

2023年新开理发店的活动方案(通用7篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

新开理发店的活动方案篇一

活动主题：

放粽爱你

活动时间：

20xx年5月28日-5月31日

活动目的：

提升总体业绩，扩大人气口碑，为后期的经营做好铺垫工作

活动准备：

1、利用端午节文化元素装扮活动现场，要想真正的不一样那就要有个性的元素而不是复制往期的'活动内容，顾客也是会产生审美疲劳的，一味地重复单调的活动项目只会让顾客产生心理排斥，更不要说对于活动的详情感冒了。所谓的个性一方面是跟节日主题契合，一方面是和美发店品牌结合，一方面是拥有创意的想法和设计，让整个活动现场呈现高潮连连的激情状态。

2、保证活动当天人员的安排得当，一方面各个环节要紧密相扣，另一方面每个美发师都知晓活动的详细方案，能够收放

自如的给客户介绍与讲解，保证整个流程能够顺畅的走下来，呈现最完美的效果。

3、活动提前宣传，建议活动开始前15天就宣传，充分为活动当天的精彩环节造势，让客户早早的就在内心产生期待，还未到活动当天就能产生口口相传的好效果。

4、优惠折扣最好惊喜连连，很多顾客对于打折促销其实已经很疲劳了，如果我们能够在促销活动上稍微变动模式就能帮助我们的美发店带来更好的营业额。

活动方案：

1、来店有两重惊喜，第一重，凡是端午节当天来美发店的顾客即可享受免费的美发店试用装一套，外包装最好采用不透明的粽子包装，第二重，进店的顾客只要消费即可赠送精美粽子一盒，只为给客户万般宠爱。

2、限时限量底价秒杀，每天限量66件产品及项目，来晚就没有机会了。刺激消费欲望，增加顾客消费的紧迫感。

3、玩游戏赢折扣，设计一个小游戏，通过游戏排名分别给予顾客相应的折扣，让顾客明白优惠的来之不易，更加愿意去掏钱消费。

新开理发店的活动方案篇二

活动主题：

粽粽情深，相约xx美发店

活动时间：

20xx年5月28日至5月30日

活动目的：

促进销售增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度，同时塑造和提高品牌形象，提升美发店的知名度和美誉度。

活动内容：

1、在端午节期间，顾客进店消费满120元，可获得该店赠送的一份礼品，该礼品是价值66元的洗发水。

2、在活动期间，进店做发型的可享受5折的优惠，同时还可以得到店家为你准备的一份精美礼品。

3、美发店端午节那天举行幸运大抽奖，奖品如下：

消费满322元抽取时尚奖1张，奖品是免费做时下流行的发型。

消费满288元抽幸运奖10张，奖品应是价值300元的一套护发产品。

消费满166元抽取开心奖30张，奖品是可爱公仔一个。

新开理发店的活动方案篇三

一、五一进店，免费体验。

二、现场理发演示。

五一是国家法定节日，很多人都会在家休息。理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理发师的技术，同时还可以卖一些理发用品，比如洗发水、护发素和发膜。这些理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，理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，理发店都可以试用，只有不断尝试新的促销方法，才知道哪种最适合自己的店。

理发店五一促销注意事项：

1、提前做好宣传工作。

理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[138job]小编觉得这是非常不可取的。理发店要锁定顾客，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。

理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，理发店需要做的重点是保证服务质量和理发效果。虽然，追求质量是每个理发店的宗旨，但是五一促销人多之际，这点极易被忽视，要保证理发店获得好口碑，保证服务质量和理发效果是必须的。

新开理发店的活动方案篇四

根据最新的国家规定在元月一号二号三号，也在星期六星期天，外加星期一，这样的话就对我们美容美发行业提供绝对上好的节日时期，作为美容美发管理者和美容美发店长而言，绝对不对错过这个美好的时间段。

很受大家欢迎，为此20xx年圣诞□20xx年元旦方案我们也花尽心思，准备了此方案要，供同行参考，如果觉得不错，可以告诉你的朋友，但一定注明出处。

1□20xx圣诞元旦活动方案主题：

美丽给力□20xx你第一杰特

2□20xx圣诞20xx元旦活动方案主题说明：

(1)主题核心：给力，不说了吧，网络上到处都是，与时俱进，给顾客绝对眼前一亮的感觉。给力我们美丽，说明我们技术，绝对一流。

(2)主题关键：第一。为什么要用第一，元旦是新年第一天，每个客户都希望自己成为第一，不管什么，只要第一，相信大家一定很爽。

(3)主题重点：一定要结合《旺点美容美发管理软件》及相关软件来实施活动方案，才更加有效，否则活动有龙头蛇尾的感觉。

(4) 本活动最好结合沙龙的实际情况进行。

3、圣诞元旦活动方案目的：

(1) 利用节日提升旺季业绩。

(2) 让我们店在提升人气的同时，多了几分冬天温暖的. 气氛。

(3) 通过本次活动，促使我们技师(美容美发师)与助理的的团队协作精神。

(4) 提升我们员工的技术，稳定客源。

(5) 增加“大头率”，提升回头率。

4□20xx圣诞元旦活动时间

20xx年12月20月到20xx年元月10日。

注意：搞活动不能太长，如果太长，让人觉得很假的感覺。20天正好合适。

5□20xx圣诞元旦活动方案内容：

(1) 活动期间“每天”来店剪头的“第一位”顾客或打烊的“最后一位”只收11元。(当然如果你的店剪头价格10元都不到，那这个活动方案，就不用看了。档次也太低了。)

(2) 活动期间“每天”来店染头的“第一位”顾客只收111元，或打一折(具体找多少折，看头办。根据实际而论，只要后面带个一就行了)。

(3) 活动期间“每天”来店烫头的“第一位”顾客只收111元，或打一折。

(4)活动期间“每天”来店洗头的“第一位”顾客只收1元。

(5)活动期间累计(或一次性累计)消费达到20xx元的顾客，送价值20xx元的护理。

(7)每天抽奖1名顾客，免费护理一次。

(8)一次性充值20xx元以上的顾客，免费送213元。

(9)代金卷：18元，28元，38元用于烫染。如何使用，如何发放，后面有详细说明。

(10)做烫染的给带小孩来的神秘礼品一份。

特别说明：给小孩礼品，是为了加深你和顾客的感情。

6□20xx元旦圣诞活动方案准备：

活动是否成功，就跟打仗一样，就看准备得如何？

(1)、活动前一定要对所有店(连锁店)的员工进行培训说明本次活动的目的。

(2)、网上下载好旺点发型设计软件个人版，用找来光盘刻录好。很小，只有11m□

(3)、印刷和准备好代金卷。

(4)、准备好横幅。

(5)、了解收银员是否会使用《美容美发管理软件》，比如用代金卷，用积分换礼品等等。(当然如果还没有使用来管理你的店的，那就有点out了)

(6)、使用管理软件给顾客发短信，告诉2个月以上没有来店的顾客圣诞你们这边有大优惠活动。

新开理发店的活动方案篇五

1, 对先期的烫染顾客和8, 9月剪发顾客的回笼, 并为到来的十一月份的淡季作基础, 稳定业绩.

2, 对同行商圈的竞争压力, 培养更忠实的老客户, 创造更多的新客户, 以稳定增加烫染客户的数量.

3, 掌握和控制顾客的消费周期.

4, 激励员工, 增加全体员工凝聚力. 立团队精神, 创造个人和团队高业绩.

四, 活动前的准备工作

1, 活动所需要的活动平台, 海报, 画册, 气球, 条幅, 胶带等是否准备妥善.

2, 活动所要促销的染烫服务项目或者产品是否定位.

3, 活动所需的发型师及助理是否已经安排.

4, 烫染的过称及程序每个员工都要了然于胸.

5, 现场销售及与客户沟通技巧是否演练成熟.

注:准备所要注意的一些东西

促销的折扣设计在设计促销折扣时需注意以下列几点为前提:

1, 不能让消费者觉得以前赚她太多.

2, 尽可能做多样式的产品组合.

3, 会员与非会员优惠要有所差异, 让会员觉得受到不同礼遇, 非会员想要加入做会员.

4, 尽量不要在产品上打折, 因为产品售卖利润较低, 如在产品打折, 无疑是直接减少利润.

五, 活动内容

1, 现场的染烫表演. 毕竟发型师水平的高低决定烫染客户的人数及忠诚度. (时间周期不宜过长, 我认为以1-2周为宜, 其他活动的时间按照正常1个月时间没有什么问题)

具体操作为: 在店外搭建一个活动平台, 选拔优秀发型师邀请两位围观的有染烫经历的女士免费做新式的烫染体验 (最好是有一个是自己的朋友而另一个则是潜在的客户, 因为如果你邀请两位不认识的女士去台上做头, 是有一定的难度的, 但是呢人都有从众心理, 只要有一个上去的, 另一个女士就好搞定了)

2, 烫染项目打折服务, 这是每家美容美发店都用的一个活动项目, 但其中也是有技巧的.

具体操作为: 烫染项目打折需要一个梯度, 比如原来的老客户习惯做300元的烫染, 打7折变成210元, 而你另一个烫染项目平时价格为400元, 打7.5折正好为300元. 这样呢发型师可以推荐做400元的烫染项目, 而客户呢还是花原来的300元, 但是呢她的消费水平却是增加了, 如果您400元的项目确实比她所做的300元的要好, 她会考虑以后做400元的项目, 这无形中增加了你们的客户消费水平.

3, 做烫染项目送代金券, 洗头卡, 保养

具体操作: 消费不同的烫染送价格不同的代金券及次数不等的

洗头卡和头发保养次数. 建议最好送洗头卡, 而且要有日期限制, 比如一个月的时间. 因为洗头的成本相对较低.

本文素材来源于网络, 如有侵权, 请联系删除。)

新开理发店的活动方案篇六

1、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。

2、了解活动对象:

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超低价美发优惠活动。

3、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。

4、美发店策划的执行:

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, 中型活动一义剪、艺剪等,

增加美发店的人气营销氛围;小型活动——项目体验活动，推广新项目、染烫送护理等等。

新开理发店的活动方案篇七

促销作为传统营销理论的四个支柱之一，其重要性也被发廊深刻认识，而且已经成为发廊运用最广泛的营销手段。消费者随时都会被促销信息包围，在很多时候走进发廊，都可以看到悬挂的促销招贴画。“搞促销”已经成为中国发廊在经营中使用最多的词语。但是大量的促销活动中，有哪些是真正必须开展的，有多少资源被浪费了，就很难说清楚了。

下面是十一活动方案，您可以选择其中之一的方案，参考一下。

活动方案：

【方案一】抽奖

如果顾客在本店消费达到一定水平(具体情况自己定)，就有机会参加店里的抽奖活动，将会有机会获得大奖。比如说，如果他抽到一个纸条，上面写着“优惠”，那意味着，他有机会打八折。如果写着“礼品”，那他就有可能获得小礼物，这又自己店来定(比如小包装洗发水，小包装护理液等等)。

【方案二】优惠券，洗头票

【方案三】花5元钱10分钟就能单剪一个刘海。

在新年节日，很多消费者都想借这个机会来美丽一下自己。但是，通常情况下，稍有档次的美发店，只要动了剪刀都要花20元左右，消费者觉得不划算。

如果美发店在新年节日，打出广告“只要5元钱10分钟就能单

剪一个刘海”。这样做可帮我们吸引不少新顾客。短短10多分钟，既能让顾客满意，又能体现发型师的技术水平。对美发店也是很好的宣传。

当然，前去消费的.大多是附近写字楼的白领或者是相对中高档小区的消费者，她们看中的是快捷简便的服务。其中，不少前来剪过刘海的顾客，将会后来成了店里的常客。该举措还带动了染发、烫发、护理等项目。推出该促销活动前，某店本以此作为应付淡季的权宜之举，因市场反响不错，老板决定将此定为常设项目。

据悉，为适应上班族快节奏的生活，不少美发店推出了“10分钟极速剪发”服务。店内不设洗发、吹发、染发等服务，为顾客节省不少时间。

随着美发行业竞争日趋激烈，只有充分满足消费者的需求，推出人性化的服务才能赢得更多的市场。