

最新美容院活动规划 美容院活动策划方案 (优质5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。

美容院活动规划 美容院活动策划方案篇一

亲爱的顾客朋友：

圣诞节到了！本院院长携全体员工，愿您圣诞节平安健康。

在圣诞节期间，本院特举办“平安夜感谢您对本院多年来的大力支持，并祝，送平安果”活动。即圣诞节当天消费的顾客将获赠送的“平安果”（苹果）。顾客也可亲自“采摘”平安果，寓意一年的收获。

（圣诞节平安夜是一个很亲情的夜晚，同时也是改善美容院形象的好时机。借此机会，美容院可以把“平安果”和包含亲情的“亲情卡”绑在圣诞树上，赋予一个普通苹果以亲情、关爱、温暖的元素。同时，充满温馨、祝福的平安卡片也带着美容院对顾客的一份感谢和一份祝福！）

凡是平安夜走进xx美容院的所有顾客，均有机会获得圣诞老人的亲睐，圣诞老人会随即送出神秘大礼若干，凡是被圣诞老人光顾过的顾客，当天在美容院所有消费全部享受半价优惠（根据自己的店面情况而定）。同时可以获得圣诞老人的新年祝福，保佑您在新的一年里身体健康，万事如意。

活动时间□20xx年12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□xxx(详细写明美容院的地址)

圣诞背景音乐：《雪绒花》、《铃儿响叮当》、《平安夜》等。

美容院要摆设与圣诞节主题相关的饰品，如圣诞树(一棵或多棵)、圣诞彩灯多串、主题横幅几条、彩带、礼品包装袜子、圣诞帽、彩色小气球、活动宣传单、小蝴蝶结等等。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。

- 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、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。
- 4、尽一切努力让顾客留下联系方式。尽量留手机号码，微信账号、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。

美容院活动规划 美容院活动策划方案篇二

情意无价，爱在七夕

20xx年xx月xx日—xx月xx日

- 1、借势七夕情人节为美容院增加客源。
- 2、通过七夕活动的宣传，加深周边的消费者们对自己美容院的印象，以此达到品牌宣传的作用。
- 3、通过七夕活动回馈老顾客，达到留客的目的。

1、宣传时间：活动前5天；

在20xx年xx月xx日至xx月xx日下午期间，所有女性均可领取最佳情话评选券一张，只要自己的男友、丈夫在活动期间写下对自己的情话誓言，并将这些动人的情话粘贴在美容院大厅的爱心墙板上，即可获赠美容院送出的价值299元体验券及199元代金券一张，还可以参与抽奖，获取精美礼品。

xx月xx日下午17:00时揭晓评选结果，评比“最动人情话奖”，“最创意情话奖”，“最幽默情话奖”等3个奖项，获奖者可获赠免费情侣电影套票及任何美容项目七折。

1、七夕宣传单，宣传语要有感染力和煽动力。所以在设计宣传语的时候七夕是属于情侣的节日，在主题上务必做到最合理，最浪漫，最体贴，以此先打动女性，再通过女性的感召力带动男性的积极参与。在设计宣传单、宣传语时可以独辟蹊径，使用不随大流的表现方式，只要是三观正的祝福，“语不惊人死不休”也是可以的。

2、活动时间段要把握。浪漫的七夕节是所有商家都会瞄准的节日，在这一天到来前就已经有很多商家“伺机而动”。一般来说，节日前一个星期，美容院最好不要做太大的促销活动，以免让七夕活动的流量提前消耗。

3、活动宣传方式要全面。互联网时代，不仅传统的宣传方式

要做，自媒体平台，微信公众号等推广资源一定要加以利用，你一篇高质量的七夕活动推文就能代替高额的广告费。

最后，在七夕到来之际，希望所有xx美容院加盟店抓准时机，做好活动方案，充分准备，并在七夕节获得高流量，高业绩。

美容院活动规划 美容院活动策划方案篇三

为了迎接20xx年感恩节，美容院可发起微博转发送礼品的促销活动，打响感恩节促销的第一炮。活动内容是凡在感恩节活动期间，只有你转发该美容院的相关微博并转发5个好友，即可有机会获得该美容院提供的精美礼品一份，届时活动结束后的第二天该美容院会将获奖名单在微博上公布。美容院在选择给顾客的精美礼品时，一定要站在顾客的立场出发，认真挑选符合顾客需求的礼物，切记促销礼品预算不能超出美容院开支范围，确保整个促销活动井然有序的进行。

在感恩节里，不少人向自己的父母、同事、领导表达了一下感恩之情，比如请父母吃饭，请同事看场电影等等。但是美容院感恩节要怎么表达对顾客的回馈呢？不妨来个折扣优惠吧！在感恩节当天，美容院可以推出众多优惠套餐和产品供顾客选择，此外一些季度性美容项目可以根据顾客的需求合理优惠；一些单卖美容产品可以配合套餐项目一起做捆绑打折促销，不仅减轻了库存积压量，还提高了营业额。

想要在20xx感恩节为父母做以上三件事的话，不妨来美容院消费满888元即可获得。该美容院将为老年人提供剪发、护理等多项贴心的项目；其次，专业的技术，一流的服务将百分百让顾客满意，同时也能略表达我们对父母的感恩。

为了能够更好增进与顾客的交流 and 信任，美容院可以在感恩节活动当天推出一些回馈活动，例如，只要进店前20的顾客即可获得免费抽奖活动；或是消费满100元的顾客均有免费抽奖一次。该奖项设置10个，分别是10元、20元、30元、40元、

50元、60元、70元、80元、90元、100元。顾客现场抽完奖立马兑现奖金。

1、致xx顾客一封感恩信，通过内部宣传手段表达美容院感恩节感谢顾客、感谢社会及借节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情。

2、11月24日当天，美容院门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

3、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、美容院做“感恩节快乐”的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

4、感恩节当天楼内播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲；迎宾词以感恩概念为主。

五、广告宣传：广告宣传一定要主题鲜明，具有很强的吸引力。只有把广告做好了，才能吸引大批的消费者进店购物！

美容院活动规划 美容院活动策划方案篇四

成本、销售、利润

(1)成本：包括美容院经营费用、美容用品成本、员工工资、其它额外开支等，其中经营费用包括固定开支(房租、贷款、员工工资、保险费、仪器折旧费等)与非固定开支(包括水、电、煤气费、税金、其它额外开支等)

(2)美容院的销售原则：

a□广告宣传销售原则：广告要根据自己能力做，主要有宣传手册、宣传画、招牌广告、灯箱广告、报纸、广播、电视等，

关键要在公众中树立品牌效应，让更多人知道你的美容定位。

b□美容厅内外促销原则：美容院为了提高知名度，常常在美容院门口或外面公众广场做些促销活动。主要内容包括向过往顾客免费讲解皮肤护理知识、免费测试皮肤、向客人推荐美容护肤品(有的可免费使用赠送品或材料)、当场示范演示、并发放服务优惠卡(包月、包半年、年等)。

c□定价原则：定价原则主要考虑如下几个因素，行业价格因素、消费者承受力因素、服务成本高低因素、基础成本(护肤用品、水、电等)因素、国家政策因素、美容院所处因因素等。

d□美容产品的成本控制原则：产品成本控制包括控制产品存货量(尽量采用代销)、减少浪费和消耗、实行产品使用登记制度等。

(加成率可根据美容院的档次、服务人员服务素质、产品档次以及行业价格因素来定出美容院自己的加成率)。

美容院的公共关系：

1、美容院与消费者之间的公共关系：消费者是美容院收入的主要来源，要把消费者当上帝对待，要研究消费者(包括他的职业、年龄、性别、家庭组成、收入、习惯、爱好、受教育程度等等)，以及消费者对美容院的信息反馈(产品质量、价格、服务、管理水平等)。

2、美容院老板与员工的关系：这种关系应该是在工作上领导和被领导，在生活上应该是同志、兄弟姐妹、朋友的关系，老板应该爱护员工，员工应该尊重老板。员工与员工之间要互相团结。

3、美容院与政府有关部门的关系：美容院常与工商、税务、公安、街道、卫生、城管、水电部门等有着密切的联系，要

处理好这些公共关系，才能使自己立于不败之地。

4、美容院与周边商家及公众的关系：做好美容院与周围商家和公众之间的关系也是至关重要的。

5、美容院与同行业及供应商的关系：保持与同行业之间的联系，也是和不可少的，这样才能互相学习，相互提高，并能及时了解行业的新进展等。没有供应商提供产品，你的生财之道就会枯竭。

美容院活动规划 美容院活动策划方案篇五

1、要沟通：经常与院店周边地区并且与店内经营相关的地方政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及院店所在的物业部门”，为今后院店在店外进行各种促销活动需要帮助时创造良好的条件。

2、要务实：即是眼睛向下看，从小事踏踏实实做起，为今后的工作打下良好的基础。

3、要交流：经常与各部门经理、员工及促销交流，了解店内及店外自己所不知道并且与店内正常销售息息相关的情况，真正做到取他人之长，避己之短。

4、要了解：即任何未曾经历过的事情一定要了解这件事的过程与结果，真正了解了才会把这件事做的更加完美，所以对工作当中所遇到的任何问题我都要了解这件事的过程与结果，分析利弊才能实施。

5、要总结：总结过往经验，将未曾做好的事情吸取教训，已经成功的事情寻找实施时的不足，把这些经验投入到以后的工作中去。除上述几点以外，下面这两点也非常重要。

一、店面行政管理

店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。1. 建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2. 注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到、懂业务、会管理的高素质人才。3. 建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

4. 利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5. 以“为您服务我最佳”为宗旨，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好地全心全意为顾客着想，减少投诉。

6. 重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。

7. 创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

二、经营管理

1. 加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2. 明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个

部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3. 在节假日上做文章，积极参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4. 抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。

5. 知己知彼，通过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。

6. 尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。