

2023年日化促销活动方案 日化产品活动方案(大全5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

日化促销活动方案篇一

好多日化店老板喜欢在节假日做促销，这本身没错，就看我们怎么选时，在五一，十一长假期间如果选时不好活动肯定不理想，在长假期间好多行业都在做活动，大街小巷各个店面都会推出活动，在这样的环境下做活动，第一分流客源，第二环境嘈杂不理操作，第三活动人员很难申请到(化妆品公司也是最忙时，准备市场各点活动)

我认为在长假期间做活动最好选择前期或后期，长假期间随着人们生活水平提高，部分都会出门旅游，这样许多店面老客源在活动期间没法到店消费。在节假日前期或后期就会避免。林外活动展现不宜太长，以免顾客反感。

在校园店最好是在月初的周末这时候学生都会收到家里的生活费，身上有钱才有消费能力。在单位附近或小区的店面在月初周末附近单位工资发放时最佳。乡镇店最好当然是赶集日既有人气又可提销量。

其实一场好的促销活动选时只是一方面，最重要的还是活动前期准备和活动期间的操作。可以说是决定着了一场促销活动的命运。因此做好前期周密的准备尤为重要。

1. 确定时间

一场促销活动准备首先要确定促销时间，具体的时间以便后面工作的进行

2. 确立主题和方案

3. 准备物料

确定方案后就因该着手准备促销活动所需要的物料这些物料分为几大块：

a.宣传物料：拱门、帐篷、品牌形象展架、简易促销台、海报、话筒、音响，气球、宣传单等等都要精心准备，提前向品牌代理公司申请。

b.产品促销物料，如果有抽奖还要准备奖品物料。一般情况下大中型活动化妆品公司还会支持部分试用装及公司特价换购物料，有部分还需要日化店老板根据活动形式和收益进行额外采购，一般促销活动期间可拿出10%—20%点进行配送力度就够了。

c.活动宣传单张制作，活动方案制定后做部分宣传单张，宣传单张纸做不仅要突出买赠，折扣、免费、特价等；最好还要放上图片直观明了，店面形象图片扩大宣传。制作宣传单要直观简明，主题突出。

d.店面空白海报准备以备在活动期间宣传。

e.顾客档案和收据本准备

4. 人员申请

活动人员申请一般在活动前15—7天以便化妆品公司合理安排人员。

5. 申请场地

如果是外场促销活动在活动前一定要在当地城管，环卫等主管部门申请场地，以保证活动顺利有序进行，以免活动期间带来不必要的麻烦，影响促销人员情绪和状态。

6. 整理库存备货

活动前一般日化店都会整理库存，日化店老板整理库存只为活动备货；其实在促销活动前整理库存除了补充足够的货源外及时准备清理滞销货损货和快到期的货，在活动期间通过免费送、买赠、超低特价抢购等方式处理了，用来吸引人气。整理库存后及时补充货源。

7. 制作活动主题横幅

在活动前一定制作活动主题横幅并在活动前两天挂在店面门头。开始宣传。

8. 通知会员

在促销活动前两天开始进行客户当整理并开始电话短信通知会员顾客到店领取礼品，享受优惠，保证店面活动期间人气和销量，一般会员顾客对店面的认可度会较高，产品接受会更容易，这样在促销活动开始就给促销人员足够的信心和勇气。

9. 派发传单

活动前两天开始日化店就着手宣传单的派发，街面，企事业单位，小区等等，最好在宣传单上附试用装和现金券或免费护理和化妆券、礼品券等，这样有效控制宣传单流失到垃圾桶的悲剧，增强宣传单的传播效果。君不见宣传单满街飞，结果只有一个归宿永远在垃圾桶或就是铺大街被环卫罚。

10. 整理柜台装饰店面气氛

在促销活动前一天主要开始营造店面气氛，用气球、吊旗、吸引眼球的海报装饰店面，并合理布置柜台，分别在店面门口、中间、最里面布置特价、买赠、免费礼品柜台，在店面柜台上张贴个性醒目的小pop促销牌；“买一送一”“店长推荐”“皇牌产品”“强效补水”“应季产品”“原价*特价*”等等。

在促销活动中店面氛围的营造和柜台合理布置是非常重要的，店面氛围的营造会从视觉上吸引顾客进店，柜台的合理布置不仅可以吸引客源还可以提升销量。

11. 设定促销销售目标

促销活动前一定设定总目标和日销售目标并细分到每个人。

为什么在这里我会说互动多变的促销现场?真是这样，只要操作过促销活动的各位日化店老板都知道，在实操中促销活动正的是多变，各种问题都会出来，而且做好一场促销活动互动配合尤为重要;要掌控促销活动大局就要做好如下细节，而这些细节常被我们忽视:

1. 形象统一体现专业

在促销活动中最好着装统一，淡妆上岗，这样才能体现专业，给顾客信赖感。

2. 分工明确相互配合

在一场促销活动中一定要有好的协调，明确分工;但每一组度不是独立的个体要紧密配合，因为一场好的促销不是单兵作战，能力再强的一个人不可能扭转整个集体的业绩;促销活动时最能体现一个团队协调，配合，应变、执行等综合能力的，

所以在促销活动中一定有良好的团队合作和执行力非常重要。在促销活动中一定要安所参加促销的成员具体情况派单、营造气氛、看台、化妆、销售等的分工，或者是以店面布局每柜台按组划分，各组之间紧密配合。

3. 里应外合携手作战

促销活动中派单拉客人员当接到顾客进店时里面销售接待人员一定要眼明手快，及时迎接上去礼貌热情的接待，争取给顾客留下良好的第一印象，在第一时间拉近心理距离。在活动期间外面的营造气氛，里面的抓紧销售，做到里应外合携手作战，这样才能做好。

4. 进点送礼勿进店就送

在促销活动中为了吸引客源，一般都会做活动期间进店有惊喜，免费修眉化妆等模式，那怎么样才能运用好这些模式呢？一般顾客进店店家准备的惊喜多半是产品试用装，顾客进门就发不光没有价值感，而且顾客领礼品目的已经达到一般就不会往店里进去啦，会有失望感觉。当顾客到店是一定要用话术让其进店里面，“里面那个柜台真再送礼”“好多惊喜在里面”等等，这时候有足够的时间让顾客了解产品，进行销售。

促销人员一定要时刻准备产品试用装在手和兜里第一随时给顾客体验产品，第二在销售失败顾客快要离店时送给顾客，这样就是销售失败，我们达到了促销宣传的目的，顾客一定对店面会有记忆，只要有需求首先想到的就是这店。

5. 循序渐进勿急大单

在促销活动中一定要先购买再压单，在顾客买单时收银员一定要配合好，找钱速度不要太快(一般顾客都会拿出钱包抖出百元大钞)，销售人员一定及时观察顾客钱包里的米米够不够

多，在做二次配套销售。在设计促销方案一般都是阶梯状设计的，购得越多送的越多，越实惠。在顾客交完钱后即使进行配套产品的体验，进行配套销售，产品搭配起来才会有最佳效果，当然搭配起来也才有大销售额。这样一步步就成就了大单。

6. 结伴而来一定拆开

在许多促销中我们发现一个问题，几个顾客结伴是，眼看着销售就要成功，往往就因为同行的某一个人的一句话或催促导致销售失败。所以，在促销活动中接待顾客结伴来的一定要以送礼、修眉、化妆、体验的名义给她拆开个个击破不要相互影响催促。这样如果某一个销售成功，利用顾客攀比心理有可能各个销售成功。

7. 人多起量人少加单

促销活动顾客进店一般是有规律性的，早上9：00—11：00下午4：00—6：00晚上8：00—10：00一般人气较旺，顾客近点人气旺时促销员一定要精神饱满，速战速决，快速销售产品。当店面进店很少时，采取5点循序渐进的办法，修眉、化妆寒暄这个时候有足够的时间销售大单，这样既保证了店里随时都有人气，也能带动氛围，国人有凑热闹的习惯。喜欢去热闹人气旺的地方消费。

8. 详细登记顾客资料

促销活动不仅是提升业绩，也是开发新客源的重要手段，给日化店长期的发展打下坚实的基础，因此在促销活动中记录客户档案非常重要。

9. 及时总结及时打气

在促销活动中最辛苦的还是促销人员，在连续的促销中一般

体力不支，因此劳逸结合，多开间接小会，开开玩笑，打打气当然也要及时解决发现的问题，晚总结，早打气，这样才能做好愉快的促销。

10. 及时整理柜台，补货

在促销中由于人员多，经过一个时间段的销售一般柜台较乱，产品也有部分销售出去了，这时候要按责任制及时整理柜台，补货以防止落柜破损，找货不到等带来的损失。

11. 实行竞赛制设立奖项

在促销活动中可以设立小组间竞赛制，实行奖励制度，有效调动促销人员积极性，发挥最大潜能，这个奖励根据实际销售预计可以是产品也可以是现金。

促销活动结束给日化店带来的不仅是业绩还有强大的宣传影响力，和新的客源，我们只有做好活动后的衔接工作，才能给日化店的发展打好坚实的基础。一场活动后我们主要作如下工作：

1. 整理库存

促销活动结束一定有很多货会缺货或少货，我们首先要及时整理库存，及时补充货源保证正常销售的货源，保证库存的良性。

2. 整理客户资料

在促销活动中会有很多新的客户资料，在活动后及时按照消费情况进行整理，并在一周内给销售额度大的客户电话，问产品使用情况，急需要提供的咨询服务，以示重视。

3. 做好售后

在促销活动中(特别是前店后院)一般都会在活动中送几次免费护理和免费化妆券，要合理利用好这些机会，拿到这些券的大部分顾客都是带着试试或体验的心理来的，一定要周到热情接待，这样才能留住顾客，让此成为忠实的会员顾客。

日化促销活动方案篇二

日化产品是大众化的日常消费用品，商家对对其进行产品的活动，那么活动的方案该怎么写呢？下面本站小编给大家分享关于日化产品活动方案的相关资料，希望对您有帮助。

大部分日化店的老板喜欢把促销放在节假日期间，当然这肯定没错，不过在节假日期间，做活动的商家非常多，这导致了客源的分流。并且大部分消费者都是走马观花式地在看，所以促销的效果可能并不好。

在这样的情况下，可以考虑把促销的日期选择节假日之前或之后，这样的话部分在节假日期间外出旅游或者加班的人们就会成为你的潜在客户。

并且，除了在节假日促销以外，平时也可以适当做一些促销活动。比如每个周末在一些小区或者学校里面，把促销活动搬到客户的家门口。

促销现场的互动

1. 员工的专业形象

促销活动中统一着装，并且使用自己的品牌的化妆品化上淡妆，后续介绍产品时更有说服力。

2. 分工明确

活动现场必须要给顾客一个很有秩序，不慌不乱的感觉。这就要求每一个员工都有自己的明确任务，比如派单、引导、营造气氛、化妆、产品销售等等，视现场员工数量可以对某些环节进行合并，但一定不能出现脱节的情况，把顾客晾在一边没人管。

3. 送礼的时机

促销时一般有产品的免费赠送，但何时赠送是很关键的。如果顾客一进店就送，可能顾客拿了就走，效果并不好。所以，可以考虑要让顾客走到店里某个柜台才送，或者现场试用之后再送，这样的赠品效果才更好。

4. 结伴的顾客需要拆开

促销时经常出现的现象是，在销售要成功的时候，往往由于同行人的一句话而最终以失败告终。所以，如果遇到结伴而来的顾客，一定想办法拆开他们，分别销售，加大销售成功的几率。

一、 活动前沟通：

1、 与日化店店主沟通活动目的。

强调我公司促销活动与其他公司活动的差别；

提高日化店老板积极参与配合的信心。

2、 了解当地的经济水平，消费习惯。

找出我品牌在当地的主推产品

3、 明确日化店的费用投入。

强调活动给店铺带来的综合效益。

4、明确日化店需要配合的事项(细化明确)。

5、说明大中型活动结束后，由于销量突然放大，会有少量的退换货，要有思想准备。

6、前期沟通一定要日化店主要负责人(老板、老板娘或店长)参与。

他们如果不配合将会是一场失败的活动。

二、活动内容设计：

1、活动要素设定。

活动目的：新品推广、品牌宣传推广促销活动策划之一利于销售提升；

活动主题：结合当季主推产品和库存情况来定；

活动时间：3-5天

活动形式：户外或店内

2、进店送礼。

小样试用装(由公司承担)

3、买赠活动。

赠品物料由日化店和公司共同承担

4、特价产品。

大众广告类产品(由日化店承担)。

5、 抽奖活动促销策划。

奖品由日化店和公司共同承担

6、 代金券。

由日化店承担

7、 美容卡。

由日化店承担

8、 其他项目。

三、 活动前期宣传：

1、 印制宣传单页。

单张制作费控制在0.1-0.2元，不能太差影响品牌形象；

单页由日化店出资自己制作或由公司统一制作。

2、 派发传单。

提前三天派发；

商业街，机关单位门口，其他零售店(非日化类)等；

由日化店自己派人派发。

3、 会员通知。

由美容顾问或店员提前三天通知店铺所有会员。

4、 活动告知。

提前一周告知来店顾客活动时间。

5、 条幅悬挂。

由日化店承担制作；

过街条幅或店门口条幅；

提前三天悬挂。

四、 活动前期准备：

1、 形象展示：条幅□x展架，灯箱片，吊旗等。

2、 促销道具：彩虹门，帐篷，促销台，音响设备，麦克，影碟机，碟片，宣传单页，抽奖箱，销售统计表。

3、 货品准备，确保足量主推产品和安全库存。

要求日化店在活动前提前进一批货。

4、 赠品物料。

提前发放或购买到位。

5、 陈列及要求。

室内室外至少两个陈列点；

同类品牌暂停销售；

其他品牌活动暂停。

6、 活动小组组建(8人)。

公司促销人员4人

店员4人

7、人员分工与培训。

促销队长根据队员情况合理分工；

一定要求日化店店员参与；

采取激励措施，调动店员积极性；

提前1-2天进行活动内容、活动流程及促销话术培训。

五、 活动细节：

1、 店外拉人。

目标顾客；

拉人的过程要放松顾客警惕；

将进店的顾客送到柜台并交给卖货手。

2、 播放音乐或活动内容。

音量要适中，音乐适合品牌消费群体；

提前写好活动内容播音稿子，语句精炼有吸引力。

3、 售货细节。

利用有效话术刺激顾客需求；

了解顾客需求，确定推荐产品；

把握售货节奏，人多则快，人少则慢；

利用成交顾客对围观顾客的影响达成销售；

连带销售，成套推荐；

赠品摆在柜台上刺激多买；

对顾客多要赠品情况要妥善处理，鼓励其多买；

用销售统计表上的销售记录来刺激顾客；

抽奖活动要做的热闹有气氛。

六、 活动要求：

促销队员要积极主动性，团结协作；

促销队员统一形象，注意个人言行，体现品牌良好形象；

集体荣誉至上，团队高于一切，一切命令听指挥。

促销队长是促销团队的最好指挥官和第一责任人。

七、 活动总结□

活动结束后及时总结，力求下次更好；

促销管理人员做出本次活动的总结和反馈。

共2页，当前第1页12

日化促销活动方案篇三

飘柔就是这样自信（飘柔洗发水）——经典广告语

趁早下“斑”，请勿“豆”留。（化妆品广告）——经典广告语

力士新秘密，新惊喜——经典广告语

放我的`真心在你的手心。（美加净护手霜）——经典广告语

纳爱斯透明皂，洗衣不伤手——经典广告语

肥皂我一直用雕牌，透明皂啊，我还是用雕牌——经典广告语

清新爽洁，不紧绷。（碧柔洁面乳）——经典广告语

要想皮肤好，早晚用大宝——经典广告语

美来自内心，美来自美宝莲（美宝莲）——经典广告语

十足女人味（太太口服液）——经典广告语

爱上你的秀发（潘婷洗发水）——经典广告语

使头发根根柔软，令肌肤寸寸嫩滑。（白丽香皂）——经典广告语

自在秀发，自在我心（蓝蓓丝洗发水）——经典广告语

衣带渐宽终不悔，常忆宁红减肥茶。——经典广告语

你的光彩来自我的风采（沙宣洗发水）——经典广告语

凉舒爽，全家共享（六神特效沐浴露）——经典广告语

清新爽洁，不紧绷（碧柔洗面奶）——经典广告语

名人牙膏名人献给天下有情人——经典广告语

中华在我心中（中华牙膏）——经典广告语

牙好，胃口就好，身体倍儿棒，吃嘛嘛香（蓝天六必治牙膏）——经典广告语

长城永不倒，国货当自强（奥妮皂角洗发浸膏）——经典广告语

要想皮肤好，早晚用大宝（大宝护肤品）——经典广告语

柔美皮肤，从旁氏开始（旁氏护肤品）——经典广告语

“六神”有主，一家无忧。（花露水）

明星风采，纯纯关怀（美加净）——经典广告语

拥有健康，当然亮泽（潘婷洗发水）——经典广告语

今年二十，明年十八（白丽美容香皂）——经典广告语

第一流产品，为足下增光（上海鞋油）——经典广告语

国内首创，驰名中外（珍珠霜）——经典广告语

日化促销活动方案篇四

1、与日化店店主沟通活动目的。

强调我公司促销活动与其他公司活动的差别；

提高日化店老板积极参与配合的信心。

2、了解当地的经济水平，消费习惯。

找出我品牌在当地的主推产品

3、明确日化店的费用投入。

强调活动给店铺带来的综合效益。

4、明确日化店需要配合的事项(细化明确)。

5、说明大中型活动结束后，由于销量突然放大，会有少量的退换货，要有思想准备。

6、前期沟通一定要日化店主要负责人(老板、老板娘或店长)参与。

他们如果不配合将会是一场失败的活动。

1、活动要素设定。

活动目的：新品推广、品牌宣传推广促销活动策划之一利于销售提升；

活动主题：结合当季主推产品和库存情况来定；

活动时间：3-5天

活动形式：户外或店内

2、进店送礼。

小样试用装(由公司承担)

3、买赠活动。

赠品物料由日化店和公司共同承担

4、特价产品。

大众广告类产品(由日化店承担)。

5、抽奖活动促销策划。

奖品由日化店和公司共同承担

6、代金券。

由日化店承担

7、美容卡。

由日化店承担

8、其他项目。

1、印制宣传单页。

单张制作费控制在0.1-0.2元，不能太差影响品牌形象；

单页由日化店出资自己制作或由公司统一制作。

2、派发传单。

提前三天派发；

商业街，机关单位门口，其他零售店(非日化类)等；

由日化店自己派人派发。

3、会员通知。

由美容顾问或店员提前三天通知店铺所有会员。

4、活动告知。

提前一周告知来店顾客活动时间。

5、条幅悬挂。

由日化店承担制作；

过街条幅或店门口条幅；

提前三天悬挂。

1、形象展示：条幅、展架，灯箱片，吊旗等。

2、促销道具：彩虹门，帐篷，促销台，音响设备，麦克，影碟机，碟片，宣传单页，抽奖箱，销售统计表。

3、货品准备，确保足量主推产品和安全库存。

要求日化店在活动前提前进一批货。

4、赠品物料。

提前发放或购买到位。

5、陈列及要求。

室内室外至少两个陈列点；

同类品牌暂停销售；

其他品牌活动暂停。

6、活动小组组建(8人)。

公司促销人员4人

店员4人

7、人员分工与培训。

促销队长根据队员情况合理分工；

一定要求日化店店员参与；

采取激励措施，调动店员积极性；

提前1-2天进行活动内容、活动流程及促销话术培训。

1、店外拉人。

目标顾客；

拉人的过程要放松顾客警惕；

将进店的顾客送到柜台并交给卖货手。

2、播放音乐或活动内容。

音量要适中，音乐适合品牌消费群体；

提前写好活动内容播音稿子，语句精炼有吸引力。

3、售货细节。

利用有效话术刺激顾客需求；

了解顾客需求，确定推荐产品；

把握售货节奏，人多则快，人少则慢；

利用成交顾客对围观顾客的影响达成销售；

连带销售，成套推荐；

赠品摆在柜台上刺激多买；

对顾客多要赠品情况要妥善处理，鼓励其多买；

用销售统计表上的销售记录来刺激顾客；

抽奖活动要做的热闹有气氛。

促销队员要积极主动性，团结协作；

促销队员统一形象，注意个人言行，体现品牌良好形象；

集体荣誉至上，团队高于一切，一切命令听指挥。

促销队长是促销团队的最好指挥官和第一责任人。

活动结束后及时总结，力求下次更好；

促销管理人员做出本次活动的总结和反馈。

日化促销活动方案篇五

1. “油(优)” 雅典范——贝微微！
2. 贝薇薇，天然椰子油，带给你自然女人美。
3. 贝微微，不一样的椰油，用得放心，油得舒心。
4. 韵味见真情，品中遇知音。
5. 贝微微 - - “油” 你更精彩。

6. 美丽油然而生——贝微微。
7. “油(有)”美才有范儿——贝微微!
8. 贝微微椰子油——你的护肤护发神器。
9. 美丽容颜，油来已久。
10. 倍加宠爱，源于更爱。