

美容活动方案最吸引(通用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。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

美容活动方案最吸引篇一

促销主题：圣诞老人送礼啦！

活动时间：x年x月x日-x日(写明活动时间，建议最好把时间定在圣诞节的前一周或前三天，以及活动截止时间定为圣诞节当日)

地点：(详细写明美容院的地址)

圣诞背景音乐：《铃儿响叮当》、《雪绒花》、《平安夜》等。

圣诞节活动道具：

美容院要摆设与圣诞节主题相关的饰品，如6棵圣诞树、圣诞彩灯10串、主题横幅2条、彩带200条、礼品包装袜子20xx只、圣诞帽200个、彩色小气球200个、活动宣传单3000份、海报20张、小蝴蝶结1000个等等。另外，要准备圣诞老人的服装一套，活动当日安排人员假扮圣诞老人派发礼品，全体美容院员工都要在活动期间佩带圣诞帽子，营造圣诞气氛。

圣诞节活动促销内容：

活动期间，美容院要推出不同品牌的超低折扣商品或项目，限时购买。(商品或项目最好可以低于4折以下);其他具体内

容可根据美容院本身的需求来拓展。

圣诞节活动宣传：

1、提前宣传，限时限量促销一定要把活动的宣传海报提前散发，对时间进行严格规定，同时限时限量，人们需要进行排队等候换购，自然显得人气极旺，也会产生从众或跟风效应，引起抢购，活动效果可想而知。

2、加强促销员培训，筛选有质量客户。对促销人员严格培训，让她们在活动期间要关注到店顾客，要千方百计把顾客变成美容院的会员。

3、加强使用具有销售力的刺激性语言。促销人员要讲出成为美容院会员的诱人之处。例如，“这样大力度的圣诞节促销活动，特别是几元或几角钱就把十几元甚至几十元的产品买走的情况，以后肯定不会再面向普通消费者。这样的促销做下去谁都会赔死，所以以后只会面向会员。而成为我们的会员不光每次活动都能优先抢购，还可以享受会员特价产品，一段时间下来能够省很多钱，得到很多实惠！”这样的宣传一般会让很多顾客动心。

4、说服顾客成为会员，便于以后继续换购。一定要让顾客觉得促销人员介绍的产品很好，反正迟早都要用，不如先购买了产品成为会员。

5、设置会员门槛，增强活动销售力。要成为会员就要先购买一定数额以上的产品。入会购买额度要定在一个单品的价格之上，这样顾客就会至少一次购买两瓶以上的产品，从而实现了连带销售。也就是说在发展了会员的同时，我们已达到了销售的目的。

6、尽一切努力让顾客留下联系方式。尽量留手机号码，微信号、便于发短信。建立公众平台，做活动时，群发微信信息

通知顾客参加，效果极佳。

美容活动方案最吸引篇二

如果爱自己，就让自己更美丽

20xx年4月30日~5月3日

1、凡是新顾客在五一活动期间购买美容项目，就有可能享受到护理优惠

2、凡是五一期间会员到美容院中来消费的顾客，可享受身体按摩项目6折优惠、面部项目5折优惠。

3、新老顾客均可在本店免费理解肌肤测试。

1、想要活动举办得好，就要做到周边顾客群体人尽皆知。所以活动前期宣传必须要提前一个月就开始进行。

2、只有给顾客更多的优惠才能够得到他们的青睐。夏日十分适合做上门服务活动，不妨在五一活动期间就开始向大家介绍，美容院在夏季即将推出上门服务项目。

3、活动前必须要备好美容院的各种产品，以防美容院中出现供不应求的问题。

五一充分展示您的美丽

20xx年4月30日~5月3日

优惠一：活动期间，每一天前10名客户，能够享受项目5.1折的优惠。

优惠二：消费有满就送，满99送10元代金券，满199送30代金

券，满299送80元代金券。

优惠三：加“51元”=“88元”。这几天内，消费到300以上的，就能够再加51元可购买原价88元的产品。

1、做好宣传工作

a.最简单的方法：发送信息、发微信、打电话。

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

2、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。

3、人员要安排好，活动开始前员工最好做下五一活动的流程培训，并制定好一个奖惩制度。

缤纷五一，美丽从此刻开始

20xx年4月30日~5月3日

惊喜一：每一天前50名顾客，拥有5.1折抢购指定款商品的权利；

惊喜二：每一天10款限量秒杀，最火热的单品绝对放利，低至51元；

惊喜三：凡进场客户都拥有五必须制小礼品(试用套装加品牌logo)；

惊喜四：以旧换新，感恩回馈老客户，顾客能够用旧的化妆品包装盒以旧换新，既到达了低碳环保的目的，又制造了新

的营销点。

美容活动方案最吸引篇三

- 1、把握春节促销商机，通过活动内容和活动对象创新避开“价格比拼”和“客源争抢”的恶性竞争，并给予顾客新鲜感，刺激其消费欲望。
- 2、提升美容院销售业绩，吸纳新客源。
- 3、打造美容院的品牌形象和知名度（美誉度），提升顾客忠诚度。

20xx年2月1号至6日（建议活动时间一个星期）

喜迎新春xx美容院特惠活动

促销活动形式（活动分前，中，后三个阶段进行）

（一）在活动前一个星期为第一阶段：在活动前一个星期通过报纸、杂志、网络dm等媒体上刊登广告，大力度宣传，告知消费者活动日期，参与形式及参与范围。通过电话，电子邮件、传真，会员短信等形式获取目标顾客资料。

（二）活动期间为第二阶段：活动广告之后，工作人员将所有的顾客资料进行评估，分为a□b□c类顾客分析后，邀约体验（体验流程见内部培训资料）

（三）活动开始为第三阶段：通过前面顾客的体验，这时候店内有了一定的人气，此时利用这些体验人看的见的效果，再次加大宣传，提高品牌知名度。然后挖掘b□c类及有潜力的顾客。

活动期间，从即日起凭广告顾客只需1元就可以体验一次面部

补水护理，顾客可在美容院购买“新春美丽心礼”特惠套餐（价值988元），美丽心意卡可享受特惠。

- 1、任选基础护理项目十二次。
- 2、任选身体护理项目四次。
- 3、凡在活动期间消费500元以上的顾客，即可获得补水膜一盒。
- 4、凡在活动期间办理会员卡的顾客，加一元，另可获得一套补水产品。

（一）店堂设计布置：店堂布置有灯笼，中国结等装饰品，营造春节气氛，给消费者一种联想，在店堂，美容室、走廊、卫生间、门口、窗户等大量张贴海报及展架，宣传画等，营造活动氛围，给消费者一种视觉冲击，加强消费者购买欲望。

（二）产品陈列：促销产品主题清晰，补水产品为主，货架大面积陈列补水产品，在店堂中央堆放陈列大量的补水产品，消费者视觉冲击，联想到冬季皮肤缺水，需要补水。尤其是促销产品名码标价陈列，引起消费者对产品的关注。海报张贴到产品陈列一定给消费者浓浓的促销氛围，对消费者引起视觉冲击，增加消费者购买欲望。

一、活动思路：

2月14日是西方的情人节，由于国人越来越珍视民俗节日和西方文化，再加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，情人节已经成为情侣必过的节日之一。

珠宝行业作为情人节主力商品之一，借情人节的巨大商机给钻饰节带来一个好的开端。

二、活动时间：2月6号—2月14号

三、活动主题：爱你一世真爱相伴

四、活动内容：

凡进店购物者送玫瑰一支，成交顾客送一个红包（价值x元的抵扣卷）

1、“爱你一世缘定今生”倾力为您打造不用您操心花钱的高雅且浪漫婚礼，

凡在本店购买情侣对戒第二件半价

凡在本店购买其它钻石饰品3700元送价值***元定制婚纱一套

凡在本店购买其它钻石饰品5700元送价值****元浪漫结婚照一套

凡在本店购买其它钻石饰品17000元送价值****元蜜月双人游（这是针对结婚的礼品，如果觉得不合适也可以把礼品换成传统的送黄金，银饰等等）

2、“爱我、你敢承诺多久？”见证你们的爱，让爱保值、让爱升华。

凡活动期间来店购买钻石饰品，均可参与“爱的承诺”活动，写下爱的誓言。并签下双方的真实姓名及盖上手印。***珠宝公司承诺：四年后可凭相关证件我公司按原价回收所购产品，如不愿回收，可赠送一件价值***元饰品。可续签承诺书，六年后来店，可得到原产品价格一半的钻石饰品。（现在钻石回购的机制随着珠宝类越来越让人们接受，现在很多珠宝店都有钻石回购，若干年后钻石回购绝对珠宝类发展的趋势）

3、“浪漫佳节金玉良缘”

活动期间黄金冰点价0利润惠动全城，

翡翠、银饰品买***元送***元

4、“情人节抢购会”

活动期间，每天13点14分到下午2点14分举办一场特价金镶玉抢购会，原价***元和***元的高档千足金金镶玉，只卖***元和***元，每场抢购会两款各卖13件和14件，限时抢购，售完为止。

注：每逢到点抢购会时，提前15分钟广告宣传，确保店内和店外的朋友都能听到。

注：同时活动期间一定要推出明星款，让员工背好明星款的话术。

美容活动方案最吸引篇四

xx美容院万圣节疯狂搞怪大行动

xx年11月1号至2号

活动期间，以当日消费满500元以上即送万圣节卸妆礼品一份，满1000元以上送万圣节护肤套餐一份。每张小票限送一份。

- 1、美容院要负责整体的活动广告宣传，活动的执行和有效监督；
- 2、活动期间向美容院员工传达活动内容，监督员工们向顾客介绍活动信息；

美容活动方案最吸引篇五

- 1、把握春节促销商机，通过活动内容和活动对象创新避开“价格比拼”和“客源争抢”的恶性竞争，并给予顾客新鲜感，刺激其消费欲望。
- 2、提升美容院销售业绩，吸纳新客源。
- 3、打造美容院的品牌形象和知名度（美誉度），提升顾客忠诚度。

20xx年2月1号至6日（建议活动时间一个星期）。

喜迎新春xx美容院特惠活动。

（一）在活动前一个星期为第一阶段：在活动前一个星期通过报纸、杂志、网络dm等媒体上刊登广告，大力度宣传，告知消费者活动日期，参与形式及参与范围。通过电话，电子邮件、传真，会员短信等形式获取目标顾客资料。

（二）活动期间为第二阶段：活动广告之后，工作人员将所有的顾客资料进行评估，分为a□b□c类顾客分析后，邀约体验（体验流程见内部培训资料）

（三）活动开始为第三阶段：通过前面顾客的体验，这时候店内有了一定的人气，此时利用这些体验人看的见的效果，再次加大宣传，提高品牌知名度。然后挖掘b□c类及有潜力的顾客。

活动内容：

活动期间，从即日起凭广告顾客只需1元就可以体验一次面部补水护理，顾客可在美容院购买“新春美丽心礼”特惠套餐（价值988元），美丽心意卡可享受特惠。

- 1、任选基础护理项目十二次。
- 2、任选身体护理项目四次。
- 3、凡在活动期间消费500元以上的顾客，即可获得补水膜一盒。
- 4、凡在活动期间办理会员卡的顾客，加一元，另可获得一套补水产品。

（一）店堂设计布置：

店堂布置有灯笼，中国结等装饰品，营造春节气氛，给消费者一种联想，在店堂，美容室、走廊、卫生间、门口、窗户等大量张贴海报及展架，宣传画等，营造活动氛围，给消费者一种视觉冲击，加强消费者购买欲望。

（二）产品陈列：

促销产品主题清晰，补水产品为主，货架大面积陈列补水产品，在店堂中央堆放陈列大量的补水产品，消费者视觉冲击，联想到冬季皮肤缺水，需要补水。尤其是促销产品名码标价陈列，引起消费者对产品的关注。海报张贴到产品陈列一定给消费者浓浓的促销氛围，对消费者引起视觉冲击，增加消费者购买欲望。

美容活动方案最吸引篇六

“18元包月滚动模式”介绍：用低价吸引客源增加人气后，透过滚动促销促进消费者增加消费。

“1000元充卡滚动模式”介绍：

用中等价位和较大优惠力度吸引客源，再透过滚动促销促进

消费者增加消费。顾客消费1000元可获得：厂家赠送礼包：免费护理4次，含一瓶产品，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷一张（共价值元）。

再消费季卡1540元可获得：前面所消费100元做其他护理（任选）的充值，并可获得厂家赠送礼包：380元家居产品赠送，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷两张（共价值元）。再消费半年卡2960元可获得：前面所消费1540元做其他护理（任选）的充值，并可获得厂家赠送礼包：800元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷三张（共价值元）。再消费年卡6680元可获得：前面所消费2960元做其他护理（任选）的充值，并可获得厂家赠送礼包：2500元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷五张（共价值元）。

注意：所谓“其他护理（任选）”指项目较高附加值的护理，比如卵巢保养，背部开穴，护理中增加精油，淋巴排毒，美发、纹绣等等。（所有价格能够随当地消费习惯和终端商自身状况不一样进行调整）美容院推出一项新的答谢老顾客的促销措施。其促销措施规定：凡在该美容院购买“年卡”和“半年卡”的顾客，若在20xx年继续购买“年卡”和“半年卡”则在“年卡”和“半年卡”的折扣基础上“半年卡”多折“0.5折”；“年卡”多折“1折”。而且，今后每年如此，直至折扣为“0”时，便可终生享受该美容院的免费服务，新顾客也可在未来的消费中享受该措施。（即：如果拥有20xx年“年卡”享受“6折”的消费者□20xx年购买“年卡”则享受“5折”□20xx年购买“年卡”则享受“4折”。促销措施宣布后的一周内，有100余消费者购买了该美容院的“年卡”和“半年卡”，同时仍有人陆续咨询该活动。

分级护理法：

美丽一生终极卡

只需花16888元，可享受价值服务32968元的服务，仅限8名。
服务资料：

开业三天内订购，能够成为终生永久性会员，此后下个年度开始凡于某某美容中心消费项目，可永久性享受护理项目7折优惠，产品8折优惠，某某医院整形项目7折优惠，（或8000元的第二年护理消费金。价值8000元）。

特聘为某某美容中心巡查顾问，及时检查本中心全面工作，有直接与美容中心资方沟通的权利与义务，宣传推广本中心，向本中心带给好的意见或推荐，年度答谢获赠顾问个性奖励。

全年48次贴心保姆vip面部护理，价值100元/次，共4800元。
全年48次贴心保姆vip手部护理，价值50元/次，共2400元
全年48次贴心保姆vip颈部护理，价值50元/次，共2400元。
全年48次贴心保姆vip身体护理，价值150元/次，共4800元。一次性全效性无菌极致护肤课程：美容袍、拖鞋、美容裤、束发带、床单以及酒精、消毒棉花、口罩、调理用套头等组成专用无菌组合包，一人一款，确保卫生。价值30元/次，二年，共2880元。

带给全年的美容服务整合方案，专门指定式服务，配备私人美容顾问和健康顾问。价值600元。

另外免费赠送全年护肤家居产品，视季节，肤质，与消费习惯，配赠价值4888元王牌精选产品。能满足全年家居护理定量需求。

全年优惠身体亚健康基本体检一次。价值1000元。

带给亲情卡2张，价值666元，每张亲密式体验服务4次。价值1200元。

另外高端美容院要将可能卡项全设计出来，如1万，3万，5万，

8万，18万，28万，88万等，又如高端顾客1年卡，2年卡，3年卡全部资料事先都要设计好，不要临时搞出一些即兴的东西。

另再附些活动案例：

百分百有奖促销：终端会最后一个环节安排全情大抽奖活动，用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲，每一个与会顾客均可参与抽奖，奖项为一等奖、二等奖、三等奖，四等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七五折，二等奖为八折，三等奖为九折，四等奖为小礼品一份。或者说厂家的特价产品时，一等奖100元，可赠500左右元产品最好是套盒，4瓶加卡一张护理卡。透过事先核算成本，可将一、二等奖设计多些，用奖券的形式，也可用四色乒乓来做奖券。抽奖时尽量让新客人也能抽到奖；同时私底下满足一些客人想拿一等奖的要求。

瓶瓶有奖，套套有赏：设计刮刮卡：顾客买若干产品可获刮刮卡一张，现场刮奖；有一种厂家操作的是：20变200的活动，顾客在购产品的基础上，额外加20元能获得200元的大礼包的形式；积分兑货：每一个产品标明积分，顾客透过会员卡确认，到达相等积分换相等物品；如果厂家的特价的时候，就可做这种升值促销方案。

客人可凭着邀请函去美容院做二十元现金券，每购一个产品从中划扣，如果是前店后院此种方法为宜。

群众抽奖：由省经销商或厂家牵头，在一段时间，该区域所有终端会发生消费的顾客在全省终端会活动结束后群众抽奖。由于参与人数多，奖项能够设计得比较吸引人，如奖品为日韩旅游，笔记本电脑，摩托车，黄金珠宝首饰，婚纱照等。

实物促销方面：从家用电器如电饭锅，到女性用品，如皮箱，女性发卡，胸针等小饰物，从化妆箱到棉被，枕套，如果真

有心，去小商品批发市场，没准能找到一些物美价廉的东西。另外充分运用自我的'社会资源，都会带给一些内部价格的优惠的礼品，再者美发产品，儿童产品，男士产品，美容小仪器也是个不错的方法。