

化妆品计划书 化妆品促销活动策划书(优秀9篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

化妆品计划书篇一

20xx年1月17日—21日，莱姿在xxx商厦开展了一场为期4天的柜台大促，最终取得49000元的销售业绩。在此之前，该柜台长时间处于月销售额仅1万左右的尴尬状态，为了迅速扭转这种颓势，急需要一场有人气、有销量的大促销振奋起工作人员的信心，也需要一场成功的大促为柜台积聚起足够的关注度与话题性。

这个契机就是1月17日开始的这场大促。但由于前期准备的滞后与不充分，不仅预售未做起来，连活动第一天的关键物料都没有及时到位！这样的致命错误导致活动第一天销量乏善可陈，仅1—2千元。这样的局面如若持续，便注定了这场活动将以失败收场。

公司调动所有力量，在第二天一早将物料补齐，尤其是本次活动的重要赠品——7寸平板电脑到货。这犹如为一台动能不足的引擎加满油般，瞬间扭转了活动吸引不到人、成交量低下的现状。现场工作人员通过抽奖+喊麦的方式，将大量客流引至柜台，再通过产品试用与焦点促销策略结合的方式，迅速完成了多笔高客单价的套餐销售——当天即销出近10套888元套餐，全天的销售额更是冲破17000元，这个成绩打破了该商场单日单品牌的最高销售历史，大大振奋了在场的促销人员。

4天下来4.9万元的业绩并不是莱姿做得最好的一场，但我们用实践再次验证了平板电脑作为赠品的优越性。在去年的11月和12月份□xx柜台刚进行过一场较大力度的会员兑换活动，赠品也不乏一些如挂烫机、电热水壶等较高价值的物品。但这场莱姿春季大促并没有因为会员已经购买过大金额的产品而受冷，4天活动共销售出20多套888套餐及15套637套餐，高客单价奠定了活动达标成功的基础。可见，客户的消费潜力，在大力度的促销政策及诱人的赠品前，仍有极大的挖掘潜力。

化妆品计划书篇二

下面是应届毕业生网小编整理的化妆品促销活动广告语：

你的光彩来自我的风采，（沙宣洗发水）

飘柔就是这样自信。（飘柔洗发水）

清新爽洁，不紧绷。（碧柔洗面奶）

柔美皮肤，从旁氏开始。（旁氏护肤品）

十足女人味。（太太口服液）

使头发根根柔软，令肌肤寸寸嫩滑。（白丽香皂）

像呼吸一样真实，真实是惟一记住的.话，真实是一张自由的脸.真空是沉淀后的完美，

牙好，胃口就好，身体倍儿棒，吃嘛嘛香。（蓝天六必治牙膏）

要想皮肤好，早晚用大宝。（大宝护肤品）

衣带渐宽终不悔，常忆宁红减肥茶。

拥有健康，当然亮泽。(潘婷洗发水)

凉舒爽，全家共享。(六神特效沐浴露)

美来自内心，美来自美宝莲。(美宝莲)

中华在我心中。(中华牙膏)

自在秀发，自在我心。(蓝蓓丝洗发水)

化妆品计划书篇三

在选定香水吧行业之前，先衡量自己的创业资金有多少。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选择开香水吧店的优势是香水吧（散装香水）行业已经成熟，利润相对来说要高于其它行业好几倍，需要的成本较低，容易进入也容易启动。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。

香水吧店面建议选在：

1. 百货商场专柜、大型超市卖场。
2. 化妆品专卖店、护肤美容院。
3. 香水专卖店、汽车装潢店。
4. 家居用品店、内衣店、相关女性服装和饰品店。
5. 酒吧、茶室等娱乐休闲场所。

6. 其它时尚用品销售场所。

7. 各种地处闹市、人流量旺的销售场地。

建议店面的租金也不高于6000元/月，面积在5-15平米之间，找好店面之后，接下来就是要与房东签约。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。

即使将来经营出了问题我也可以转租出去（这里的房租一直在涨）。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱没多少起步金呢。建议选店面选在客流量大的成熟商圈，咨询客服。

建议直接申请香水吧厂家帮你出装修效果图，把你店面的实际情况讲清楚（包括店面的位置、周围的商圈、客流量、客户经过的方向、店内的平面图等）厂家为你量身定做的装修效果图，你可根据自己的装修成本做简单的修改，大体风格不变就好，这样，厂家也可根据这些信息，帮你搭配适合的商品。

万事具备只欠东风，下面进入正题，我该讲讲怎么买生财的工具：香水，怎么进货选货

前面已经把店面的情况跟厂家说明白了，香水吧厂家会结合你的店面情况帮你设计适合你的产品搭配，最主要是香品要全，不要单一做香水（有点单调），找香品全些的香水吧厂家，多元化经营，给顾客一个多呆一分钟的理由，也给自己一个多赚一点钱的机会。

进货尽量安排在每个星期六到货，这样每个周末店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上！让

顾客感觉每周到你店里来，都有新品到货，不管需不需要，都给顾客一个下次再来的理由，同样，给自己一个再多赚一点钱的机会。

像“情人节”“妇女节”“五一”：七夕““国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

进货渠道：

xx香水吧厂家是首选厂家，独家生产纯植物精油微胶囊香水，不含甲醇，不含酒精，不刺激皮肤，任何肤质的人都可使用，更重要的是她的香味清淡，留香3-7天，真正有效地帮你锁定回头客。

xx集团是目前国内市场上香品最全的公司，在业内6项新高。

一个10平米左右的店面，建议雇佣1-2个导购，有化妆品、服装、美容院等零售业工作经验者优先，刚开始创业时建议先雇一个导购负责接待顾客，店主也要一直在店里接待顾客、收银（自己创业累点是应该的，何况创业初期咱的资金不是很多）。导购的工资（包括自己也要算的哦），1000元/月+提成1%（月营业额的1%），提高工作积极性。

3. 第一次香水货款10000元。

4. 其他费用1000元。

5. 员工工资可以在第一月底结，不用算在初期投资内。

6. 余下3000做流动资金使用。

1. 开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

推荐使用xx集团独家生产的计数型手机加香机做促销，只需要一毛钱成本就可为顾客的手机清洗、消毒、加香一次，新颖的促销模式，厂家有承诺如因机器问题损坏手机，由公司双倍赔偿，让你没有后顾之忧放心经营，到晚上，只要按一下机器上的按钮，就可计算出一天下来处理了多少部手机，从而也计算出多少有效客流。

2. 香水吧的陈列

开香水吧关键香型品种要多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售！产品陈列上要突出自己香水的特点，把清淡的、微浓的分开陈列，包括哪个香型适合用与哪种场合要写清楚。

除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便！所有香型都用闻香杯、闻香棒展示出来方便客人试香，挑出几款特别漂亮的小香水瓶来吸引顾客的眼球。很多时候顾客是因为看着小香水瓶漂亮才来选香水的！小香水瓶的款式要经常更换，这不能偷懒！

3. 长期发展营销策略

(1) 原则：每周都要有新款香水瓶上架。

(2) 方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

(3) 服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买香水或是买多少钱的香水都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，

也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4. 香水吧经营方法

(1) 初次来店的惊喜

免费赠送小饰物，小挂件，免费做手机加香等，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）。

(2) 增加其下次来店的可能性

传达每周都有新货上架的信息。

利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者过节免费送给会员小礼品（要定量）或送生日礼物等。

(3) 满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

综上所述我用x万元开一个xx香水吧店，与厂家紧密配合，你想不赚钱都难！

化妆品计划书篇四

1、迅速提高品牌知名度,吸引消费者来参加开业活动。

2、开业就有好的销售业绩。

二、策划思路

1、策划吸引消费者的活动，在开业时，店铺就充满人气。

2、提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买

欲望。

3、设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

三、促销方案

方案1：开业演出及开业仪式

——利用演出来吸引消费者

——全天演出

方案2：开业有礼，红包多多

——以5元的代金券设计成红包的形式

——开业期间，见人发一张

方案3：开业折扣

——店铺选出部分商品8折销售

——吸引消费者进店消费

方案4：每天推出特价产品1款

——可以长期推行

——要推销售额大的，影响才会大

方案5：累计消费达×××元，赠礼

——赠送实用的生活用品或者产品

——开业一个月后，可考虑送其它低价高质的产品

四、活动宣传

1□dm宣传单：品牌介绍，促销活动，电话地址

2、微信微博线上宣传推广

3、店内海报：品牌介绍，促销活动

4□x展架：品牌介绍，促销活动

5、开业横幅□xx开业进店有礼惊喜不断

6、开业气球□xx开业进店有礼惊喜不断

一个吸引人气的小活动：

把店铺名称的每个字写在一张单独的卡片上，然后放在一个封闭的箱子里，凡是进店顾客，都可免费参加抽奖活动。每次只能抽取四张（根据店铺实际情况设计活动）。

一等奖：价值xxx元的xxx□抓到店铺名的4个字）

二等奖：价值xxx的代金券1张（抓到店铺名的3个字）

三等奖：价值28元的护手霜1只（抓到店铺名的2个字）

四等奖：纪念品1份（贺卡、气球等）（无字）

化妆品计划书篇五

xx年的工作即将成为历史，一年的忙碌就要在此告一段落了。今年的十月份，我走进了，截至到在，已经在公司沉淀4个月

了，对于彩妆的专业知识已大部分掌握，化妆技术也得到了很好的提升，回顾这4个月的工作，有太多的感慨、太多的感触在里面。让我颇有心得，做出了如下总结：

我进入公司后，在公司内部接受到了彩妆的专业知识培训，在公司的直营店亲身体会到了优良的销售氛围。在经过一个多月的培训后，我对产品的卖点已基本掌握了，根据代理商的需求，公司决定让我去和代理商接触，我也就开始了我的出差生活。

此次出差的目的地是贵州，出差的主要任务有两项：前期的工作是协助代理商开展年终答谢会，后期的工作主要是市场服务。

初到贵州，我的心情期待而忐忑。我到达时，代理商已经开始了年终答谢会的会前准备工作，我也迅速地投身其中。在几天的努力下，代理商公司于xx年11月30开展了xx年度的年终答谢会。会议邀请了新老客户约60人，会上请到人人换购网的创始人之一到场讲解零障碍营销模式，下午由中国台湾教授讲解了人体排毒，在听了不同讲师讲课后，感受到了不同的讲课风格，对于我的讲课水平有很大的帮助。

晚上请到了专业的演出团队，为新老客户带来了精彩的表演，我荣欣的担任主持人，很好的锻炼了我上台讲话的胆量以及主持能力。

会议结束整理过后，取得了较理想的成绩，所有的品牌共签单约200万，由于不是以碧恩彩妆品牌为主打，因此彩妆品牌签单的都是老客户，约有30万。会后客户也能很迅速的的汇款，比其他的品牌回款的速度高出很多。

我在贵州市场一共出差了一个多月，服务了5个店家，3家日化店，2家美容院。店内彩妆品牌大多都有两个，以价格来区分，碧恩彩妆相对来说都是高价位的。我的工作安排以协

助市场销售和培训店员为主，培训工作成果较理想，能够很好的鼓励店员的学习积极性，帮助掌握、碧恩彩妆的专业知识以及娴熟的化妆技巧，促进店员专业带动销售，服务产生业绩。因年关和天气寒冷等原因，销售成绩不是很理想，但基本还是可以保持每个店家3000元以上的销售业绩。贵州出差对于我个人来说，总体效益还是不错的，又上了一个新的台阶。

在这份工作，并不是我踏入社会大学的第一份工作，我换过好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉。在和大家的相处中，我感觉很受益。和公司的领导人沟通也一直很愉快，让我对公司和我自己充满信心。这是一个温馨的大家庭，这里的人都很好相处，没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我很喜欢！

在过去的这四个月里，我学到了很多新的人生经验，销售是一门永远也学不完的课程，这4个月里，我学会了慢慢的去剖析客户的心理，为其选择适合的产品。、碧恩的彩妆形象丰富，在和客户交谈的过程中，学会了去了解客户的消费能力，从而为其选择适当价格的产品。慢慢的认识到了要提高自己的影响力，才能够做好循环销售和离开店家后的店家持续销售。

在贵州出差的期间，协助了年终答谢会的开展，从而了解到了终端会议的筹备和开展，为以后我自己筹备终端会议打下了扎实的基础。从公司完善的会员制度中，我也清楚地明白了会员对于店家的重要性。这些都将成为我实现梦想的垫脚石，让我的人生更加丰富。这4个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记.....

新的一年对我们来说是充满挑战、机遇、希望的。新的一年，我一定要努力打开一个工作新局面。为了提高工作效率，我

制定了以下的新年计划：

一、在销售方面，要努力加强自己对产品的专业度，提高自己的销售水平，为明年出差赢得更高的人气，为店家，代理商，公司和自己赢得更高的利益。努力做好和代理商的沟通，学习和了解回款政策，做好公司和代理商之间的桥梁，代理商和店家之间的桥梁。

二、在讲课方面，要提高个人自身影响力，鼓励店员学习，带动店销。把产品剖析的更透彻，并努力开创出自己独特的讲课风格。

以上就是本人xx年度的年终总结以及新年计划。工作计划写出来了，目的就是要执行。在明年的工作中，我一定会努力配合、虚心求教、善于发现并积极面对所遇到的问题与困难，迅速成长起来，不让关心我的领导与同事们失望。请大家拭目以待。

时光转瞬即逝，不知不觉地来到了20xx年。但是我依然清晰的记得，当初xx产品刚刚打入市场，要让xx扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，需要付出比以往更多的劳动。xx的发展前景，使我对未来有了更大的目标。今年要做好销售工作，我体会深刻有三点：

例如说，工作中会碰到顾客我们很客流量少或者一连向几个客户介绍产品均没有成功，容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到客户也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。

例如，学生类客户比较喜欢潮流的广告性强的名牌产品。因此让其很快接受我们所推荐的产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下产品，然后可对她讲学生为什么容

易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐产品，如此成功率较高。

现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。因此介绍产品时一味说产品如何好，容易让客户觉得我们就想着单单推销产品出去，使自己不能很快被客户信任。事实上，客户只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的产品。如果简单扼要针对性介绍完产品，在客户考虑时可将产品话题引入人的话题，例如赞美客户两句或问问客户平时是怎样护理的。

20xx年让我有点隐隐期待，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐！

化妆品计划书篇六

本人选择餐饮服务业为创业目标，以一间餐厅为创业起步，取名明月，给人一种优雅、温馨的感觉。

一、市场调研：

经过初步市场调查，我定位的目标消费群是周围的大学生群、周围居民群；竞争对手主要为现存和即将开业的餐厅，与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确。

二、可行性分析：

根据当前的市场条件，餐饮业较其他行业具有更大的发展潜力，能够表现为消费者群体的庞大，行业竞争力的不断提升，以及大规模的行业升级。尤其是学院周围，虽然有好多餐厅，但我发现各餐厅的服务和食品的供应都不到位，没有特色。

根据当前的市场形势，消费者异常是青少年群体纷纷倾向于对国外餐饮店的消费，例如麦当劳、肯德基等，相比之下，以本土美食为特色的本土餐饮店受到冷落，主要原因在于缺少对外宣传力度，店面卫生以及服务人员素质有待提高等方面。

三、选址方面：

四、格调方面：

明月餐厅为温馨浪漫的风格，为顾客供给优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

五、餐厅特色

(1) 餐厅分为中餐区及西餐区两个主体部分，满足顾客的多种消费需求。吸引周边居民楼的消费者。

(2) 中餐区和西餐区各设一个厨房，厨房以落地玻璃为装修要素，让顾客能够近距离观察食物的制作过程(能够向顾客证明食品质量，让顾客安心就餐，另一方面讲，也能够提高厨师们的自律性，保证食物的安全与质量)。

(3) 餐厅设有一个小厨房(占地面积很小，普通家庭的小厨房大小即可)每周有1~2天的时间对顾客开放(能够提前预订)为“共制美味佳肴”的时间，供顾客如亲子或朋友以及学院的小情侣一齐当厨师，比如父母为孩子庆祝生日，能够在小厨房一同制作生日蛋糕等(能够体现餐厅的人性化服务，小厨房仅需很少的占地面积，但其带来的效果以及收入可观，如青少年群体会异常青睐这种就餐模式，那里体现的理念主要是让顾客在美食中得到欢乐，从而对餐厅产生更大的好感，吸引顾客消费)。

六、拟定规模：

建筑面积100平方米，开1间大点的门面商铺。

七、产品介绍：

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

1. 推出皇牌主食套餐，经济实惠。西餐结合快餐
2. 美颜甜品最适合爱美的女大学生品尝。
3. 根据不一样的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等
4. 餐厅与顾客的互动方面，本餐厅在显眼的位置放置一个“美食提议板”，让顾客写下期待在本餐厅吃到的美食名称，制作过程，方便餐厅开创新菜色，定时对菜单进行更新，满足顾客的需求。
5. 优惠措施方面，餐厅将对消费满必须数额的顾客派发“早餐优惠券”可发展餐厅的早餐食物。

八、管理理念

九、投资预算：

房租和押金周转资金16.5万元，固定资产投资15万元(装修10万元，电器和厨房设备3万元，家具装饰等2万元)，物料周转资金1.5万元，合计33万元。

十、固定资产折旧：

固定资产15万元，预算2年折旧完毕，即平均每月折旧0.625

万元，折旧资金可用于周转，但必须预算2年后重新装修。

十一、财务计划

1. 实行严格的财务管理

2. 每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。

4. 每日流动资金为5千元(主要用于突发性事件以及临时进货)

对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样本店的盈亏在帐面上一目了然，避免经营管理工作的盲目性。

十二、销售计划

a)开业前进行一系列宣传工作，发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务资料。

推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

十三、市场营销策略

1. 品牌策略：

“明月餐厅”这个店名易记，易读，好听。“明月”一词能够营造典雅的个性氛围传播快捷，贴合目标市场消费者的消费需求。并且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

2. 价格策略：

(1)主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享

受和心理满足。

(2) 针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，构成价格系列，

使消费者在比较价格中能迅速找到自我习惯的档次，得到选购“满足”。

3. 促销策略

1) 店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时理解学校的监督，做好餐厅与学校的交流工作。

2) 行政人事主要职责：人员到职与离职的相关办理，各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理，员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业。

3) 对厨师的要求很高，他必须有灵活的脑子，在每一周都能变一个化样的特色，来吸引顾客。

4) 服务员以礼待客，遵守制度，进取进取。服务员最主要的工作是清理餐桌和店铺的卫生，随时都是一层不染，没有油腻的感觉，给顾客留下深刻的印象。招的兼职工就负责点菜和端菜，对每一个职员要求先把自我的卫生处理好，才能更好的服务于顾客，如果有顾客或者出现不干净的事物或环境立刻处理，赔礼道歉重新更换食物或者打扫卫生，如顾客还不满意能够以陪赏进行道歉。

5) 薪酬制度：记时工资制

不一样类型的工作人员时间上的薪酬不一样；采用此制度比较灵活，能够准确地记录各个工作人员的工作时间，准确地计算出职工的工资。

6)奖励制度:根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励

十五、盈利预算:

5.3万元月,净利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

十六、开业准备:

2月中旬签约,两个月免租,3月办理工商税务消防等政府事务、人员招聘和培训、岗位制度的制定、菜点设计和价格设计、装修配套和店内装饰、供应商接触、首批物料备货、网络推广等等,4月中旬试营业,5月1日正式营业。十七、开业策划:

试营业两周,正式开业外现场策划、店内布置、促销活动设计等。

十八、三年规划:

第一年:根据经营初期的资金较少,尚无较多的盈利来源的情景,主要资金用于食物质量,以中餐区带动西餐区发展,即主力放在中餐区上。另一方面,注重对外宣传,宣传力度主要于印发宣传单以及网络宣传,以缩减资金支出。

第二年:根据顾客所需更新菜单,实现中餐区与西餐区同步发展,产品实现多样化,引进更多地方特色美食,提升产品优势,另一方面,利用盈利的资金,加大对外宣传力度,可经过电视、报纸、传单、优惠券等措施,加大宣传。对于人员管理,供给资金培训厨师,进一步提升厨师技能,吸纳更多素质高的服务人员,以填补餐厅空缺。

第三年:根据前2年积累的资金和经验,寻求机会开设一间分店,分店刚设立,以总店带动分店建立顾客基础,可经过在总店宣传分店,或经过其他宣传方式加大对分店的宣传。当

分店逐步发展茁壮时，实现2间店面共同发展。

三年以后，逐渐积累资金与经验，逐步实现规模化管理，在规模化发展的同时，不断优化自身的产品质量、特色，服务质量。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

化妆品计划书篇七

长期以来，化妆品行业因行业壁垒过低、产品同质化严重等问题的影响造成行业竞争无序，区域品牌、游击品牌充斥于市场，形成鱼目混珠、恶性竞争的局面。

据统计，在我国近4000家化妆品企业中，走主流卖场销售路线、俗称“做终端”或“日化线”的厂商只占企业总数的15%左右，更多的企业采用流通(包括深度分销)、专柜(包括店中店)、品牌专卖店、专业(美容院)线、专供大型百货或零售集团的oem贴牌等通路和方式进行运作。除了百货店、超市和专营店业态以外，许多化妆品销售的新型业态也都复兴、壮大、繁荣，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽

然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销，它是一种新兴的商品销售方式，是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程，主要可将其分为四大环节，即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目，以消费者的需求为出发，寓购于教，播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道，是产品销售的一个平台，是一个无店铺的“空中超市”。所卖商品也是日常生活中的必需品，如数码产品、化妆品、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证，因此，电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱，两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

购物频道自诞生起，就将化妆品等产品作为主要商品来推广，现代电视购物已经成为了化妆品销售的新途径。

在家购物，渐成时尚 随着经济高速发展，现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到，家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

世界一流的市场研究公司tns公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示，在电视家庭购物的所有品牌中，上海

消费者对东方cj家庭电视购物的品牌认知度是的，特别是25~34岁的年轻女性消费者。

化妆品计划书篇八

无论是从现代的营销理论来讲，还是从一线营销实践来看，作为日化企业，产品与消费者实现沟通互动的一个良好平台，促销是必不可少的，仍将是产品在市场上推广的主要手段与竞争武器。

一、细分中寻找创新

1、主题推陈出新

好的促销主题可以给消费者一个购买的理由，有效回避价格战带来的品牌损害，所以主题一定要与促销需求相结合，以简洁、大气、亲和力强的语言来表达，在不偏离品牌形象的基础上做到易传播、易识别、时代感强、冲击力强，而不是普通的“买一送一、震撼热卖、特价酬宾、真情回馈”等字样。

2、内容创新：创造打动消费者的独特形式

促销活动主要支撑点在于促销内容设计，能不能引导消费者产生兴趣，能不能战胜竞争对手、能不能有效传递产品与品牌信息，独特的内容形式，易于满足消费者求新求异求实惠的心理需求，并产生情感共鸣，应从促销形式、主题、工具、手段上来寻找创意空间，将买赠、套餐、抽奖等形式优化组合、推陈出新。

3、物料创新：营造影响顾客群体的靓丽终端

好的主题、好的方案，更要通过创意物料让终端亮起来，让日化产品借助物料在竞争中脱颖而出、率先冲击消费者的眼

球，以营造良好氛围来影响消费者购买，形成更多从众购买，立体化的户内外形象有助于提升促销效果。

4、人员创新：培养高水平感动消费者的促销团队

优秀促销人员是完成产品销售、实现临门一脚，实效促销的前锋，也是促销活动的最终落实者，应在对消费者心理、企业产品、销售技巧的把握、了解的基础上，从言语、行动、细节处来创新，来感动消费者。

二、执行力是促销的关键

促销是一个完整的系统，在追求促销环节进行创新时，更要注意促销执行中的关键环节，以保证促销的有效性与良好效果，追求表面创新而执行不到位的促销只是绣花枕头——好看不中用，促销更要在创新的基础上为销量、盈利来服务。

好的促销主题犹如明亮的双眼，好的方案犹如迷人的身躯，好的物料犹如性感的外衣，好的促销员犹如能言善辩的名嘴，借助各个环节的创新配合，相信企业形象、品牌形象的整体魅力会赢得消费者关注、购买、信任，将促销真正成为日化品牌地面推广中的利器，将促销的作用发挥到极致。

一项活动，无论大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实施，他还是等与零。

员工对活动的促销知识了解不够，缺少服务热情，对促销活动促进上缺乏技巧和活力，在员工心目中没有“活动是在大量资金与人力投入下，营业额大幅度拔高的概念”。

另外，活动在销售过程中也没有一个激进方案，销售任务没有进行细分，“笼统管理，大概销售”，也限制了销售额的增长。

化妆品计划书篇九

前期宣传：

1. 宣传单肯定是要有的，宣传单印得精美些，多找几个人去发，统一服装，具有宣传效果。早晨到居民小区，上班时一看门就可以看到。中午晚上到小学门口，那些等孩子放学的妈妈们一般都很无聊正好用这时间详细看看宣传单，还有就是晚上散步的人，要有针对性的发，18到45岁之间的女性和20到30之间的男性，避免浪费。
2. 找建设局协商，在街上悬挂一些横幅，可以用一些爆炸性的字眼：化妆品产品全市！这样才能吸引别人的眼球。多挂一些时间。
3. 找两辆小卡，把大幅的宣传彩页四面贴在车厢上，加上音乐，每天在县城各条道路转，这个一般做宣传的都知道，很简单。
4. 租两个打气球挂上竖条幅，在广场前期造势。
5. 在县城的地方论坛发布软文广告，增加本店的知名度。
6. 店面门口可以安上写有化妆品用后效果的跟踪事例，让消费者安心。

活动主题：您的美丽，由我们负责！

永葆青春，从我们开始！

活动内容：

1. 利用顾客的便宜心理。你家店肯定也会有日化产品，像牙膏，洗发水，香皂之类的，一般这种东西利润不高，但是利

用好了也能发挥很大的作用。这是家家都会用到的东西，首先你可以打出一个招牌：日化用品全市！只是一毛两毛的就能吸引很多人光临你的店，县城里一传十十传百，这样就有了人气。是宝洁，联合利华之类大家都熟悉价格的产品，这样一来顾客就会觉得你家东西都比别家便宜，不管买什么都更喜欢到你这来。

2. 你搞活动厂家肯定会有支持，你可以向哪一家要一些气球，一般上面有字的宣传气球质量也都比较好，五月底正好马上六一，可以在宣传单上印上：凭此单进店有礼。来的顾客有小孩子就给一只气球，如果有厂家免费赠送一些袋装的试用装更好，可以给那些潜在顾客。

3. 只要是活动期间购买品牌化妆品都赠送贵宾卡，声明贵宾卡平时是要花30--50元购买的，凭此卡购买品牌化妆品可以打9折，可以积分兑换奖品，制作一张贵宾卡使用说明贴在醒目位置。目的建立与顾客之间的长期关系。

4. 抽奖活动。一般的活动都离不开。可以设两种方式，购买不同价格的产品抽奖方式不一样。一：购买产品38元以上可以抽奖，奖券性质的，告诉顾客绝无空奖，人们才有购买的动力。一般是幸运奖一些试用装啊，四等奖30名，奖品牙刷，鞋油什么的，三等奖20名，奖品啫喱水，洗手液，沐浴露之类，二等奖5名，奖品功能锅什么的，（事实证明可以设一些化妆品之外的耐用型奖品，这样对顾客更有吸引力。）一等奖1名，奖品折叠自行车一辆。（奖项仅供参考。）二：购买68元以上品牌化妆品的可以参加抓现金活动，里面放一些一毛五毛的硬币，当然五毛的要少，在一个箱子里，顾客把手伸进去，抓出多少就送多少，可以把口剪得小一些，一般顾客抓出来的不会超过10元，大概就是5-7元之间，可以反复试验一下。新颖的方式更会引起顾客的兴趣。抽奖时间是固定在某一天的某一个时间，比如最后一天的上午十点开始，十二点结束。这样前几天的顾客都会在这一天聚在一起抽奖，又形成最后一天的小高潮，抽到奖的顾客要胸带红花合影，反

正尽量引起轰动效应。抽奖的最低限额不要太高，要接近县城居民的接受水平。

5. 既然楼上有美容美体这方面服务，当然要力推。除了楼上产品也适用以上活动外，还要推出购买品牌化妆品满100元送楼上服务一次，美容，刮痧，手护，足疗等任选一样。一般有护肤意识的人都会考虑的，免费赠送一次效果好的话，也就成为楼上的顾客了，这样带给店里的利润会更大。每位顾客留档案，以便日后回访。

6. 要有美容师帮助顾客分析皮肤，有皮肤测试仪免费测试皮肤和头发，顾客看到自己的皮肤有缺陷才会引起护肤的意识。注意不要说得太严重以免引起顾客反感。美容师皮肤要好，语音温柔，懂得顾客心理。如有厂家美容导师在，一般顾客都相信“外来的和尚会念经”，可以设置一块地方，像门诊一样，供顾客坐下来详细咨询，导师给予详细解答。

7. 确定哪一天开业，以后每年的这一天就是店庆，想个主题，比如第一届化妆节什么的，比较有意义，顾客也比较记得住。既然是化妆节，肯定少不了彩妆，可以请一位化妆师给每位做美容的顾客或者购买品牌化妆品的顾客免费化妆，有需要彩妆的顾客，有了专业化妆师试妆，效果肯定也不一样。活动期间可以选店员或者有兴趣的顾客做示范，给顾客看化妆前和化妆后的区别，县城顾客对彩妆意识不强，但也在逐步上升，一般针对20--35之间的女性。

8. 设置一些换购产品。比如平时15元的啫喱水，买够38元可以以10元价格购得。设立一个换购区。这样买够38元即可以抽奖也可以换购，顾客一般很难抵挡住这样的诱惑。换购的产品可以设置一些利润比较高的产品，只有你一家有别家没有，没办法比较价格的产品。

9. 因为马上就是夏季了，肯定离不了防晒霜，可以针对防晒做文章，品牌化妆品购满多少加多少就送防晒霜。比如泊美

购满200元再加10元送原价68的隔离防晒霜一支。具体价格可根据店内商品斟酌。也可准备一些遮阳伞，披肩，防晒手套之类的做礼品或奖品。

10. 开店当然要有打折的产品，根据品牌利润确定打几折，满一定金额送什么赠品。另外还要有比平时更便宜的日化产品，一般洗衣粉，牙刷，洗发水，纸巾之类日常用的。因为马上六一，孩子们都放假，建议设一些儿童用品特价区，赠品也可准备一些玩具类的，孩子喜欢，家长肯定掏腰包。图案价格要印在宣传单上。

11. 活动期间生日的顾客凭身份证或者户口本可免费领取礼品一份，礼品随店内情况设置。

12. 可准备一些代金券在店内消费一定数额后发放，为以后的长期顾客做准备。

13. 可视店内情况，多推出一些低价产品。对女学生群体免费教其美容知识，吸引她们。推出生日免费试用活动，推广产品。吸引学生生日时，送礼选择本店产品。一般，女学生吸引了，她们的家长也会成为潜在客户。

以上活动项目较多，店主可以选几项影响较大的印在宣传单的醒目位置，开业活动多搞几天，为最后一天的抽奖聚集人气，同时也打响知名度。设置两名形象气质较好的员工在门口迎宾，有顾客进门一定要微笑欢迎，首先给顾客一个温馨的感觉。对于一家店来说，顾客第一次登门的印象最重要，一定要用专业舒服的服务态度留住顾客，一个县城本来人不是很多，美誉度要比信誉度更重要。

活动现场：

2. 门前有学校也是个很好的媒介，可以在学校旁边设立宣传牌，上书：通往美丽之路等等。用气球什么的把牌子装扮一

下，让人从老远一看就赏心悦目愿意往店里去。店门口建议设置彩虹门，各厂家可准备促销台在门口两侧或门前。门口放一些奖品，给顾客以购买的动力。

3. 门口要设立广告牌，上面是搞活动打折的产品，以及本次活动的细则等等。可以手写，也可以请广告公司设计，花不了太多钱。大气球仍悬挂竖条幅在门口或广场。

活动程序

八点开门，员工统一着装，放音乐，跳导师教的手语操或舞蹈，建议优雅大方。导师领舞。

八点半，开始销售限量销售的特价产品，发给顾客号码牌，按顺序购买。门口迎宾到位，如有个子高挑皮肤细腻的迎宾。期间可能会有些混乱，注意店内防盗，员工务必要热情服务，给顾客良好印象。

十点，开业典礼正式开始，鸣炮庆祝，是礼仪公司的礼炮，天女散花般彩纸从天而降。播放音乐或者乐队演奏引起路人关注，由主持人宣布开场，店主致辞：尊敬的各位父老乡亲，各位姐妹朋友！今天是我们开业的好日子！多谢各位朋友前来捧场，本人不胜感激。小店将秉着全市的宗旨来回报各位乡亲！您的美丽就是我们的责任！

十点后，会有更多顾客进门，注意好接待。会有顾客索要代金券，贵宾卡和抽奖卡片，由专人凭购物小票发放。

期间，乐队一直演奏，如经费充足，有些搞笑小丑或杂技效果会更好。中间穿插有奖问答，可以设置一些美容护肤类的问题，答对者发一张卡片到店内领取，总之是吸引顾客到店内去，多转几圈也许就能发现需要的东西。

十二点，演出暂停，告诉顾客下午2点开始，仍有限量特价产

品和演出，这样下午也不至于冷清。午间播放音乐。

经费预算：

前期宣传

宣传单3000份经费1500元

横幅竖幅5幅经费100元

小卡宣传2辆经费200元

共计1800元

活动中

气球无数个厂家提供

贵宾卡1000张经费1000元

代金券1000张经费500元

抽奖箱2个自制

广告牌2个经费50元(桥头一个，门口一个)

礼仪公司1家经费20__元左右

共计3550元