

# 2023年开业美容店活动软文 美容院促销 活动方案(通用9篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 开业美容店活动软文篇一

情浓一生，真心表爱意

活动（一）主题：七夕情人，真爱无限

活动（二）主题：爱我，就勇敢说出来

活动（三）主题：情意无价，爱我有奖

20xx年x月x日至x月x日

2、活动（二）针对目标对象：活动（一）参与者及美容院会员的丈夫（或男朋友）；

3、活动三针对目标对象：活动（二）参与者及所有参加评选的女性；

活动（一）：“七夕情人，真爱无限”特惠活动

美丽心意卡可享受九重特惠：

1、任选基础护理项目xx次；

2、任选身体护理项目x次；

- 3、获赠“爱意无限”客装产品礼盒一套（特别包装）送给妻子（女朋友）；
- 5、获赠男士皮带一条（或衬衫、钱包）；
- 6、获赠男士专用洁面乳一支；
- 7、赠男士肾部保养护理一次；
- 8、获赠爱情誓言卡一张，参加“情话评选活动，有机会获得精美奖品；
- 9、当天落订可获九折优惠；

注：或结婚时间在三年以上（含三年，以结婚证书为准）可再获九折优惠（折上折）

#### 活动（二）：“爱我，就勇敢说出来”爱情誓言表达活动

在20xx年x月x日至x月x日期间，凡购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐的男士和美容院会员的丈夫（或男朋友，注：不须购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐）均可在美容院领取爱情誓言卡一张，写下自己的动人情话，贴在美容院门口的心形板上，让大家一起来见证自己对爱人的心意，让自己的爱情永恒不变！

#### 活动（三）：“情意无价，爱我有奖”情话评选活动

- 1、宣传重点时间：活动前五天
- 3、制定活动销售目标，并分解给各美容师（美容顾问）相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。
- 5、可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，

提升活动的影响力；

## 开业美容店活动软文篇二

辞旧迎新的阳历新年即将到来。新年总归都是喜庆的，就算去年之中发生过任何让自己难过的事情，新的一年到来之后，都会给人一种新的气象，新的期望。而美容院连锁加盟机构，希望能够在新的一年中，为新老顾客带来新的气象。很多的顾客都喜欢在新年的第一天，能够通过“改头换面”，收获新年的运气，不论是事业还是爱情都能够双丰收。所以，面对元旦价钱，按照惯例，美容院都会进行一系列的促销活动，感恩顾客的同时，也希望为顾客带来新年的祝福。

迎新贺岁，感恩回馈

20xx年12月31日——20xx年1月5日

### 1、美容市场分析

1月1日到3日是国家法定的假期，所以势必会引发新年第一波美容销售狂潮，而在这段时间各大美容院一定也会好好的把握住这个机会，吸引顾客展开强势的促销。以此来抢占新年的美容院的市场份额。对竞争对手进行一定的了解，知道主要的竞争对手已经形成的促销方案以及还处于策划萌芽状态对手的信息资料。一般来说，在美容院内进行促销活动的方案，主要有“一元抽奖”、“套餐赠送”、“进店送礼”等集聚人气的活动。

### 2、营销策略

为了打响20xx年的第一炮，美容院直营店或者单店中元旦促销活动大致分为四个企划来进行促销，把握好元旦节假日的商机。

## a.疯狂的美容院

只要在1月1日到店消费的顾客，进店前100名顾客，就能够获得由感恩回馈给广大顾客价值3000元的豪华大礼包。

## b.会员有礼

(1) 为了答谢广大顾客20xx年的喜爱，特此推出“会员有礼”的活动。凡是1月1日—1月3日当日到美容院的顾客，只要进店凭借着会员卡，就能够获得精美的礼品。

(2) 同时在活动期间，凡是持有美容院直营店的vip会员卡的会员，就能够享受三到五折特价项目产品的优惠活动。

## c.感恩会员

一年的支持，在这新年的年头，为了感谢顾客的厚爱。再次期间，只要会员进店消费或者预存款满1888，就有美容院直营店为您准备的精美礼品。其中包括合家欢旅游大奖、面部按摩仪、护发养发仪器等。

## d.噼里啪啦过新年

为了让顾客感受到新年的气氛，对于传统的中国人来说，喜欢在新年放鞭炮，为自己打出一个好势头。而在美容院这种公共场所，燃放爆竹十分的危险。所以为了能够体现出节日的氛围，美容院在室内准备了多个气球，而在气球内塞入一些奖品。只要参加了美容院中的新年特别项目，就能够有机会参与这次活动。更多的新年礼品等着你，为您的新年开头带来好的运势。

## 开业美容店活动软文篇三

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳365元，就可以享受

全年的美容护理，主要是利用低价位把顾客吸引进来，再通过全年销售来赚取其它利润。

方案二：年卡2400元，做满20次以上，年底返1000元。

方案三：沐足5元一次（仅限一次）然后推广全年沐足卡，1880元99次（要预约），不到19元/次，一是拓客，二是这块可以不赢利。

方案四、年卡740元，送产品380元，30次沐足，10次焗油。

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。

方案五：高端美容院不否可用这种低门槛方法呢？当然可以，如一高档店的促销设计为3—8万的卡的基础上，加入一个1888元的准入卡，限用2个月，2个月后感觉满意后必须转卡。限时限量来体现机会。

低门槛进入法、透支法、对比法、撕单法、pos划点法、现金刺激法、体验法、特价法、超值法、抽奖法、置换法、捆绑法、打包法、转卡法、双倍法、转介绍法、连环累计法、分级护理法类似方案还有许多：如与“三·八”，只花“38”元的促销标语，美容院全部服务项目“38元”特价优惠一周活动。十一时候，100元选美容院三个项目连做的服务。今年是建国六十周年，还可以与当地单位搞个666元提供66位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

3、任选卡：消费者缴纳1万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选自己喜欢的各类服务。

5、“消费储值”模式：消费储值方式通过变相返点返现的形式，可以提升客户的消费附加值，并可留住顾客长期消费。

1. 每1000元作为一个储值基底数，以客户名义在银行设立一个户头；

积分点数金额客户在店内消费服务项目全额抵现金使用，购买产品抵50%现金使用；

4. 银行现金帐户金额作为客户的保险基金或子女教育基金由客户自行支配。

注：每张亲情卡可做2次免费护理，本人不可使。

1、美容院年卡1800元，同时下半年赠送价值600礼品套盒；

2、美容院年卡20xx元+1的方案，当场送价值600礼品套盒；第二年只要1元钱就能美容，（前三个月只做服务不卖产品。）

说明：就顾客而言，更喜欢比较和占便宜，其实政策设计就是让顾客选择第二种方法，不过用第一项来做比较而已。

如美容院设计1000元卡3000元卡，与1280元卡与2880元卡就有区别，因为3000元相对1000元，最起码要3倍以上的好处才能打动顾客，而与1280元卡与2880元卡，在顾客看起来相当于2倍，如果有3倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

其政策大致如下：

三、案例如：美容院常见促销政策：年卡□20xx元，送1000元产品，额外再送手护10次卵巢保养10次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上，没有价值感。

鉴于美容院开年卡相对较难，这个政策可转化调整为：

第一步：美容院半年卡1500元，送产品1000元，限活动当天开卡有效；

第二步：如果顾客再加500元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。

第三步：如果顾客再愿意，手部护理5元/次，限10次，卵巢保养10元/次，限10次说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

其政策大致如下：

自由划卡式消费：中大型美容院普遍采用的一种销售形式，即将美容院所有项目计算成积分，通过顾客划卡划点式消费。但也有问题，就是积分与具体金额划等号，顾客很清晰单次的价钱，一般最好地改良的方法为：

如顾客存入1万元，送积分2800分，共12800个点，泡浴28个点，花茶10个点，精油开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。

说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

其政策大致如下：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒；

2、美容院年卡20xx元，7折优惠，同时送700礼品套盒

说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让顾客产生注意力，容易达成。

其政策大致如下：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花18元体验其它项目（一般都是丰1胸等高价位服

务)，老顾客介绍的新顾客可以花18元体验基础护理，或从在淡季时1号到31号，每天花1到31元来美容院选择项目做。

**a案例：**某美容院开业之际，在周遍社区散发6000余张宣传单，宣传其推出的“1—30元钱，就能买年卡”的促销活动。促销活动规定，在促销活动期间美容院每天低价销售30张美容服务年卡，其售价，根据消费者来店购买顺序依次定为1元——30元。售完为止，其它服务项目均按原价销售。

某家从上海进入北京的spa美体俱乐部，一进北京便在其周边的大型社区内广泛发放“99元，体验什么是spa”的服务体验优待券。优待券上标明，凡持此优待券的消费者只需花费人民币99元，即可体验分别价值280元和380元的面部芳香美容护理和背部芳香美容护理各一次。由于该俱乐部装修豪华，且周遍居住的消费者具有较高的消费能力，因此在促销的前一个月当中，有近100人使用优待券进行了消费，并有20余人成为了该俱乐部的会员（美容院共发放优待券4000余张）。这种方法在美容院文化与管理一书就提到，如果现场在配一些spa文化的东西如碟，书，展板等就更好了。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有此种方法的影子。

其政策大致如下：

北京一家设在某医院附近的化妆品零售店，为达到招揽生意，同时清理库存的目的，在5.12护士节期间，举办了为期十天的“只要你是护士，就可享受3折”的凭证优惠促销活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的20余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种

不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

其政策大致如下：

活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外加20元，可获赠价值xxx钱的礼包：送一个大礼包包括□xxxx产品价值148元□xxx沐浴露价值130元，旅行包价值36元。5某美容院与巧克力公司及加盟店联合举办“美丽情人鲜花浪漫日”礼品促销活动。活动规定：凡在2月14日情人节当天，在该美容院购买任何产品或服务者分别“加5元、10元、15元，可获得不同种类的巧克力和玫瑰花一支”。

说明：这是我们厂家许多年前经常用的一种方法，不能过20元礼包赚钱，而通过它带动300元产品销售，当然美容院也可以去一些大市场购一些类似东西，自己来做促销。到后来演变成与会员制结合的，办一张卡，再加98元钱，可每月有礼物，价值3800元，但礼物不能是产品，只好是沐浴露，口手，香薰挂瓶，或者一些非常规销售的产品。

美容院举办了“月月有抽奖，季季送大礼”活动，每个月抽出小奖，每季抽出大奖，小奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额一个。

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动”纤体项目服务卡□20xx元/10次(无产品)

推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香（?元）

腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香（?元）

关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)

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。

三合一活动：

全价购面膜280元一套（柔肤水+水凝+精华素）

半价购眼部特护一套455元（眼霜+眼部赋活+水份眼膜）

三折购夏季养膜一套572元（滋养保湿+赋活美容+再生素）

再如：购基础年卡一张，可优惠五折购保健品，四折内衣等相关附属产品等)

说明：结合顾客注意力，推广全套美容院产品，有些东西反正不是用来赚钱的，想赚也可能赚不到，还不如做局部让利来达成刺激销售的工具。

满足了顾客全年居家产品的需求。

说明：这样不至于经常推销让顾客反感，而且相对是赠送，顾客更好接受。

学习销售型连锁的转卡形式，以顾客爱占小便宜心理，让顾客消费更高价值的卡种。即顾客做了780元的卡，如果转卡为3800元的卡，不管卡里还剩多少钱，都按780元来算。依次类推。或者余额翻倍。还有一种转卡则是。

某某美容院首经常举办“月月有抽奖，天天有优惠”的活动，让有潜力有意向顾客去抽奖，人人有奖品，等领奖时，就有

销售机会，顾客贪图便宜，又面子薄，受到优惠的诱惑，销售了740元的超值特惠卡，内容为15次面部经络美容护理。等顾客第二次来的时候，不管她是否想买了，通过店长、部长、经理的说服，推销价值20xx元的眼部护理30次。在此基础上，视顾客的购买力和欲望，可升为3800的卡，或者直接升为5800的卡。如果钱不够，可由店长代垫，下次还他，定金一旦收到，第一时间上缴财务，不能退了。此外，还有办9800的终生卡，有许多优惠和好处，如果顾客带个人也来办终身卡，该顾客能享受积分优惠，价值不等。终身卡，也分类型：如暖油包身终身1万5，足疗终身1万5。如果顾客在美容院做护理，就多提一些转卡的人和事，让客人产生对比感和攀比心，从而达到转卡的作用。

凡来店的顾客购买任一服务卡项赠同等服务卡一张例如：办金卡赠金卡。买月卡赠月卡，买年卡赚年卡。还有一类方法就是双人来美容就可以只收一个人或一个半人的钱，也是如此，羊毛出在羊身上，看政策如何设定而已，如原来一个卡价值3000元，双人来美容院只要4500元就可以，另外送一瓶产品，让另一个购买。

说明：该赠卡可以送一个朋友或者不同的朋友，但要限次数，时间。

如年卡20xx元，送价值900元的产品，几瓶最好有差价。再送友情卡一张（月卡四次，价值480元），惠顾卡一张（一次，180元），两种卡一定非本人使用，且有使用期限。

免费提供“美容月票”：某美容院为推出新产品，开发新市场，举行“免费月票”促销活动：消费者可免费领取“美容月票”，对该促销产品进行为期一个月的免费体护理；凡在当月购买一定数量该促销美容品的消费者，可免费获得下一个月的“美容月票”；凡在当月向本店介绍2名符合要求的消费者来本店领取“美容月票”并进行体者，可免费获得下一个月的“美容月票”。活动推出后一个月，美容院共发

放“美容月票”90余张，有近40人领到了第二个月的“美容月票”。

全年一元钱做美容方案，将顾客去年消费者达3000元统计出来，只要交3000元，再交1元钱，可获免费做美容机会。其介绍顾客的消费可以作半冲抵，如介绍二个顾客花了5000元，就冲抵2500元，上限为3000元，年底再利诱第二年或者优惠产品，一般顾客的钱都不会拿回去的。

## 开业美容店活动软文篇四

### 1、美容师的培训

美容师的培训是非常重要的准备工作之一，培训类容也比较多，有美容手法的培训、销售技巧的培训、美容项目流程的培训和美容仪器的培训等。

### 2、开业前的装修、设备准备

美容院开业之前，所有的装修工作，美容院产品，美容院仪器等一些硬件设施都要准备齐全，甚至小到美容院的宣传海报、美容毛巾等都要预备齐全，做到有备无患。

美容院开业之前的宣传很重要，要为自己美容开业当天积攒一定的人气，争取做到一炮打响。

美容院开业的宣传方式目前主要有以下几种方式：

1、在人流比较集中的地段派发优惠券，邀请函等，可以适当的推出进店有礼，进店优惠等促销方案来吸引顾客。

2、一些高端美容会所，可以在一些当地的报刊、杂志、电视、媒体上等刊登宣传广告。

3、可以利用自己所有的社会资源，亲戚朋友，同学同事等，邀请他们前来捧场，并让他们帮忙邀请更多的朋友前来。

4、利用网络做好促销，例如目前比较流行的团购，微信，行业媒体等，自己发布一些美容院开业的优惠信息。

注：非硬性推销，活动的目的旨在树立美容院的专业形象和提升美容院的知名度。

## 1、时间

美容院可在开业前3~5天派出相关邀请函。

## 2、对象

美容院老板及其员工的亲戚朋友；

附近生活小区的目标客户；

附近办公楼的目标客户。

## 3、主题

考虑持续派发，以开业酬宾为主题。

开业时店面（内）的装饰很重要，好的装饰不但可以烘托气氛，还可以有一定的宣传作用：

美容院开业时的店面装饰是突出开业喜庆气息的重要手段，能够起到烘托气氛的作用，对集聚人气，宣传美容院都有非常好的效果。店面的装饰主要分为店内的装饰和店外装饰。

1、容院开业时，店外可以张贴海报或者放置易拉宝等，海报尽可能的大一点，显眼一点，海报内容可以放一些特色产品信息和优惠政策等，能够让顾客看一眼就心动。

- 2、花篮、气球，数量不宜太少，也可以把一些庆贺开业的横幅，条幅悬挂在最显眼的位置。
- 3、美容院的门口要铺设红地毯，让顾客有一种贵宾的感觉。
- 4、搞一些文艺演出，请一些专业的演员团前来表演节目，可请舞狮队助兴。

在美容院开业时，邀请的亲朋好友不好聚集在一天都到，一天都到的话美容院太过拥挤，一下子接待不过来造成混乱的局面，最好是一个星期内持续不断的让顾客前来，分批预约。

美容院的优惠政策一定要能够打动人心，刺激人的消费欲望和购买欲望，这样能够快速的给美容院积累顾客，在已开业就能促成业绩的开门红，一些常见的美容院促销政策有：

- 1、客送免费护理，护理次数可以根据实际情况而定；
- 2、产品及办卡项目的打折优惠；
- 4、期间，三人同行一起消费等金额，其中一人可以免费；
- 5、期间过生日的客人可凭身份证免费体验一次；
- 6、送一，如办xxx面部月卡，送xxx眼部护理月卡。

美容院开业还有很多细节需要注意，需要美容院老板考虑的东西也很多，很琐碎。但是，事无巨细都要考虑周全，这样才不至于出现问题。一般来说需要考虑的就是各个员工在各自的岗位上需要做的一些具体事物，确保各个人员都做到各司其职。

在开业期间，不要一味的追求业绩，在开业初期，还是以打响知名度，积累顾客，收集顾客资料为首要目标，同时还要

做好处理各种意外和紧急情况的打算。

## 开业美容店活动软文篇五

在12月24日—26日，即平安日、圣诞日、狂欢日，连续三天，展开大型促销会，联合市妇联、市卫生局、市政协等一些单位，主旨：“抗非典或公益”等人间友情、关爱白衣天使的爱心公益事业。”

主要活动方针：

- 1、在美容院外部设立，大型主题喷绘、搭建舞台租用彩门、礼炮等一些宣传工具、乐队配合。
- 2、请当地著名主持人和歌手以及靓妹舞蹈演译。
- 3、本美容院的美容院文宣传、美容师全体舞蹈口号和歌曲的贯穿，大力炒作美容院服务项目。
- 4、有组织的为优秀医务工作者颁布奖，并让其讲话，主题是具有“感动服务”和“非典对人生震撼”，再次激发生命美丽，关爱青春。
- 5、除了上述的优秀人员得到“圣诞天使卡”之外，所有的本市医务工作者购物都可享受5折优惠，包卡的则享受“7折”的优惠，旨在清理库存和吸引新客源。

卡的设计：正面：以黑背景出现，中间一位白衣天使外射银光。

负面：国徽、国旗、长城、美容师等全体合影，并手捧鲜花向白衣天使致敬。

话术：天空本来是黑暗的，因为有了天使，才变得光明起来。

爱心献给最爱的人，病痛无情，人间有情，关爱青春，关爱美丽。

## 开业美容店活动软文篇六

为了确保事情或工作安全顺利进行，就常常需要事先准备方案，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。那么什么样的方案才是好的呢？下面是小编帮大家整理的美容院促销活动方案，仅供参考，大家一起来看看吧。

美容院的促销方式大致有三大类：

一种价格折扣与折让，这种方式通常在体现在会员制美容院上，不少美容院通过积分制来实行价格折让。

二是赠送护理和礼品，这种赠送往往和节假日促销联系在一起的，比如十一国庆节期间，不少美容院就会赠送一些小礼品。

三是主题促销，一些高档的美容院就会举行一些沙龙，开一些美容课程等，这种促销一般来说较适合规模较大的美容院。

那么美容院可以如何选择促销方式呢？以下是138job收集而来的各种促销方式，供经营者们参考：

消费积分是美容院为回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

运用方法：美容院先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的积分，就可以得到美容院赠送的产品、礼物、疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

特别提示：其额度不一定太高，可做小返点或大返点。

场合对接：各种美容院均适用。

在顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美容院可使用的一种激励顾客消费的促销手段。

运用方法：美容院可赠送一些小礼品如：眉笔、丝巾、工艺品等给顾客；还可进行摸奖促销，如在店内设定某一时段的摸奖活动，客人每次消费后根据消费后的金额，通过摸奖的形式来激励消费。

特别提示：这个促销方式的难点在于，如何选择既有吸引力又成本不高的奖品。

场合对接：各种美容院均适用。

会员制促销是一种以俱乐部的形式吸引、培育忠诚的消费群体，逐步建立顾客数据库，从而为美容院带来长期、稳定收益的营销模式。

运用方法：会员制有两种形式：一种是销售会员卡，顾客交若干会费后即可成为美容院的长期会员，全面的享受各种会员优惠和服务；另一种是赠送会员卡，顾客在一定期限内消费达到一定金额后，即可被赠于会员卡，获得会员资格。

场合对接：会员卡一般适用于具有一定经营势力与规模的美容院，一般适用于大中型品牌连锁加盟店、美容生活馆、美容概念店或旗舰店。

“短信”现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销

信息等。据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错。加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的内容记忆深刻。

运用方法：美容院自己将促销信息编写成短信内容，通过短信发送给老顾客。当然，别忘记十一国庆节日的`祝福。

特别提示：短信内容一定要把握好，简洁明了，重点突出。

场合对接：各种美容院均适用。

这种促销方式通常由连锁美容机构推出。总店先整合出“推广套装”，通常包括洁面乳、按摩膏、面膜、爽肤水、面霜等这些美容院基本护理必需的产品，单品规格一般在100克左右，整套价格也比较便宜。然后总店向其它连锁网络派出大量营销人员，通过联系女性职工较多的公司等渠道，向没有使用过该品牌的潜在顾客宣传，包括公司及品牌简介，产品及技术服务特色，推广套装卖点，当地加盟店情况等。由于推广套装一般比日化线同类产品价格便宜，而且还能享受到专业的美容服务，这其实是一种曲线促销方式，最终目的当然是实现成功吸引顾客提升销售业绩。

运用方法：十一国庆期间不少企业单位都会发放员工福利，可以通过跟这些企业接触达成合作的目的。不管是产品或者服务券都可以，现在的人越来越注重面子了，这个做法会比发放一些民生物资显得更有新意，而且也更时尚健康。

特别提示：在接触之前最好能了解清楚企业公司的员工年龄结构以及性别等状况，然后根据实际情况制定促销内容。

场合对接：具备一定经营势力与规模的美容院，一般适用于大中型品牌连锁加盟店、美容生活馆、美容概念店或旗舰店。

将品牌信息印在餐巾纸袋上进行宣传，这种方法被许多行业尤其是餐饮业普遍采用，已不算新鲜。但如果在上面印上促销活动，代替美容院常发的传统宣传卡，这就很有宣传效用。餐巾纸袋制作简单，成本低，没有想象的那么复杂，即使中小型美容院也可以操作。据一些采用过这种促销方法的美容院透露，“餐巾纸袋”宣传的回卡率很好。

运用方法：主要工作就是联系印刷公司印刷外包装，至于印刷内容可以根据自己美容院的需要制订就可以了。

特别提示：对纸质的选择不可以随便，符合自身美容院的定位。

场合对接：各种美容院均适用。

美容院促销的目的是为了提升营业额，因此对于美容院而言，只要是能促进营业额的手段就是好的促销手段。因此，促销并不局限某一种形式，美容院商家们也可以通过组合促销方式来进行。比如一些美容院通常在进行折扣促销的同时，还有礼品赠送，并且举行相关主题活动。

十一国庆节作为美容院促销的良机，要想做好美容院十一活动促销，美容院要根据自己的实际情况，确定合适的赠送礼品和服务。消费者选择美容院项目是具有针对性的，因此赠送的美容项目也应该有所针对性，否则，促销就会失去意义。

## 开业美容店活动软文篇七

现在的消费者都变得很理性，象以前“活动一搞，生意兴隆”的时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是“促而不销”。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式(例如以前实行的会员卡充值加

送30%消费)并不能真正打动消费,否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验,从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议,贵店可根据实际选择某些建议进行操作,也可打包组合。

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。

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最佳礼品加以推广(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。

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(最好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。

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。

## 开业美容店活动软文篇八

- 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、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xxx元定制婚纱一套

凡在本店购买其它钻石饰品5700元送价值xxxx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xxxx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□xxx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xxx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xxx元送xxx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xxx元和xxx元的高档千足金金镶玉，只卖xxx元和xxx元，每场抢购会两款各卖13件和14件，限时抢购，售完为止。

注：每每到点抢购会时，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。

## 开业美容店活动软文篇九

我在鹊桥等你来相会

20xx年8月13日~8月20日

夏季本身就是一个的淡季，需要一次活动带动美容院经济增长。美容院通过此次促销活动如果能够造成一定的轰动效应，必然对美容院百利无一害。通过各种渠道对美容院进行宣传，扩大美容院加盟店的影响力。提高口碑聚集人气，从而刺激顾客的消费行为，提升美容院今后的业绩。

1. 整合顾客信息资源，将活动具体方案通过统一平台发布出去。比如说利用平面媒体、店外led灯、电话短信等形式向顾客发布此次情人节活动。

2. 既然是情人节活动，虽然说是中国传统情人节，但是情侣之间喜欢的礼物无外乎是巧克力、音乐盒、鲜花、香水、饰品等物品，所以美容院不妨联合鲜花店、珠宝店、电影院、餐厅等商家共同举办此次促销活动，以此提升美容院的影响力。

3. 活动方案还要有弹性，可以根据具体的促销实际情况进行更改，对美容院实际情况补充调整。

1. 恋爱无限大。联合当地珠宝首饰、化妆品、婚纱摄影厂家联合冠名提供活动礼品。凡是在活动期间在美容院消费满500元的顾客，均可以享受珠宝、首饰、摄影类5折的优惠活动。

2. 相爱厮守。七夕情人节是为了纪念牛郎织女唯美的爱情故事，但是他们却并不能每天享受在一起，可我们却可以。在

美容院中，不妨举办一个我和我爱的人合影活动。从微信客户端、微博□qq或者现场收集并征集情侣照、夫妻照、全家福等。最后在8月20日当天，抽取10张照片，既可获得美容院价值2888元护理卡一张。

3. 浪费爱情片。很多情侣都会在情人节当天选择去电影院中，看一场唯美的爱情片。美容院可以抓住顾客的这个现象，活动期间每天给前10名的消费者免费赠送电影票兑换券两张。

活动期间一定要做好宣传工作，尤其是宣传话语需精心设计。着重要情调“浪漫”二字，这样才能够吸引恋爱中女性顾客们的注意。同时还要制定好销售活动目标，将任务分解给给位美容师们，活动结束后立即给达成活动指标的美容师奖赏，激发他们对下次活动的积极性。