人，我们假定比例为5%做双项。新增顾客的正常比值也为5%。

正常新增客 $\square 2000 \times 5\% = 100 \text{人}$

通过计算，意味着将有 $180 \text{人} + 170 \text{人} + 100 \text{人} = 450 \text{人}$ 会进店消费，而且都是新客人哦。

所有做双项的客人，在交完款项过后，记得赠送一张198元的代金券，活动有效期截至到我们规定的时间。要求发型师必须盯追顾客，顾客回来持券消费了一律记128元的业绩。（假如追不回来，发型师自己掏钱赎回，每张券20元。备注：这个可以不要）

$128/88$ —— $98/58$ (60元) $60 \text{元} + 68 \text{元}$ (公司奖励)———建议这个不要给员工解释。

设计师要强烈建议顾客做双项，因为第一项都是免费给您做的，小弟也得吃饭不是？您再做个烫/染吧。一般顾客不会拒绝，也不好意思拒绝。

双项 $50\% \times 360 \text{人} = 180 \text{人}$ $180 \text{人} \times 88 \text{元} = 15840 \text{元}$

小项目 $70\% \times 360 \text{人} = 252 \text{人}$ $252 \text{人} \times 38 \text{元} = 9576 \text{元}$

健康卡 $10\% \times 360 \text{人} = 36 \text{人}$ $36 \text{人} \times 98 \text{元} = 3528 \text{元}$

办卡 $50\% \times 360 \text{人} = 180 \text{人}$ $180 \text{人} \times 200 \text{元} = 36000 \text{元}$

$28944 \times 50\% + 36000 = 50472 \text{元}$

广告词：

亲们，知道吗？xx造型2013年1月11日开启迎新年活动啦，我们一起与美丽相约吧！2013春季潮流发型全面发布，烫发128元起，染发88元起！

活动期间，持美丽卡在店内消费任意一项烫或染，即可获得琨丝造型独家“蝴蝶”印章一枚！集齐两枚可兑换198元烫发或染发代金券一张（不限本人使用哦），更多资讯敬请关注新浪微博@琨丝造型漆建。

如果做护理活动的话，以次数代替套装销售。

比如：328元护理6次

1、顾客：送100元烫发代金券

顾客如果再消费小项目，花费多少记多少业绩给员工。

2、发型师/助理提成88元，谁卖的给谁提成。

3、公司：成本40元

获利100元

总计：100元代金券+88元+40元+100元=328元

方案题目字体篇五

活动目的：

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

活动要求：

预备5000元xx货品作活动用（公司送出10套褰服）

活动时间：

（促销时间：9月29日——10月5日）

活动流程：

- 一、邀宴客人：请老顾客带2个以上朋友参加。
- 二、会议流程：（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xx年对xx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xx美容院新老顾客均有一份精美礼品。请第二天到xx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《可举列子》、

6、裹服秀

7□xx协会会长隆重推荐xx产品

8□xx美容院5.1促销活动公布方案

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xx美容院咨询

10、表演舞蹈，公布晚会结束。

三、促销活动

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

四、美容院须做的工作

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）