

# 2023年理发店个性活动方案 小理发店活动方案(优质6篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 理发店个性活动方案篇一

节假日期间是理发店促销的好时机，那么小理发店的促销活动实施方案怎么写呢?来看看本站小编为大家整理的一些小理发店活动方案吧，希望对您有所帮助。

活动主题：“五一，让您的美丽充分展示”

活动日期：4.29-5.5，一周的时间(注：活动一般不要做的太长)

活动目的：

c.让顾客产生好感，提升品牌形象。

活动的具体实施方案：

美发店：

优惠一：五一假七天中，每天前10名客户，可以享受项目七折，产品八折的优惠。

优惠二：消费满 178 送面值为18元的代金券 ， 消费满480送58元代金券。

优惠三：加“51元” = “88元”。

这七天内，消费到168以上的，就可以再加 51 元可购买原价88元的产品。

美容院

优惠一：美容超值体验套餐：原价568元，体验价298元(一个仅限一次)

优惠三：洗护98元，活动期间体验价51元

活动的宣传：

a.最简单的方法：发送短信。如果您觉得用手机发短信很慢的话，可以用《旺点美容美发软件》的短信功能.所以，还没开通短信功能的朋友请迅速开通，量大从优哟。

b.宣传单：提前一周，地点可以就在附近几个地区，当然，如果你的地段是当地的繁华大街，你也可以在远一点的地方派发。

店里的准备：横幅，海报，以及彩带这些必不可少. 打造出一个温馨，浪费的节日氛围。

要提醒员工，做好服务，保持微笑，让客户感到温暖。并制定出一个奖惩制度。

活动结束：

1、不要认为活动结束了，就完了。再进行一次短信回访，记录下客户对这次活动的评价，不足的地方加以改进，以便下次活动做得更好。

2、一个一个电话进行回访，回访可以增加亲近感，但就是很多消费者都不愿意接电话。

### (一) 促销成功案例：

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。

1. 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。

2. 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。

3. 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。

4. 增加设计师的指名度及店的知名度。旧客人如果对设计师服务满意，他带来的客人，必定会指名要某某设计师服务，如此即可增加指名度。推行这个活动时，可能要透过媒介作宣传(传单等)，如此，会造成商圈的震撼，口耳相传的结果，无形中店的知名度也会跟着提高。

6. 整个活动做下来，员工技能必然有所提升。

许多人也许会置疑，免费送一次烫发，可能会造成店内的亏损，得不偿失。其实不然，因为顾客不会因为你免费送他一次烫发而减少烫发的次数，他可能由原先的一年烫发四次变成一年烫发五次。此外，老板仅需多负担烫发水及助理奖金费用，金额约在50到80元左右，花费如此少的成本却可收极大的效益，因顾客来洗头的次数大幅增加，所得的利润远远高过烫发的成本。

进行这样的活动，老板无须顾虑成本，反而可以提升业绩，设计师的业绩得以成长，助理的奖金可望增加。

## (二) 促销失败案例：烫发打六折。

原以为可以提升业绩的打折活动，具有以下几个缺失：

1. 减少店内收入。烫发原先定价可能是200元，因为打六折的关系，变成120元，店内少了80元收入。

2. 打折产生不了吸引力。对于老顾客来说，绝不是因为打折才来店里烫头发，他很可能是原本就想烫头发，对于新客人来说，打折的魅力不大，因为，类似这样的打折活动实在太多了。

3. 消费水准下降。原先客人可能习惯烫200元的头发，现在只需付120元，如此一来，他的消费习惯可能会变成烫150元的头发，消费水准就此下降。

4. 周期延长。客人原本每经过一段时间就需要来店烫头发，但因店里每年定期举办促销打折活动，客人会刻意等到打折期再烫头发，无形中烫发的周期就会延长。

### 打折活动需掌握的要项

促销活动如果设定失当，不仅无法达成促进销售的目标，且极可能会导致反效果。但是，如上述[烫发打六折]的案例，也并非完全行不通，若能掌握几项要件，依然可以化阻力为助力，化负面为正面，达到提升业绩的目标。

1. 提高顾客的消费水准。顾客原先习惯烫200元，这时可建议他改变500元，他不用多花一毛钱，却可以享受更好的服务，从此种提高的消费单价的方式，来平衡打折的损失，这样店内的收入才不会减少。

2. 必须要老客人生老客人，即是客人带客人来店消费。在打折期间，必须设法让老客人带新客人来，如此，这个活动的推行才有意义。

3. 不要预先告知顾客。如果打折的消息预先让顾客知道了，很可能顾客会等到打折的时候才来烫发，消费周期因此延长。

如果客人来到店内才知道现在是打折期间，很可能会提前烫发，而缩短了消费周期，如此一来，打折促销的目的才能达成。

打折活动如果无法掌握上述三个要点，即注定了失败的命运，还不如不推行，免得得不偿失，过去许多发廊推行的打折促销成功，有的却失败，原因就在于此。此外，打折促销可能会让当月客源的急速增加，前后两个月的客源却明显减少，这是推行打折活动时所必须谨慎顾虑的问题。

活动背景和主题：自vvtv成立以来，承蒙广大客户的支持和关爱，因为您的参与我们不断发展，不断前进，为了表示我们的谢意，特面向社会推出此次感恩活动。

活动宗旨：通过此次活动让更多的人了解vvtv[]让更多的人感受vvtv的热情和专业，让更多有消费潜力的女士成为我们的顾客，让每一名员工有更多的收益。

活动内容：免费赠送感恩卡一张，内含rmb肆佰捌拾元整，仅限女士烫染使用。消费时，高于480的烫染项目，需现金补足差额，低于480元时，此卡内余额不退，并限一人一卡一次，并需现金支付造型费用。

活动时间[]x年x月x日至x月x日

活动期间推广事宜：凡在活动时间内持感恩卡来消费的客人，不推销产品，不推销高价项目，发型师在即将完工时，向客

人询问对我们的技术和服务是否满意，并告知活动期间充卡有优惠，如果发型师没有说服，那么到收银台时由收银员继续推售，并展示相关赠送礼品。(切记要适度，不要让客人反感)，因为此次活动的宗旨只是为了提高人气，扩大知名度。

活动期间的卡级内容： 烫染卡(此卡仅限烫染护，并按价目表扣除，不享受另外优惠)

1、 烫染卡20xx(存1200消费20xx)

2、 烫染卡3000(存1800消费3000)

3、 烫染卡6000(存3500消费6000)

4、 烫染卡10000(存5000消费10000)

凡办卡者均有相关礼品赠送(如洗发水、护发素、发腊等)

通用卡： 此卡可消费vvtv全场所有项目

1、 500卡享受烫染8折，洗剪吹9折

2、 1000卡享受烫染7折，洗剪吹8折

3、 20xx卡享受烫染6折，洗剪吹7折

4、 5000卡享受烫染5折，洗剪吹6折

均同样赠送相关礼品

活动期间注意事项：

1、 每名员工要以高度的责任感和积极性参与此次活动，为达到活动效果，活动期间将严格执行奖惩制度。树立大局观念，

不计较一时得失，共同谋求公司发展壮大。

2、强化服务意识，认真做好每位顾客的接待工作，如有顾客对活动内容不清楚，耐心做好解释，树立vvtv服务好，讲诚信的形象。

3、收银员做好登记工作，每位凭卡来消费的客人，都要记录姓名、生日、号码三要素，届时店内将用短信进行跟踪、回访。

4、每名发型师可持有本店此次消费卡20张，发给活动期间你认为有发展潜力的客户，一方面可以树立良好的客房关系，另一方面可以发展体验或营销，让顾客带动顾客。

5、如果短时间内出现客人井喷现象，将实行预约制。

活动期间店内布置：

一、店内悬挂气球、彩旗，营造温馨气氛，员工时刻保持笑容，店内单曲循环播放(感恩的心)。

二、进门处设置海报，详细阐述此次活动的内容和消费注意事项。

三、彻底清理店内卫生，物品摆放井然有序，卫生间要随时有专人打扫，保持时刻清洁卫生，并适当张贴一些标语和头发保养护理知识。注重管理的细节的人对卫生间的要求都是很高的。

四、设置一处积分礼品兑换处，礼品要新颖独特，有眼球冲击力，一看就想有占有欲望的礼品。礼品按照积分等级进行摆放，让顾客能为最高积分的礼品而冲刺！

五、店内标语内容：

经济虽然危机，美丽不能出现危机。

店里所有项目和产品都可以打折，唯有对您的美丽我们从不打折。

我一直在这里，等待您的到来。

愿以后的日子里，都有我们vvtv陪伴告诉朋友，如果我不在vvtv□就在去vvtv的路上。

走进vvtv□感受头发与美的全新定义。

是的，我很贪婪，永远不会满足，因为我始终觉得您还可以更美丽。

有谁可以告诉我，头发是干吗的？

诚实守信、平价消费、技术过硬、服务周到，是vvtv的经营宗旨。

## 理发店个性活动方案篇二

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

活动要求：预备5000元xx货品作活动用（公司送出10套裘服）

活动时间：（促销时间：9月29日——10月5日）

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) 褻服秀

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（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

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

## 理发店个性活动方案篇三

活动主题：

喜迎元旦，好礼大派送

活动时间：

2014年12月28日—1月5日

活动目的：

- 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。

活动内容：

### 一、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。

### 二、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2014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。

### 三、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。

## 四、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。

活动注意事项：

### (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。

## 五、活动经费预算

更多

## 理发店个性活动方案篇四

元旦理发店促销活动方案（最新）

活动主题：冬季显风情，烫出好心情。新潮发型全能浪漫无损烫

活动日期：12月15日至1月8日

## 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) 借此活动让顾客认同本店专业技术和服务，提升整个店的客单价，形成新的高价战略。
- (3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神，并得到凝聚和发挥。
- (4) 创造达成个人和团队最好的. 业绩。
- (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会员卡、贵宾卡的保护下，才会有真正的不断的回头客。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。
- (8) 帮助员工创造更多的烫发、染发、护发机会，稳定顾客群，更好控制顾客消费周期。
- (9) 激励团队以团队利益为出发点，营造一个“比、学、赶、帮、超”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。

## 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或免费进行发型设计6个发型。

(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**

**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，可购买靓点青春染发，只需花xx元(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)**

## 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。短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

阅读此文章还关注：

圣诞节活动主题方案

圣诞节活动策划方案

20大学圣诞节活动方案

圣诞节活动策划

圣诞节活动方案年最新

2014年ktv圣诞节活动方案

2014年圣诞节狂欢活动策划书

2014酒店圣诞节活动方案

## 理发店个性活动方案篇五

活动时间□20xx年12月xx日至20xx年1月x日

活动地点□xx美发店□xx市xx去xx街道xx大厦x楼)

活动人群□xx美发店新老顾客

1. 产品选择：选择特定产品（一般为小包装：例如200ml的洗发水，发雕等）进行推广，要求：为单一产品进行活动，产品为新产品中的推广核心。
  2. 在发廊单次消费满一定金额：例如100元，加5元钱就可以购买原价××元的产品一瓶。
  3. 活动一定要有时效性，例如1周或者10天，让消费者明白这是新产品上市时的特惠活动。
  4. 全新健康洗头，加量不加价（现在发廊即可执行）
  5. 利用肯恩产品现在推出（5月~8月四个月时间）的买客用装送发廊大桶装的政策开展“夏日健康洗发”项目推广，以带动客用小包装□400ml□产品的销售。
  6. 宣传配合：利用公司赠送的大型宣传海报，在规定活动时间（5月）内实行不加价的原则，大力进行三温暖洗发、护发系列产品的推广。在第一期活动结束后，公司将配合新的（6~8月）宣传海报，发廊可根据自己自身情况，调整价格。
  7. 要求：加盟店要对所有员工进行深入的培训，让员工对产品，对销售政策有深刻的了解。要将公司的宣传海报张贴在店铺内的醒目位置上，配合项目的推广。在店内提供一个位置进行产品的集中摆放。
1. 针对客人进行整体的项目推广，向客人推出健康烫、染的概念。
  3. 廊利用项目卡的推出，让客人体会到头发健康的重要，同时能长时间保有客源。
  4. 顾客积分奖励



5. 给长期忠实顾客的一种优惠。

6. 客人在发廊没消费100元，给一定的积分，当积分达到一定的额度，给予客人相关的优惠或者物质奖励。

7. 这种方式，现在很多行业，甚至很多发廊已经开始使用。他会给客人一种身份象征，同时平衡老顾客长期消费的厌烦心理。

8. 要求：积分卡制作要精美，体现身份、价值。

1. 在特定的节日如：妇女节、圣诞节、元旦节针对忠实顾客举办一些联谊活动，增加发廊与顾客的亲密度。

2. 联谊会可以采用茶话会、酒会的形式，可以设立一些小游戏，提供一些小奖品，让客人官爵有所收获。

3. 要求：制作精美的邀请函，让客人有身份感，

4. 此外，可以给客人1~3分介绍卡，让他介绍最好的朋友，亲属来店消费，发廊将给予介绍人一定的奖励。

5. 美发教育手册

6. 针对客人进行消费教育，给客人一些健康美发的知识，增强发廊在客人认识中的专业性，权威性，增强对客人进行项目推广时的说服力。

1、头发的整体知识，不要太复杂，让客人有一个简单的了解，头发健康的概念。

2、健康洗发、护发篇：交给客人日常如何有效的护理自己的头发

3、烫染篇：教给客人一些基础的烫染知识，烫染后头发护理

的知识。

4、造型篇：教给客人一些基础造型品的使用方法及技巧，让他们在自己家里也能进行头发造型diy□

6、造型教育、游戏。

## 理发店个性活动方案篇六

清明节刚过，美容美发店又开始策划五一节的活动方案了，那么小理发店怎么写活动方案呢？下面本站小编给大家介绍关于小理发店搞活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

(一)促销成功案例：

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。

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 增加设计师的指名度及店的知名度。旧客人如果对设计师服务满意，他带来的客人，必定会指名要某某设计师服务，如此即可增加指名度。推行这个活动时，可能要透过媒介作宣传(传单等)，如此，会造成商圈的震撼，口耳相传的结果，

无形中店的知名度也会跟着提高。

6. 整个活动做下来，员工技能必然有所提升。

许多人也许会置疑，免费送一次烫发，可能会造成店内的亏损，得不偿失。其实不然，因为顾客不会因为你免费送他一次烫发而减少烫发的次数，他可能由原先的一年烫发四次变成一年烫发五次。此外，老板仅需多负担烫发水及助理奖金费用，金额约在50到80元左右，花费如此少的成本却可收极大的效益，因顾客来洗头的次数大幅增加，所得的利润远远高过烫发的成本。

进行这样的活动，老板无须顾虑成本，反而可以提升业绩，设计师的业绩得以成长，助理的奖金可望增加。

(二) 促销失败案例：烫发打六折。

原以为可以提升业绩的打折活动，具有以下几个缺失：

1. 减少店内收入。烫发原先定价可能是200元，因为打六折的关系，变成120元，店内少了80元收入。

2. 打折产生不了吸引力。对于老顾客来说，绝不是因为打折才来店里烫头发，他很可能是原本就想烫头发，对于新客人来说，打折的魅力不大，因为，类似这样的打折活动实在太多了。

3. 消费水准下降。原先客人可能习惯烫200元的头发，现在只需付120元，如此一来，他的消费习惯可能会变成烫150元的头发，消费水准就此下降。

4. 周期延长。客人原本每经过一段时间就需要来店烫头发，但因店里每年定期举办促销打折活动，客人会刻意等到打折期再烫头发，无形中烫发的周期就会延长。

## 打折活动需掌握的要项

促销活动如果设定失当，不仅无法达成促进销售的目标，且极可能会导致反效果。但是，如上述[烫发打六折]的案例，也并非完全行不通，若能掌握几项要件，依然可以化阻力为助力，化负面为正面，达到提升业绩的目标。

1. 提高顾客的消费水准。顾客原先习惯烫200元，这时可建议他改变500元，他不用多花一毛钱，却可以享受更好的服务，从此种提高的消费单价的方式，来平衡打折的损失，这样店内的收入才不会减少。
2. 必须要老客人生老客人，即是客人带客人来店消费。在打折期间，必须设法让老客人带新客人来，如此，这个活动的推行才有意义。
3. 不要预先告知顾客。如果打折的消息预先让顾客知道了，很可能顾客会等到打折的时候才来烫发，消费周期因此延长。

如果客人来到店内才知道现在是打折期间，很可能会提前烫发，而缩短了消费周期，如此一来，打折促销的目的才能达成。

打折活动如果无法掌握上述三个要点，即注定了失败的命运，还不如不推行，免得得不偿失，过去许多发廊推行的打折促销成功，有的却失败，原因就在于此。此外，打折促销可能会让当月客源的急速增加，前后两个月的客源却明显减少，这是推行打折活动时所必须谨慎顾虑的问题。

1.1活动主题：五一，让您的美丽充分展示

1.2活动日期：4.29—5.5，一周的时间(注：活动一般不要做的太长)

### 1.3活动目的：

(3)让顾客产生好感，提升品牌形象。

### 1.4活动的具体实施方案：

#### 美发店：

优惠一：五一假中，每天前10名客户，可以享受项目七折，产品八折的优惠。

优惠二：消费满178送面值为18元的代金券，消费满480送58元代金券。

优惠三：加“51元”=“88元”。

这七天内，消费满168以上的，就可以再加51元可购买原价88元的产品。

#### 美容院：

优惠一：美容超值体验套餐：原价568元，体验价298元(一个仅限一次)

优惠三：洗护98元，活动期间体验价51元

### 1.5活动的宣传：

(1)最简单的方法：发送短信。如果您觉得用手机发短信很慢的话，可以用一些美发店会员管理软件的短信功能。

(2)宣传单：提前一周，地点可以就在附近几个地区，当然，如果你的地段是当地的繁华大街，你也可以在远一点的地方派发。

## 1.6店里的准备:

横幅、海报, 以及彩带这些必不可少, 打造出一个温馨, 浪费的节日氛围. 要提醒员工, 做好服务, 保持微笑, 让客户感到温暖。并制定出一个奖惩制度。

## 1.7活动结束:

(1) 不要认为活动结束了, 就完了。再进行一次短短信回访, 记录下客户对这次活动的评价, 不足的地方加以改进。以便下次活动做的更好。

(2) 一个一个电话进行回访, 回访可以增加亲近感, 但就是很多消费者都不愿意接电话。

### 目的:

(1) 利用节目提升旺季业绩。

(2) 让我们店在提升人气的同时, 多了几分春天温暖的气氛。

(3) 通过本次活动, 促使我们美发师与助理的团队协作精神。

(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。

### 活动时间:

20xx年9月26月到20xx年10月10日。

注意: 搞活动不能太长, 如果太长, 让人觉得很假的感觉。10——20天正好合适。

### 20xx年十一节美发店的活动方案内容:

(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5.1元。

(2)活动期间“每天”来店染头的“第一位”顾客只收51元，或打5.1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51元，或打一折。

(4)活动期间“每天”来店洗头的“第一位”顾客只收5.1元。

(5)活动期间累计(或一次性累计)消费达到510元的顾客，送价值510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510元以上的顾客，免费送510元。

(9)代金券：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。

## 活动的实施

### (1)、代金券的发放

代金券的发放以前我经常见到很多人在大街上发放，其实这样做，很让人反感，因为站街发传单的人实在太多了，而且体现不出价值来。为止这里有一个绝对好的主意告诉大家：代金券的发放可以和其它非本行的行业合作，如果你在商圈，或一条街上，那么，你可以把代金券送给那卖服装的老板或餐饮的老板，告诉他们购买了一件200元以上的服装的送一张价值28元的烫染卷，餐饮也类似，这样不同的行业联动起来，

活动更有意思。同样你也可以告诉服装老板，他们的优惠券可以放到你那里去。

(2)、节日音乐的播放注意事项：

a□网上下十首以上的音乐到电脑上播放。

b□建议不要联网我播放音乐。

c□不要同一首音乐反复放。

(3)、清洁卫生，过节了，人多了，清洁却不能少。

(4)、给消费高的顾客输会员卡。

(5)、员工奖励。活动的实施者是员工，为了让活动更加有效的进行，因此在实施活动方案的同时，一定要考虑员工的奖励，不然员工累了一半天，结果还是跟平常一样，那样的话，员工的积极性就不高了。

## 总结

(1)信息跟进反馈

我们多数美发店美容院把活动进行完后，就完了，后面什么也不做，顶多做一下分钱的事。其实是这样吗？不。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：不用说了，可以给你的顾客发一条信息。



c□电话反馈联系。

## (2)活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。并和去年五一节的业绩对比。

b□每个员工写美发店五一节活动总结 and 反思，如果只做活动，不总结不反思，那么就没有进步。