

2023年化妆活动内容 化妆品促销活动方案 (实用8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

化妆活动内容篇一

促销策划目的：

必须在开业气势上务必要一炮打响，体现宏大规模的特点。迅速提高水莱雅补水专家的知名度，吸引消费者来参加开业活动。开业就有好的'销售业绩。

一、促销策划思路：

策划吸引消费者的促销活动，让开业时，水莱雅补水专家就充满人气。

提炼诉求卖点，在促销推广中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

设计有诱因的促销活动方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

二、促销活动方案：

1、提炼诉求（宣传）卖点：

补水养颜；价格低、服务好、质量过硬

2、策划促销活动方案：

促销活动方案1：开业演出及开业仪式

利用演出来吸引消费者；全天演出。

促销活动方案2：向消费者告示水莱雅我的补水专家

突出理想也就是价格、服务；用报纸向社会公告；用巨幅向社会公告。

促销活动方案3：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。

促销活动方案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。

化妆活动内容篇二

一、定位。分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

二、促销活动手段。常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

• 特价

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销

优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力的。

- 品牌折扣
- 买赠

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，（如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等）。

- 加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

- 限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格

出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

- 空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现

金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵现可作为辅助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

三、五一化妆品促销活动销量提升注意事项：

a□促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b□老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c□有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一起上）进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

化妆活动内容篇三

双十一是一个令所有购物狂们期待的日子，那么化妆品店的双11促销活动如何策划呢?下面本站小编给大家介绍关于双11化妆品活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

活动主题：大声告诉你心仪ta

活动时间□20xx年11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，在店内不妨举办一个“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，不妨让店内来全副武装自己一番。店内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店内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店内“成双成对”、“一生一世”产品套餐，这些爱的套餐都是店内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，选购了高档的店内产品后，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”领取店内的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在20xx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。

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店内的活动中。当然如果店内真的能够成就出一对对情侣，也不乏美事一桩。

灾难是躲不过去的，唯一的应对办法是奋起抗争，和线上电商来一场“双11巅峰对决”。做为传统化妆品店，我们需要抓住“双11购物狂欢节”这一概念，在11月中旬气温下降的时机开展一场“双11巅峰大促”。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色，给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

活动时间□201x年11月7日-11月11日

活动内容：

一、全场满就减：

双11大牌美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折！

二、o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢！

1、十万抵用券免费疯抢！大牌化妆品折后满额立减，低至折上7折！

活动细则：

1) 11月1日至10日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择10个品牌的折扣礼券，双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2) 每人每个品牌仅限领取10张。

3) 双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20元优惠。

4) 单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供货商和店铺按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

2、屌丝逆袭白富美，完胜高富帅!0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品!

活动细则：

11月7日至11日，每天11款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

三、品类营销亮点出击：

双11作为店铺的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议所有品类均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。本篇文章来自资料管理下载。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1) 保湿膏霜类

2) 补水乳液类

3) 原液/精华液类

4) 彩妆类

四、vip营销情感攻势：

vip浓情招募：

单日消费满50元即可免费办理vip卡一张，单日消费满500元即可升级为钻石卡。

1、 双11·vip顾客免费送：双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。（异业联盟，无费用）

2、 双11·vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

五、文化营销攻心为上：

1、双11，脱光马上走起！

1) 免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：店内

2) 单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手！

活动地点：店外

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起

单身男女在本店购物满198元即可以获得电影院单身贵族专属票，男生还可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：11月11日

活动地点：电影院1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

六、氛围布置营造旺销：

1、店门口主展区/各品类展区：

沿用201x年秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来化妆品店=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

2、橱窗/柜台：双十一灯箱片、立式pop架。

备注：活动详情请以店内标识为准。

方案一：产品特价促销

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的!认知度不够的产品最好不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力!

方案二：品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期

间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者进店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上！提高销售利润！

方案三：有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费就送湿纸巾！

方案四：加钱增购产品

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品300元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

方案五：周末限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

方案六：空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润

的核算);要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

【化妆品促销活动类型】

户外促销活动

户外促销活动通常以促销台促销为主，场地足够，同时户外促销给消费者的视觉冲击力大，可以吸引更多的消费者;大型的促销活动会配以节目表演，走秀，大型现场抽奖活动。

冬季户外气温低，风大，消费者的停留关注率不高，促销人员与顾客的沟通度不够，户外促销活动以销售为主的话较难以达到预期目的，因而化妆品专营店在冬季节假日的“三节”期间要慎重做场外大型促销，可用户外促销台配合店内促销活动。

店内促销活动

化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块可以灵活组合，促销氛围易于营造，可以给店面带来直接的人气;消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、服务，停留关注率高，可以用专营店品牌及产品品牌深入刺激消费者的意识;专营店通常是非开放式状态，消费者入店后目的消费性强，店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通，从而成交率与客单量都可以大提升，销量自然可以有大的提升。

店内促销活动易受店内面积限制，而专营店的化妆品消费会有时间段性，在入店消费者人多时如果接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。因而做店内促销时，要想方法将消费者按时间段分流，不要流失消费者。

会议促销活动

在节假日期间，有些专营店会举办消费者答谢会或是会员联谊会、培训讲座，通过会议组织消费者在固定的场所进行促销。这种模式可以快速地将促销信息传递给来参会的目标消费群体，实现一对多的销售。同时通过会议的有效组织增进专营店与消费者之间的客情关系。

化妆活动内容篇四

作为女性的节日，三八妇女节对于美容院来说是一个重要的促销节日，大大小小的美容院都会在这一期间推出各种各样的促销活动。在如今美容院经营竞争越来越激烈的情况下，美容院三八节促销方案该如何去设计呢？要想做好一次促销活动，必须做好促销计划。作为女性的“三八”妇女节，是美容院一年内必须要抓的四大节日促销活动（三八妇女节、五一劳动节、十一国庆节、元旦春节）的“第一战”，对全年的销售有着至关重要的意义。

现代经济发展，商品品种多，竞争激烈。每一个企业都必须要知道自己的竞争对手有那些，他们的优势是什么，他们采取了什么竞争策略。再加上化妆品种类繁多、档次齐全、功能各异、品牌众多、价格差异，其市场竞争就更加异常激烈。所以说，想要在湖南开拓属于自己的市场，建立属于自己的分销渠道，关注化妆品的竞争环境是少不了的。湖南的化妆品比较知名的品牌有欧莱雅，雅芳，玫琳凯，资生堂，妮维雅等。这些都是中高档的化妆品，并且都是深受消费者喜爱的。这些品牌的化妆品都开了专卖店，或是铺货到精品店，

或是在各大商场里面设有专卖柜，还有许许多多不知名的低档化妆品充斥着湖南化妆品市场。所以，奥岚雪化妆品要进入市场，就必须密切关注这些品牌的动静，关注他们的营销策略，并且做好充足的准备。

快乐妇女节“美丽存折”送不停

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

3月5日——3月12日

(1)、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

(2)、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

(3)、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

(4)、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5)、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6)、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至20xx年9月1日。

(7)、凡生日、结婚纪念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

(8) 会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

(1)、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的內容，并送上节日的祝福。

(2)、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3)、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报x展架。

(4)、活动期间在专卖店周围散发传单。

卡片费用300元

x展架40元

海报25元

传单200元

其他费用500元

合计1065元

化妆品促销活动方案范文合集六篇

化妆品促销活动方案范文合集八篇

化妆品促销活动策划方案

促销活动方案范文

汽车促销活动策划方案范文

【实用】促销活动方案范文合集七篇

实用的促销活动方案范文合集四篇

书店促销活动方案

商场促销活动方案

家具促销活动方案

化妆活动内容篇五

活动主题：

月下人美，中秋佳节□xx化妆品店和您不见不散

活动地点：

xxx化妆品店

活动日期：

9月15日到9月17日

活动目的：

在中秋佳节优惠促销，刺激顾客消费欲望，以提高化妆品店的销售业绩。

- 1、在中秋节的前半个月，去附近的社区，派送传单。
- 2、如果是大型的连锁店，还可以去当地的报刊和杂志上做宣传，提前造势。
- 3、制作中秋宣传海报，通过展板的形式宣传。

4、利用微信、微博、短信和电话等方式，将中秋促销信息派送出去。

1、联合促销——买一“送二”

联合促销是化妆品店销售中出奇制胜的一种方式。在中秋当天，化妆品店可以和月饼商家合作，享联袂出演销售的高潮。方法其实很简单，就是在活动当天，推出“买xx化妆品送月饼”活动，只要在当天消费的满xx元的顾客，都可以获得一张vip体验券和一份精美的`月饼。而月饼商家，可以采用相同的方式，向消费者赠送该化妆品店的优惠券，以达到相互推销的目的。

2、折扣促销——全场8.5折

折扣促销是化妆品店销售中见效最快的一种方式。在中秋活动当天，可以将所有彩妆、护肤产品或者店内特色项目，以“全场8.5折”的方式，给顾客足够的优惠。虽然折扣促销，会减少化妆品店的利润，但是却很容易赢得顾客的好感，从而留住更多的顾客。

3、活动促销——中秋佳人活动

“月下美人”的活动，要侧重对顾客的服务，以此为前提，进行合理的促销方法，这样才能赢得顾客的芳心。所以，在节日当天，可以开展一些顾客喜爱的活动，譬如中秋佳人的活动。将化妆品店装扮的诗情画意的一点，然后邀请化妆品店的顾客过来尝月饼，一起赏月。

1、中秋佳日，情系xx化妆品店

2、中秋之日，免费化妆、面膜等，全场八折

3、中秋合家欢，佳日大献礼

化妆活动内容篇六

必须在开业气势上务必要一炮打响，体现宏大规模的特点。迅速提高水莱雅补水专家的知名度，吸引消费者来参加开业活动。开业就有好的销售业绩。

一、促销策划思路：

策划吸引消费者的促销活动，让开业时，水莱雅补水专家就充满人气。

提炼诉求卖点，在促销推广中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

设计有诱因的促销活动方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

二、促销活动方案：

1、提炼诉求（宣传）卖点：

补水养颜；价格低、服务好、质量过硬

2、策划促销活动方案：

促销活动方案1：

开业演出及开业仪式

利用演出来吸引消费者；全天演出。

促销活动方案2：

向消费者告示水莱雅我的补水专家

突出理想也就是价格、服务；用报纸向社会公告；用巨幅向社会公告。

促销活动方案3：

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。

促销活动方案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。

化妆活动内容篇七

快乐妇女节“美丽存折”送不停

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

3月5日——3月12日

（1）活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

（2）消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

（3）消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

(4) 消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5) 消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6) 所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至20xx年9月1日。

(7) 凡生日、结婚纪念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的'央视广告热播品牌原装产品一份。

(8) 会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

(1) 活动前两天以短信方式通知会员此次活动的內容，并送上节日的祝福。

(2) 准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3) 活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报□x展架。

(4) 活动期间在专卖店周围散发传单。

卡片费用300元

展架40元

海报25元

传单200元

其他费用500元

合计1065元

化妆活动内容篇八

中国的化妆品市场一直处于群雄割据的混战场面。许多企业为求生存，纷纷开展招商活动。更多的企业意识到外脑的作用，援请营销策划公司出谋划策，打造成功招商活动。招商活动，作为一种快速的、低成本的拓展产品通路的方式，往往能出其制胜让企业突出重围。

企业招商是一个系统工程，任何一个环节的疏忽都会造成企业资源的浪费，导致招商效果不理想，所以当步步为营。

招商第一步，认清目标是关键。收集市场信息、调查和研究市场、招商策划是前期工作的筹备阶段，中小企业基本上不具备详实周密的调研条件，而招商专家组在这方面绝对专业，借助外脑可以为招商提供全面的市场引导与支持，帮助企业认清招商形式，进而找准目标，包括所有招商策略的制定与落实，招商指导书的制定；招商广告的媒体选择；招商费用预算及效果评估；招商会议的组织实施；招商信息的管理；经销商常见问题应答；经销商甄选标准与核查。

还有就是，诸如，设置策划、文案、平面设计、媒介投放、市场调研等几大块工作安排对于中小企业来说具有一定的难度。有了外脑扶持，事情便一定程度上变烦为简，因为一方面可以规避企业市场部当局者迷的缺陷，又可以利用外脑“旁观者清”的优势，认准形式，找准对策。

一个企业要招商成功必须走自己的路，应找准产品的定位，不失时机的把产品“嫁”给代理商。定位要准，不能单纯模仿同类竞品的定位，而是应该加上自己对市场的观察、思考，策划，要带有自己特色的卖点，只有这样才能保证产品定位

差异化、创新性的招商亮点，助推产品招商工作顺利进展，这时外脑主要职能是统揽整个产品，重新梳理产品功能核心定位，切中同类竞品的“喉管”，制定一个具有竞争优势的产品招商“绝招”。

对于化妆品企业来说，首先，应当做好完善的企划。面对不同区域的潜在客户，挑选不同的产品，选择产品有两个注意：一是注意挑选主导，二是注意选择品牌驱动市场的产品，这也就给中小企业一点启示：产品招商要主动迎合市场口味，从找准产品差异化核心卖点为切口大作文章。

所谓挑选主打产品，大部分化妆品企业都有很多产品，并一一视为宠儿对待，毫不偏心。这在招商上无疑是致命的伤痛，企业必须立足实际，从冗长拖沓的产品链中筛选出一个最具差异化核心竞争力的产品作为主打角色，集中优势兵力，成就招商名品。

其次就是招商的整合力。招商是基于资源整合的目的，利用经销商在当地市场的网络，实现产品。其优势是通路建设速度快，加快了产品市场渗透速度，争取竞争先机，同时建设和维护成本相对较低。

因为招商仅仅是产品进入市场的第一步，更为重要的是能否凭借简单、有效的营销模式、多方的资源整合实现终端动销，这样才有可能真正成就企业的好市场。

最后，就是招商的执行能力。再好的策略、规划，落实到实际中无法执行或没有执行到位，都是徒劳的。

建立完善的结构模式，确保细致，健全尤其重要。外脑在对市场与企业产品的分析了解基础上，针对特定的市场环境代理商需求进行产品拿出一套实战性模式，制定出适合当地市场消费者口味的宣传文案与广告媒体组合及有效的促销方案；同时制定出一系列能激发零售商与业务员积极性的销售政

策，引导促销员对终端进行精耕细作，铺货理货、维护终端客情关系、开展促销活动、收款等环节的进行；健全的模式和政策，服务人员会针对消费者的实际情况开展有效地售前、售中、售后服务，并同时处理一些消费者关于产品效果的事件；财务人员努力控制费用不要浪费，严格按经理的意见进行市场收支两条线。健全、可操作性模式绝对可以调动代理商口味。

另一方面，外脑会利用自身强大品牌实力和权威影响力，帮助企业给代理商提供增值服务，不断调整模式，并且根据不同市场不同渠道的代理商量身打造一个创新性、差异化的营销模式，实现产品推广的全面盈利。包括直营网络与关联网络在内就在总部的统一管理下形成强大的、稳定的模式系统，具有完善的分销能力和网络覆盖优势，也实现了规模效应。

招商成功与否，风险规避程度大小不但涉及到产品的前期调研、产品策划、产品包装等，还涉及到后期的整合执行。

企业要想有效的规避企业的招商风险，首先在企业内部机制和管理上下足工夫，成立专门的职能招商部门，从组织架构上予以重视和确立，招商工作完成后，招商部门自动转为销售部门或市场管理部门，同时计划专业人才的引进，高素质的招商营销团队，是企业招商成败的关键因素，也是企业普遍都短缺的一块，产品有了，思路清晰了，资金到位了，万事俱备，关键时候完成“临门一脚”，取得业绩。

其次在招商方案里必须拟定详细的产品政策，包括产品定价、招商价、招商区域，各个产品的主次，从一大堆产品中筛选出最具差异化竞争优势的一个产品，作为主角，集中优势兵力，先让主角成名。

企业尽快做好长远的规划，给企业的前景做一个描绘，树立一种长久发展的企业形象。让代理商感觉到这是一个很有发展潜力的企业。同时，为代理商建立一种可操作的简单的经

销模式，从店面的、产品的摆放、导购员的培训、经营管理、促销推广等形成一种模式。这种模式简单、易操作，只要大家创造性照这种模式运作，就可以有一个很好的收益，极大化规避市场风险，消除后顾之忧。

成功的招商活动，不仅需要外脑的营销策划能力，更需要企业的实际执行力。双方和谐配合，才有真正促成招商活动的事半功倍。

化妆品促销活动策划方案

营销活动策划方案

会议营销活动方案

春节营销活动方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

元旦营销活动方案

珠宝营销活动策划方案

酒店营销活动策划方案

餐饮营销活动策划方案