

最新美容院加盟商合同(汇总5篇)

现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。拟定合同的注意事项有许多，你确定会写吗？这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

美容院加盟商合同篇一

拼多多很多商家会忽略店铺的装修，认为装修不是关键，关键是优化产品。其实是不对的。装修是决定客户是否会入住或购买的关键点。一个好的门面可以让消费者立刻记住你。让古力家电商边笑带卖家更好地了解拼多多店面装修的逻辑规划。

1. 拼多多门店装修流程

拼多多正常的店铺装修流程是店铺地图或活动地图、店铺折扣、主产品、子页面、店铺产品。

2. 拼多多店铺装修首页

【拼多多店铺首页轮播】对店铺做活动很有帮助。

在**【拼多多产品分类】**中，分类的产品越多越好。合理有序的分类更容易塑造店铺形象。它还可以帮助客户快速找到物品，增加他们的购买决心。同时，商品的综合管理也让客户对商品有一个清晰的认识。

【拼多多专页】学会合理整合素材，而不是无效沟通。必须有视觉传达、明确的主题方向和清晰一致的战略目标。材料组织需要明确，产品目标是什么，用户群体是什么，用户在使用的时候会产生什么样的情绪。

3. 拼多多门店装修活动布置

主题推广分为三个层次□a□b□c□每个关卡都需要不同的装饰品□a级预热页面流量悬疑，官方页面主色爆单，回归页面制造张力□b类促销只有官方页面，需要提前预热□c级活动，无限创意，符合主题，彰显营销力度。

美容院加盟商合同篇二

a计划品牌定位：中国第一家视频婚纱影像机构；

基本策划思路：

1、以视频与影像两个词语来突出清视界的服务定位即市场定位；

2、加入视频以满足89后的习惯用语，既告知市场定位又造成与竞争对手的绝对差异化；

3、非常易记易传播；

4、与品牌名称相呼应即支撑了品牌中视的特质；

6、与时俱进，我们发现现在的89后们更多的会提到电子相册即通过视频的剪辑完全可以满足新人们将爱情故事以视频的方式在8-1英寸的数码相框上时刻动态展示的效果显然要比静态的来的更好更美。

7、关于视频的几个参考定义：

美容院加盟商合同篇三

店铺装修一般包括：

1. 店铺设计费

如果装修效果有保证，又怕恶意添加，则需要先设计店面装修。店铺设计是一项复杂的脑力劳动。一个好的作品诞生之前，设计师必须投入大量的精力，经过反复推敲。很多创业老板认为设计只是简单的草图，这是一种误解。一些装修公司为了迎合这种想法，打出“免费设计”的广告，真是误导人。

因此，店面装修报价中的设计费主要包括工程测量费、方案设计费和施工图设计费，一般为整个装修设计费的3%~5%左右。这笔钱没有浪费，设计的店面无论是装修效果还是运营都受益匪浅。而且，它可以摆脱物品丢失和虚假浪费材料的问题。

2. 主要材料成本

主要材料是指在装修设计和施工中涉及施工区域或单个项目的成品和半成品的材料成本，如卫浴洁具、厨具、水槽、热水器、燃气灶、地板、木门、油漆、灯具、墙地砖等。这些成本透明度很高，客户一般可以和装修公司沟通，约占整个工程成本的60%~70%。

3. 辅助材料费

辅料费包括装修装修施工中难以计算清楚的材料，如：钉子、螺丝、胶水、旧粉、水泥、黄沙、木头和油漆刷、砂纸、电线、五金、门铃等。这些材料的损耗很多，很难详细计算。这个成本一般占整个项目成本的10%到15%。现在一些装修公司在给业主报价的时候，一般都会报完工单价，业主不需要逐项计算。

4. 劳动力成本

人工成本是指整个店面装修设计项目中工人的工资，包括工人直接施工的工资、管理费和工人向劳动力市场提交的临时住户劳务费、工人的医疗费、交通费、人工费等。保险耗材、工具机械消耗等。这个成本一般占整个工程成本的15%~20%。

5. 管理费

管理费主要包括装修公司在管理中发生的费用，包括利润，如业务人员和行政人员的工资、公司办公费、公司租金、水电费和通讯费、交通费和社保费等。管理人员及企业固定资产折旧及日常开支等。管理费为装修工程的间接费用。它不直接构成店铺装修工程的实体，也不属于某个分支（项）工程。只能间接分摊到每个装修工程的成本上。在报价中，装修人工成本指导价中规定：管理费为直接成本的5%至10%。

如何装修淘宝店？

美容院加盟商合同篇四

合同编号：

*方：

地址：

乙方：

地址：

为弘扬中华美食，*乙双方经友好协商，就双方合作推广“微波美食”事宜，达成如下协议，以资共同遵守。

第一条：本协议中*乙双方为各自*的事业者，双方之间不存在任何(包括但不限于共同投资、代理、雇佣、承包)关系。

第二条：本协议任何一方不具有代行对方任何行为的权利。任何一方的职员不是对方的雇员，也不是对方的代理人。任何一方对对方及其劳动关系和员工行为不承担任何责任。

第三条：双方进行合作，*方必须满足如下条件：

- 1、认同格兰仕文化；
- 2、能按照双方商定的

美容院加盟商合同篇五

table of price 报价单

客 户： 项目名称：品牌策划

一、品牌策划 项目目的

早晨创意认为客户通过该项目的工作，应达到以下目的：

- 1、形成客户的品牌核心内涵，作为品牌发展的长期指导原则；
- 2、规划客户的品牌理念及视觉识别系统；
- 3、建立系统的品牌架构原则并视觉化，以便有效的利用品牌资源并便于品牌管理和推广。

品牌体检

1、品牌定位的初步设想

在前期工作的基础上，早晨创意会提出客户的品牌定位的初步设想，描绘客户的品牌模型，品牌模型内容包括：商业描述、品牌承诺、品牌标语等，以此勾勒出客户的品牌核心内

涵。商业模式的描述——准确阐述企业的经营定位、未来发展、企业使命及愿景。

品牌承诺——从行业、消费者需求及自身特质三个角度，找到一个最适合客户的定位方向。品牌标语（口号）——用最精简的语言传递品牌内涵。

2、品牌定位定稿

在前期工作的基础上，整合客户的意见，并加入早晨的诠释与建议，提炼出最贴切、精炼的语言描述客户的品牌内涵。

品牌架构

早晨将协助客户从品牌的角度，去思考以组织作为一个整体时，如何去构造与传播者、旗下各部门、你的战略联盟之间的关系。

品牌行为与管理

品牌传播与创新

品牌视觉识别系统

早晨将协助客户建立一个可以体现品牌承诺与个性的视觉系统，使其成为这个客户这一品牌日后在视觉形象上能有效累积品牌的资产。视觉识别基础系统将通过视觉化元素表现客户的品牌内涵，功能在于对品牌未来的. 各类传播与视觉设计元素发挥指导性作用。

二、品牌服务内容及报价 mi+bi

备注：

1. 同意设计请签订合同并预付40%费用；
2. 以上费用不包含：任何合作过程中与第三方发生的费用，如图片购买、插图绘画、差旅费等。客户如需购买正版图片公司图片将另外报价。顺颂商祺！

篇二：品牌策划的一般流程

品牌策划是指人们为了达成某种特定的目标，借助一定的科学方法和艺术，为决策、计划而构思、设计、制作策划方案的过程。从深层来讲品牌策划就是使企业品牌或产品品牌在消费者脑海中形成一种个性化的区隔，并使消费者与企业品牌或产品品牌之间形成统一的价值观，从而建立起自己的品牌声浪。世纪鼎盛品牌策划设计运筹机构表示，作为一个专业的策划机构，我们将按以下的流程来为品牌服务：

1、企业现状及目标分析

首先对企业的现状进行分析和评估，确定品牌是否清晰明确，意义是否积极向上，消费者的定位是否准确，消费者对于品牌的认知和印象是否和初衷一致，企业希望实现的效果和目前的状态。最后总结存在的不足和问题。

2、行业分析

分析该行业的市场环境，竞争对手品牌定位、策略选择、策略格局。

3、品牌战略选择

分析企业的优势劣势，为企业制定发展方向和目标。

4、品牌策划

完成消费市场细分及研究、市场定位、品牌类别定位、品牌

结构、概括产品描述的广告语、总结品牌的形象、确定品牌形象代言人□logo□包装、渠道设计、终端物料等。

5、品牌管理

规划品牌发展阶段，确定阶段的目标，细分目标，具体到企业的产品。明确品牌战略意义，内部统一认知观念，统一行为，统一形象。品牌管理实施，建立与品牌管理要求相配合的绩效考核指标，完善激励与约束机制，将品牌管理工作落到实处。品牌审计，宣传及包装规范，市场占有率，销售额等。

6、品牌推广与营销策略

进行品牌形象的持续宣传和品牌资产的维护。

温馨提示：

ctop从品牌诊断、品牌核心体系构建到si和vi形象塑造，构成一套专业化、系统化、战略化的品牌整合解决方案。如您在品牌建设方面遇到困难或瓶颈，可致电咨询世纪鼎盛，服务专线是400-028-2340。