

最新美容院平时活动方案有哪些(汇总9篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

美容院平时活动方案有哪些篇一

- 1、让利消费者，打响年中业绩战，冲刺营业额；
- 2、拓展新客源，提升品牌知名度，积攒人气；
- 3、适当的清理产品库存，推广新产品和项目；
- 4、根据顾客的体验反馈，改善以后的服务标准和质量；

活动时间□20xx年6月16日至6月18日

优惠四：普天同庆，只要来店的客户就可以参与抽奖，最大奖为美容院1000元会员卡，二等奖为价值500元的项目或者套盒任意选，三等奖为100元的代金券，满300即可使用。参与奖为小礼包一个，内含小型梳妆镜，产品小样，品牌文化饰品。

优惠五：有滋有味，现场有圈粽子的游戏，圈中哪一个粽子，哪一个就是自己的，而且每一个粽子都象征一款产品体验券，可以在节日过后来店体验。

美容院平时活动方案有哪些篇二

（月 日~ 日）以1~3天为佳。

美容院门前进行锣鼓表演，歌舞表演与服务咨询、产品有奖销售、美容院经营项目推广相结合，提升美容院整体形象及知名度，吸引新客源，稳定老客户，增加营业额。

开业庆典大酬宾，歌舞表演秀。

消费满100元送50元，抽奖、小礼品赠送、现场提问小奖品。

1、消费满100元送50元代金券，开业事务繁多，这样的方法操作简单，给顾客的实惠明确。

2、如果不考虑100送50的方案，也可针对性制定。如：消费满100，送包月美容。满200元，送价值100元的产品等。

3、赠送力度分析，对于产品，100元有50元利润，赠送的50元如果购买产品，依然有25元利润，100元实际赠送25元，约等于产品打七折，如果是顾客用代金券消费服务，则利润空间还要大。

4、代金券设计：赠送券分美容代金券和美发代金券，面值分50、30、10元不等。代金券不记名，不挂失，盖章有效，只能单人消费，消费不累积，比如50元券，如果消费40元，不找零，如果消费50元以上服务或产品，则需要另加钱。

赠送技巧：先送（多送）大面值券，后送（少送）小面值券。

比如：顾客买800元产品，赠送400元，则送50元7张，30元1张，10元2张。

这样50元的券，很难有适合价位的消费，顾客不是舍去一部

分，就是需要多加钱消费，有利于美容院。

5、小礼品赠送：开业酬宾期间，每位消费顾客均赠送一份精美小礼品，3~10元即可，如梳子、小化妆镜、便携化装包、香皂、牙膏、洗发水、沐浴露、雨伞、小饰品均可考虑。但不能买劣质产品，以品牌知名度高的产品为佳。如力士香皂、高露洁牙膏等。

6、现场提问小奖品，同赠送小礼品。

7、抽奖：开业酬宾期间，每位消费顾客均可参加抽奖。

(1) 设1等奖1名，奖价值568元祛皱补水套1套。

(2) 设2等奖2名，奖价值280元的眼部护理套1套。

(3) 设3等奖3名，奖价值100元左右的美发项目

(4) 纪念奖若干，比例可考虑为20%左右，奖品同赠送的精美小礼品。

(5) 抽奖办法：可按名片设计，把名片一裁4份，每份可印“欢迎光临”、“联系电话”等，手写中奖卡片。一盒名片可裁400张，将卡片全部放入抽奖箱即可。

(6) 抽奖技巧：纪念奖可按比例全部投入抽奖箱，比如400张卡片，20%中奖率，则将其中的80张填写为纪念奖放入抽奖箱。大奖卡片不要首先投入，可先将三等奖投入，根据情况逐步投入一、二等奖。

(7) 如果不设大奖，则可考虑全部为纪念奖。

派单、电话通知老客户

1、提前3~5天派单，直至活动当日现场。

2、提前3天电话通知老客户。

1、提前联系锣鼓队。

2、舞蹈表演选手的确定：可考虑邀请职业舞蹈学校专业的演员表演健美操、韵律操、迪斯科等节奏欢快的舞曲。4~6名为好。

3、歌手的确定，可考虑聘请乐队，乐队自带歌手1~2名

4、主持人确定，可由舞蹈演员或乐队人员担任

5、美容院员工表演小节目准备（1~2个，手操，合唱等）

6、明星的确定，必须确定出场时间，会议地点再联系

1、门前布置彩色气球拱门

2、美容院条幅：女子生活馆开业大酬宾“满100送50”

3、宣传单准备：500~1000

4、经理名片准备

5、代金券准备

6、活动期间消费、奖励、客户资料登记

7、产品海报、产品手册、价格表等。

音响、话筒、背景音乐cd或磁带、皮肤测试仪用彩色电视机、仪器用电源插座。

1、销售产品准备

2、奖品、赠品准备。

1、产品展台、台布。

2、抽奖箱。

3、组织全体员工进行礼仪、产品知识培训。

4、组织全体员工学习方案，掌握赠送办法。

5、人员进行分工负责。

1、悬挂门前条幅。

2、店内产品陈列：主推产品要放在醒目位置，产品陈列柜中间为佳。

3、店内销售气氛营造：海报张贴、产品宣传pop等。

4、全员再次进行方案学习，同一承诺口径，进行战前激励和动员。

一、人员组织

1、活动设总负责人，由经理担任。负责整个活动的指挥、实施、协调及问题的处理。掌握活动的最终解释权。

2、活动主持人，负责活动的主持，气氛的调动，表演的讲解等。

3、专人发放活动宣传单。

4、顾客消费完毕，专人负责发放代金券。

二、现场准备

1、8：00~9：30，布置气球拱门，检查布置、产品咨询台、产品展台、皮肤测试台（电源及插座）、奖品台、摆放落地产品pop等有关未完成的细节。

2、9：30~10：00，总指挥组织个部门负责人开会，主持人，舞蹈演员、乐队歌手等负责人之间进行协调。5、9：30~10：30，锣鼓适时进行。

6、9：30~10：30，音响调试，播放背景音乐。

三、活动开始

1、10：30，开业表演开始。（流程见附表）

2、活动期间，主持人现场讲解，有奖提问（美容院地点、项目、特色、活动有几天等等），适时介绍第二、三天活动等。

3、活动期间，咨询同时进行，现场继续派单。

4、活动期间，根据实际情况，及时对活动节目进行灵活调整，各部门密切配合。

一、动期间，全员要以良好的精神面貌、完美的礼仪和周到的服务接待顾客。

二、活动期间顾客对奖励项目有疑问要及时回答，对于难缠的顾客，要强调赠送及奖励的免费性，美容院已经把很大的利益让给了消费者，寻求理解。

三、不得与顾客吵架，要心平气和，有争议，最好不要在众人面前解决。

四、有问题，要员工先解决，其次是美容美发组组长、店长，这样可以为经理解决留有充分的余地。难以解决的问题，向

经理汇报。

五、经理要最终解决问题。

活动结束后，要进行总结。全员参加，作好记录。从可行性、效果、人员组织、准备、实施、调控等各方面进行总结。找出不足之处，积累经验，为下次活动打下良好基础。

该方案最参考方案，具体可根据实际情况灵活调整。

附： 活 动 流 程

一、10：30，锣鼓表演

二、10：40，主持人开场白，美容院简介，活动内容简介。

三、10：45，美容院经理讲话

四、10：50，歌手表演。

五、11：00，观众参与游戏。（绕口令，3~5人，如：“灰化肥化灰”

多者胜，参与者发纪念品，胜者多发）

六、11：15，舞蹈表演

七、11：25，歌手表演。

八、11：35，员工表演节目，自我推荐。

九、11：50，舞蹈表演。

十、12：00观众参与游戏。（6~8人左右，接成语或词，淘汰到最后一名发奖品）

十一、12: 20歌手表演。

十二、12: 30, 活动结束, 锣鼓表演

注意事项:

为美容院地点、特色项目、活动优惠办法等。

二、根据现场情况, 对节目进行调整。

美容院平时活动方案有哪些篇三

正确的行销策略可使新开幕的美容沙龙很快的进入营运常态的美容沙龙很快的进入营运常态, 但行销不只是广告, 运用良好行销活动, 可帮助业绩的成长。

新开幕的美容沙龙须有一个整体性的市场营销策略。行销始于产品和服务, 请由此开始剩山残水动行销计划, 提出一些同行没有的新构想, 或新颖的美容服务, 超越同行, 并注意顾客的喜好, 及时代的风尚。

价格策略

价格是行销重要的一环, 它虽非顾客决定采用服务的唯一考量, 却是一个重要条件。许多奢侈品卖得好中, 因为它们的价格昂贵, 对许多人而言, 高价位代表品质与面子。但顾客并不是傻瓜, 如果他认为花费与期待的品质不成比例, 他很可能就不消费了。因此业者应提高服务和产品的附加价值, 例如提供专业美容咨询等, 藉此, 可避免单纯的价格竞争问题, 美容沙龙并不是提供低廉服务的商店, 因此广告时不要忘了强调个人特殊服务的项目。

提供服务

了宣传。

保住原有顾客，比争取新顾客容易，从老顾客身上开发新客源也很重要，因此及早建立主顾客的档案也是有必要的，例如透过开幕时的抽奖活动，可以得到潜在顾客的基本资料。

开发客源

创业之初，就要建立顾客的档案，顾客的资料不仅要登录他们的地址，还要有他们的生日或兴趣等。新顾客对你提供的服务，其反应比老顾客大，他们对美容沙龙的第一印象往往影响极深，可以考虑送新顾客礼物，拢络他们的心。

广告策略

一旦广告策略成功，针对顾客群展开攻势，初期的营运就更容易，广告时要考虑顾客的需要，住处及兴趣，看看你的同业如何做，不是光模仿，而是要有更好的创意，强化同业的弱点，使其成为你个人的优点，在广告中强调自己美容院的长处，但不要把他人美容沙龙拿来作比较，这样作用时会有反效果。

开幕广告应塑造出一个整体印象，重覆使用同一广告，以强化效果，打动顾客的心，使他们乐于走进你的美容院。确定开幕广告的特殊讯息，说明它可为顾客带来何种益处，让顾客认为您的沙龙有存在的必要。估算整年度的广告费用，并决定以何种方式的广告费用，并决定以何种方式做的广告，广告费用费用约占营运收入的百分之二到百分之三，开幕之初则多一些，但可不要把全部预算在开幕之初就全用尽了，持续性的广告是非常重要的。

广告媒体

选择广告媒体是很重要的，如果你的广告不专业化，反而可

能成为一个反广告，微询专家的意见，但不要透过广告公司去登广告，因为要多支出一笔仲介费用。

选择正确的广告媒体是有必要的，例如刊登报纸广告可吸引很多人阅读，但你是美容沙龙，顾客群有其限制，刊登日报广告，反而分散了主要顾客的注意力，因此登报的话，不妨定期登小广告，效果比少数几次的大广告好。并善用重覆刊登广告的折扣。

广告报纸刊物费用比一般日报便宜，并常可找到适当的供需对象。

电影院和电台广告

地方电台广告限有帮助，特别是特新开幕的美容沙龙，或是促销活动而言。但对独自开业的美容师来说，则很少考虑到此一管道。而公共交通工具上的广告也很有利，例如公车或电车的广告可吸引很多人的注意，电影广告则吸引较年轻的观众，但它的费用较高，只适全规模较大的美容沙龙。

海报和传单

海报和传单的费用比电影院和电台广告便宜。海报和传单的字体和图案要设计的很优美。而开幕邀请函也是开发新顾客的一个好方法。不过最大的困难可能是，如何取得顾客正确的地址，而另一个价廉物美的方法是发传单，但是你的美容沙龙如果是小规模，那么传单可不要用一般a4的影印纸般传单，而要采用较高纸质的传单。

但不要忘了，广告上的宣传不能满纸的话，而是要付诸实施，否则会丧失顾客对你的信任，特别是开发新客源方面，使他们相信你是有诚意、值得信任的业者。

当然，口语相传的效果也是很宏大，不要忘了请亲朋好友为

你的店多宣传。

想要一开始就做个一鸣惊人的大广告，这种想法并不实际。把开幕当天的宣传视为重头戏，但广告最好均分在三个月的时间内。厂商通常所提供的广告资源，超过实际所需要，可将多余的装饰材料提供给附近商店，做为橱窗摆设，这等于间接为你的美容院做广告。

把顾客放进你的广告，这是一种著名的行销手法，吸引大众的参与感，当然广告活动的设计要能与美容沙龙的形象相配合，才能传达出所要表达的讯息。但有一点很明白的是，愈多人对您的沙龙感兴趣愈好。开幕时除了满屋子的贺客外，最重要的是他们要对你的美容服务有信心，因此要事先策划，如何使你的主顾客群对你的活动感兴趣，并邀请他们参与。

时间表

如果要使开幕当天流程进行的很顺利，需要一份工作时间表，否则一旦顾客对当天美容沙龙仍看起来像工地，而并非一切都已准备就绪的模样，一定不会留下良好的印象。

当天的支出费用可不要低估了，费用问题也要从长计议。并尽可能将开幕日期选择在星期六（消费性最强的日子）。

拟定促销活动，和预估支出费用。延请一位摄影师，负责活费当天的照相，开幕相片可寄送给媒体，也可在未来的行销活动派上用场，美容沙龙应强调服务和产品至上，并且顾客可容易的找到你。

开幕当天的食物饲料供应问题也要考虑，准备足够的停车空间，设置方向牌。利用抽奖活动，取得顾客的地睛，选择适当的行销活动，当然，开幕当天也可以安排美容服务项目示范，但前提当然是有其它员工可做此示范，否则你自己就要为些被困住了。

开幕时如果有小型爵士乐队伴奏，诸如此类的音乐安排可引起顾客的兴趣，例如办一个爵士餐会，无论如何，就是要吸引众人的目光，这也是上报的好机会，而名人和政治人物也要好好招待他们，另外，也要为小朋友准备一个游戏空间，这些设备通常只要花一点钱就可租来。对于所做的活动规划，应常做检讨改进。可以把开幕活动照片和报导寄给报纸。刊登一则铭谢启事，感谢来实，将文宣品寄给新顾客。开幕当天最重要的是你与宾客的交谈，他们可能是你未来的顾客，因此要事先研究安排，使你开幕当天能从容不迫的周旋于众宾客间，总之，顾客是至高无上的，他们是你的衣食父母。

美容院平时活动方案有哪些篇四

新年欢乐行，好礼大放送！

xx年1月27日——xx年2月15日；

- 1、利用新年优惠促销，拓展新客源；
- 2、刺激顾客消费金额，提升美容院销售业绩；
- 3、加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度

积分+抽奖+情感

- 1、开卡优惠促销：

新顾客在新年促销活动期间办卡，可享受开卡优惠政策，此外，顾客还可以获得美容院送出相应的惊喜礼品！

- 2、积分兑换促销：

xx新年促销活动期间，凡是美容院会员顾客均可享受2倍积分，同时，还可以获得大部分商品打折后购满1000元返400元券，

该券还可以兑换相应的新年促销礼品，多买多返！

3、幸运大抽奖促销：

美容院新年促销活动期间，凡进美容院消费金额在680元以上(包含680元)的顾客均可参加“幸运大转盘”一次抽奖机会，(即转盘里划分100元、150元、200元、250元、300元、500元的区域，由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑现获奖现金。)

1、美容院在新年促销活动之前，必须把店内及店外适当布置，给顾客营造新年的喜乐气氛，刺激鼓励的消费欲望。

2、在活动之前，美容院店长必须分配好各个岗位的工作安排，避免在活动过程中出现差错。

3、在新年促销活动结束后，要求每位参加活动的员工提交一份工作报表，总结这次活动的成功与不足，为下次成功促销奠定基础。

美容院平时活动方案有哪些篇五

美容院或美容店等美容行业中其他门店因为更好推销美容产品往往会策划一系列活动方案。而方案是对将要进行的重要事情的一种安排，它是应用写作中具有计划性的文体。你是否在找正准备撰写“美容院活动方案”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！

满20次以上，年底返1000元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

四、对比法：

六、划点法：

七、现金法：

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数)，同时享受正常开卡优惠政策；凭其它品牌护肤品空瓶(或包装盒)在美容院购买相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优惠，二个空瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。

十三、捆绑法：

三合一活动：

全价购面膜280元一套 半价购眼部特护一套455元 三折购夏季养膜一套572元

2020年年末又是一个令所有购物狂们期待的日子。也是一个属于我们单身的节日，当然小编也相信，各位光光们也不想单身下去。也希望能够有“”计划，告别单身。所以普丽缇莎为大家准备以下几个活动：

活动主题：大声告诉你心仪ta

活动时间：2020年12月11日

活动对象：年龄在18—40岁左右的单身男女

活动目的：既然光棍节，在美容院内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完

美的一面，不妨让美容院来全副武装自己一番。美容院团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为美容院提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

活动内容：

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得美容院“成双成对”、“一生一世”美容套餐，这些爱的套餐都是美容院免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的美容院产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取美容院的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在2015年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

在这里普丽缇莎想要提醒一下各位商家，奖品设置要通过核算成本。可以将一、二等奖设计得更多一些，易奖券的形式发送给顾客。特别是新用户，也要让他们感受到美容院的优惠和实在。

将光棍节促销活动举办得有新意、有特色也是为接下来年终活动打响前奏，吸引消费者今后积极参与到美容院的活动中。

当然如果美容院真的能够成就出一对对情侣，也不乏美事一桩。

每年的年末都是各大化妆品品牌争相上演促销大战的时候。特别是淘宝推出之后，几乎每年电商都会用全新的记录证明的商机。光棍节除了在美容行业的日化线里贡献良多，专业线同样不能错过这个商机。下面我们一起来看看美容院活动方案的推荐。

活动时间：

2020年12月1日

活动地点：

美容院各大直营店

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的官网、官方微博

以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠券等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠券和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

一、活动目的

美容院年终答谢会以老客户的形式加强顾客忠诚度，带动销售，提高美容院业绩。

通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。

以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

二、活动主题

美容院20__感恩答谢会

三、活动时间

20__年1月__日至__日

四、宣传方式：

- 1、横幅悬挂于店外做宣传，目的吸引顾客。
- 2、宣传单张及邀请函制作。

五、活动流程及内容

(一)前期准备工作

- 1、主持词
- 2、美容院老板致词)(可加来宾领导讲话)
- 3、请柬、礼物(100余份)、请柬词活动流程卡。
- 4、美容院宣传片制作
- 5、各类人员的明确。(表演人员、颁奖人员、服务人员、组织人员、分组负责人、总负责人)
- 6、场地相关事宜。(时间、地点、费用、用餐事宜、住宿事宜、游玩路线、会场布置、舞台音效设置、物质和人员到位)
- 7、时间衔接。(签到时间、会议时间、晚会时间、住宿时间、

游玩时间、返回时间、后期维护)

8、节目准备。(美容院内部可出节目)

9、安全排查和安全评估

(二) 签到时段和事宜

服务人员引领来宾依次就坐，茶童见时机斟茶，美容院老板全面接待。(音乐根据来宾进场情况高低切换)

(三) 晚会阶段——美容院整体形象的宣传

来宾入场完毕，音乐逐渐降低，灯光切入，先进行3—5分钟的气氛烘托；

以引入来宾期待心情，主持人进场，掌声停止，音乐停止，追灯切入，主持人进词。

(四) 美容院老板发言阶段——美容院管理者答谢会致辞

美容院老板上场、音乐切入、追灯切入、现场安静、实时掌声，领导发言完毕、主持人切入。

会议部分结束，致会议结束词，音乐切入，引入文艺表演阶段开始，灯光切入，气氛烘托。

(五) 文艺表演阶段——。员工风采展示

文艺表演开始，音乐切入，灯光切入、主持人进场，致文艺主持词。

然后美容院员工上台表演节目，让顾客认识到多才多艺的美容师们，加深顾客对美容师的印象。

(六) 开始抽奖环节

这个抽奖活动是为了加强与顾客的互动，让顾客能积极参与到活动中，真情回馈顾客，让顾客感受到美容院的用心，也是个促销的好时机。

(七) 聚餐阶段

晚餐服务人员就位，来宾及领导入场，致祝酒词，用餐可根据情况而定。

六、 年终答谢会顾客邀请函

尊敬的顾客们：

您好！由美容院和公司携手打造的2019周年感恩答谢会诚邀您的光临！

还有机会获得大奖！您无须任何的付出，只要您能参加，就有礼品，大奖等您来拿哦！美容院恭迎您的光临！

一、 借鉴信用卡主、副卡制度，推行“会员记名卡”模式

方法是每一张会员卡只要加充会员卡充值金额10%的面额，即可办理一张记名卡，每张会员卡最多可办理5张记名卡。而记名卡的持有者可享受与会员同等的待遇，只是消费次数或有效时间与面值成正比关系。记名卡可以充值，还可以透支，透支额度不超过面值的100%，其透支额度由其主卡持有人承担，美容店根据主卡消费金额及所有透支额度总和在值到临界额度前通知主卡持有人充值，否则暂停使用。

这个方法的好处就是你的会员可以拿美容会员卡作为礼品送人（不同于会员卡在使用过程的借用，因为那是“借”，这是“送”，在人际关系中差别大了），你在增加现金流的同时

还可以扩大准会员人数，对那些自认为本身消费需求有限但需要搞好人际关系的顾客特别有用，象原有使用疗程卡的人改为会员卡的兴趣会增加，而老会员也会带来新消费。

二、推广“女士消费、男士花钱”模式

一个不可否认的事实是，当今社会的财富更多的还是掌握在男士们手中，而他们往往对自己关爱或心仪的女士是很舍得付出的，尤其是女士美容方面。

贵店可以将会员卡当成男士们送给自己心仪的女性的礼品加以推广(当然，必须将此项目适当包装、宣传)，这样一来扩大了顾客群与现金流，而且你会发现，只要推销的人员和方法合适，这个新的顾客群比女士们更容易掏腰包。

三、异业联盟，联合促销

就是把与顾客此项消费相关的服饰、皮包、鞋帽、化妆品等行业联合起来，选取其中每个行业中合适的一家组成一个商业同盟(离现在的两个美容店不要太远)，顾客只要成为其中一家成员的会员，就是整个联盟商家所有成员的会员，享有联盟成员所提供的各项优惠等，类似于各种银行信用卡的作用，但不同于银行信用卡的泛泛而成，更具专业性与地域集中性。

此举可共享顾客资源，扩大准顾客群，长期可降低促销成本及提升美容店的知名度。这个方式并不新奇，但在多个城市及行业运作结果看却很有效，而且不同的人运作的特色会各不同。

四、借鉴会议营销模式，借免费培训及联谊活动推行会员卡等店内产品

可以在你的两个店经常举办一些免费的美容、家政、儿童教

育等免费培训讲座或联谊活动，开始发动老会员带领亲人、朋友参加，慢慢扩大范围，形成口碑传播，在活动过程自然而然地推广会员卡等店内及你的品牌理念，这样可以扩大新客户群，增强美容店的知名度和美誉度。

以上这些方法，都不需要庞大的广告投入，更重要的在于顾客沟通与长期坚持。当然，借助店庆的时机，配合适当地宣传可以更快、更有效地推行。广告的投放方式及店面活动，相信贵店已经有足够的经验来运作，这里就不赘述了。

一、美容院举办年终答谢会的目的和意义：

一般来说，美容院年终答谢会有以下目的：

1、感恩顾客——年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户的形式加强顾客忠诚度。

在愉快的气氛中培养顾客与美容院的感情，促使顾客和员工成为朋友。

2、全客覆盖——一次会议锁定90%老顾客，让顾客不在流失。

3、业绩倍增——带动销售，提高美容院业绩，短时间成就大业绩。

4、消费升级——30天b客升a客，c客升b客，通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。

5、推陈出新——新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。

6、大量纳新——80%的老顾客为我们介绍新客户，以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

7、绝对成交——老客户80%以上成交，新客户50%以上成交

8、圈定员工——30天员工创收3倍以上，利于团队稳定，通过督导老师的影响，加强美容师的销售意识，提高销售能力。

9、锁定未来——80%的客户牢牢锁住，巨大的行业影响力，制造美容院在当地的知名度。

10、盘活沉客——80%的沉睡顾客被激活产生再次消费

二、美容院年终答谢会的各种举办方式

活动形式:联欢+娱乐+答谢+优惠政策+充值消费+带动人潮+抽奖+聚餐

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的。

三、各种美容院年终答谢会的主题

活动主题:感恩答谢会、会员狂欢日、养生文化节、美容养生论坛、美容艺术节等等。

四、美容院年终答谢会设计方案

(一)、主要活动目的:确定活动的真正目的，明确希望。顾客答谢、感恩会议、文化节、企业宣传、专家论坛、新项目推广。

(二)、活动目标:制定活动要达到的标准和业绩额，店面形象以及顾客积累程度。一定要数字化，标准化，可衡量。

(三)、活动内容:根据活动主题制定相应的活动内容，可以是单一形式也可以是组合形式。

(四)、活动宣传方式

1、内部宣传：

- (1)、美容院店内悬挂横幅宣传，粘贴广告，目的吸引顾客；
- (2)、美容师给顾客宣讲，传递活动信息。
- (3)、悬挂美容院全年活动计划广告，让顾客明细店内全年活动方案。
- (4)、利用短信平台，给顾客发放短信，告知顾客活动方案。
- (5)、美容师给顾客打电话，进行电话营销。

2、外部宣传

- (1)、在店外进行促销活动宣传。
- (2)、发放宣传单及邀请函宣传。
- (3)、进行网络广告宣传。
- (4)、广告媒体、报纸、电视台宣传。
- (5)、外联联谊会宣传。
- (6)、市场宣传人员外部市场宣传。

(五)、会议政策

- 1、会前营销——确定会议实施前活动优惠政策，事前准备事项及目标业绩。
- 2、会中营销——制定会议活动方案，活动细节，活动优惠活动内容。

3、会后营销——会议结束后针对未成交顾客的优惠政策及实施办法。

(六)、活动参与对象

活动主要参与人员分别有如下角色:举办方(美容院)、参会方(顾客)、实施方(美容院、设备方、音响提供方、演出者)、宣传方(广告、电台、记者、小编)、支持方(厂家、专家、合作商)。

(七)、活动支持者

活动支持者主要指美容院产品供应商,以及一些联谊方。一次好的会议,必须有厂家的大力支持,对顾客的吸引力才具有较大的优势。

(八)、活动举办时间

美容院年终答谢会一般会安排在年度结束时,也就是12月末,很多人也会安排在下一年度元旦,或者春节前后,但是对于各行各业都要举办各种顾客活动,特别是一些商超,提前进行促销活动,为了让顾客的钱在进行其他消费时,提前在自己美容院消费,所以时间安排在12月份及1月份为。

(九)、活动所需物料及附件:略

年底各大美容院也都忙碌了起来,开始策划一年一度的终端答谢会。顾名思义,答谢会的目的是要进一步拉近和顾客之间的关系,为下一年的经营做一个良好的铺垫。为您整理出美容院年终答谢会方案要点,仅供参考。

一、有效邀约顾客

活动前一个月在店外悬挂“终端会”主题横幅及宣传海报,

在店内摆放、展示终端会奖品，并在产品展柜上突出做会品牌，整体营造终端会氛围。

能否有效邀约顾客直接影响终端会成败。对有较好客源的美容院建议出售邀请函，凭邀请函参会赠送产品及服务项目。一来可以确定人数并减轻做会成本负担，二来可以培养终端顾客先付出的心态，有利于活动现场的促销。

对客源不是很好的美容院，免费派送邀请函无疑更为实际和有效，可以通过老顾客带新顾客或者小区内派单来邀约顾客。总的来讲邀约顾客还要根据美容院的实际情况，无论是“卖”是“送”还是先“卖”后“送”、“送”“卖”结合，都需要充分考虑后实施。

二、做好详细的规划

终端会前三天，应该基本确定参会名单。针对参会名单上的老顾客，调出档案，充分了解顾客现在在美容院的消费情况。对于新顾客，要注重引导，根据其回执单反馈的信息：如年龄、职业等尽可能提前做好销售规划。根据信息总汇去考虑终端会的主讲内容及创意流程，制定好详细的答谢会方案。

美容院年终答谢会的主要目的是为了联络和顾客的感情，答谢美容院的老顾客。在实际的操作中，美容院年终答谢会常常会有这些误区：

1、目标不明确，不清楚真正要的是什么？

很多美容院在策划答谢会的时候，既期望能够让顾客尽兴，又想能够促进美容院的销售，还想着能够扩大美容院的影响力，殊不知，如果什么都想好，其实什么都好不了。一场答谢会必须有一个固定的主题，或者是答谢顾客，或者是美容项目的优惠。有了明确的目标，才能有针对性的组织起一场成功的答谢会。

2、过分依赖讲师，终端会不等于讲座。

有些美容院的答谢会往往会过分依赖讲师，整场答谢会下来，除了听讲师讲以外，就没有其他的内容支持。这样的答谢会，并不能够引起顾客的好感和兴趣，参与度也不够。

3、规划不细致，漏掉细节。

一场答谢会是要考虑到很多细节问题的，具体的流程、准备的物料、宣传手段、会场安排等等，都是需要事先准备好的。做好细节，是终端会成功的必备因素。会场的音响好坏？邀约顾客是否备档？会议流程是否环环相扣？准备物品是否齐全充分？这些都需要美容院认真、全面的规划和执行每一个环节。

4、促单时间及力度不够或商业色彩太浓。

一场成功的终端答谢会必须要让顾客感觉到舒服，不能显露出太浓厚的商业色彩，让顾客反感。

美容院平时活动方案有哪些篇六

如果爱自己，就让自己更美丽。

：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

：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元代金券，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

：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。

美容院平时活动方案有哪些篇七

主题活动日期□20xx年4月30日~5月3日

主题活动资料：

- 1、凡是新顾客在五一主题活动期间购买美容项目，就有可能享受护理优惠
- 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、新老顾客均可免费理解肌肤测试。

主题活动前期准备

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

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主题活动，不妨在五一主题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、主题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。

主题活动日期□20xx年4月30日~5月3日

主题活动资料：

优惠一：主题活动期间，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元代金券，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。

主题活动前期准备

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，主题活动开始前员工最好做下五一主题活动的流程培训，并制定好一个奖惩制度。

主题活动日期□20xx年4月30日~5月3日

主题活动资料：

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。

美容院平时活动方案有哪些篇八

打折一直贸易促销一种重要手段，它有很强吸引留意刺激购买欲作用，而且具有即时效果。而所谓折扣促销并不盲目，各家美容院一定要根据自身因素。合理制定出促销产品和项目。例如，有些美容院刚刚开张，就要实行大规模假日促销，如果这家美容院面对平民消费，这种方式可行；如果你定位高档定位，那么这种促销并不见得有很好的效果，反而会影响今后经营。

免费试做促销美容院为了吸引新顾客群体，或在新项目开发上推出，让顾客先感受在消费一种促销方式。

运用方法：美容院将有某些需求顾客集中起来，在即定时间为顾客免费试用，让顾客首先体验效果在培养顾客成为主顾客。然后再进行下一次免费试做，再进进下一个循环。

美容院平时活动方案有哪些篇九

美容院通过悬挂标语的方式促销，醒目而有渲染力有广告语来吸引路人

2、开价促销

即在促销过程中，随意让顾客做x个系列的沙龙护脸疗程，使用沙龙中现有的品牌，指定的美容顾问，而不明确该服务的价格，让顾客在做完护理之后依照其感觉和满意程度任意付款(但一定要付款)

3、倒拍卖促销

在拍卖上又叫“凯恩斯促销法”，与正常的拍卖方法正好相反，是将x一件或几件化妆品在一次终端活动中拿出来拍卖，价由高到低，直到最终无人再报为止，一是搞活气氛，二则给顾客实惠和惊喜(但不可没价)

4、事后促销

5、给美容院命名促销

6、宗教促销

把美容院促销活动与一定的宗教节日结合，同时由于老板信佛，也给消费者以人为善的概念

7、幸运时段免费促销

可在行业的淡季或每天凌晨后做促销，以价格来吸引顾客的消费很好利用床位

8、返下次消费单

9、逆促销

10、人体彩绘促销

11、t字台促销

12、悬

13、恐惧促销

14、以旧换新促销

15、画画促销

16、赊帐促销

17、小偷促销

18、易货促销

先送顾客美容小饰物、小礼品，再由美容院返产品或疗程的一种互动促销活动

19、官司促销

20、找缺点促销