

# 2023年国庆化妆品促销活动方案策划 化妆品促销活动方案(优秀6篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇一

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。

### 市场状况分析

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。

## 快乐女人节“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内容，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

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇二

□

### 1. 活动背景：

爱美是女人的天性！

每个女人都希望自己能永远的年轻与漂亮。

美丽不是专利与独享的，是需要大家共同拥有与分享的。

赠人玫瑰,手留余香。你给了别人美丽,自己也会变得美丽。

碧波水护肤品就是把美丽送给你!也希望你能给你的朋友与家人带来美丽。

## 2. 活动名称

美丽新佳人

3. 活动主题: 美丽之行不再是一件漫长与等待的事!

4. 活动方: 波碧水一荷泽店铺.

5. 活动网址: 具体就是10套产品和20贴面膜做一个活动, 21天之后配合面膜效果就可以验证一个美丽新佳人出现了。

此次活动的人员仅限10名。若是您符合我们的条件,也正好看到我们的消息,那么就赶快报名吧!报名请在下现跟贴。请留下您的联系方式与姓名。会有我们的专门的工作人叫与您进行下一步的联系。(还需要提供一张您皮肤肤质的照片,如若觉得在此不方便上传的话,我们可以通过其他的方式来了解您的皮肤状况)

1. 报名需提交一张现在可以清晰看到皮肤肤质的照片,进行初步资料的登记。以做前后对照图的比照。

2. 参与活动人员为10人,报名采取按报名前后顺序进行登记。报名人员的信息确定保密,不外泄。

3. 符合条件的参与活动人员需认真填写一份报名表格。(在线填写)

包括姓名、年龄、生日(以查明是否是水平座)以及活动需知:如何具体地使用方法及约定日期进行反馈的时间。

4. 确定人员名单，告之活动的具体情况，承诺认真参与，约定如何取货（可选自取，也可选择快递：费用由对方承担）
5. 在活动前签给活动参与承诺书：要信息真实、内容真实，详细按照试用装明进行使用。我们有权对顾客提交的照片进行统一管理。
6. 必须保证每周提供一次产品使用过程中具体的感觉与对比照。
7. 对于使用产品中出现的反应与问题时进行反应与沟通，我们会及时的解答与解决。
8. 保证每位顾客的手机畅通，以便我们在活动中可以与顾客因问题可以联系的。
9. 对于没有参与上我们顾客的报名者，也需要详细记录与保留方式与信息，我们可以告之顾客：在以后的活动时，可以优先考虑这些报名者，并可在现有的活动中，享有一个优惠（这个可以由店家自己决定）此目的是让更多的人对本店的其他的商品进行了解，并将一些新品进行推销。
10. 对于报了名却因个人原因退出的参与报名的人员，我们会自行安排其他的替代者，名额不进行保留。

活动中，预防活动中只是想着拿试用装但对活动本身并不感觉兴趣的人员，所以一定要参与人员上传自己肤质情况照片并在册登记，符合条件者才可认可为参加人员。提前告之活动中，做为试用装的参与者需要做的具体事情：按照说明使用，并与试用装人员达成一个承诺性的约定。并保证约定如约时进行。一定要让参与此活动的人前期对自己在参与过程中所需要做的具体的事情详细告之。然后再确定是否符合领取试用装人员！

建立参与人员的档案与联系方式。并对参与人员的情况进行

详细的登记与记录。保证人有电话，前后对比照片。对活动过程是一直按照约定配合监督的顾客进行随时进行关注与沟通。记录每次通话内容，对发生的问题与情况及时解决，目标培养长期稳定的顾客群体。对于没有按照约定配合与上传照片的顾客，及时打电话进行沟通了解发生了什么情况，提醒之前约定，督促着顾客帮助我们完成这个活动。并对这些顾客的信息进行有类别的记录。对于信誉不好的顾客我们采取下次活动拒绝再参与活动的权力。并把这个可能出现的后果告之顾客，以后这种试用装参与的顾客，积极配合的，会成为我们长期的新品试用装的稳定人员。对于无法积极配合的人员，将以后不再享有此权力。详细保留每次活动参与人员的情况与出现的问题，不断的积累活动的经验。而且这也是维持稳定顾客的一个基本信息的掌握。

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇三

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强，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。

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇四

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。

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

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升进店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主利润品牌上。

- 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。

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

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。

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇五

二，活动时间□20xx年4月26日----20xx年5月5日

三：活动内容

（一）惊喜一：幸运100%，金钱一把抓：

活动细则：

1：凡在活动期间进店的女性顾客均可免费抓金一次中奖率100%。

2：各美容院（店）及商场专柜需在前台设抽奖箱一个，奖箱内放糖块一箱，每块糖块上面均粘有5角硬币一枚及相应的奖项卡片。

3：奖项设置为：60%为价值20元的代金券，10%为价值18元的护手霜，5%价值68元的纯露，5%为价值99元的《非常61》超值体验卡，5%为价值50元代金券，3%价值100元代金券，2%价值386元的祛皱套盒，10%为其他小礼品。

4：顾客单手进行抓金，依单手的最大容量能抓多少抓多少，原则是手能顺利从奖箱中取出且不能损坏奖箱。

5：所抓奖品当场兑换。

（二）惊喜二：空瓶换物

活动细则：

2: 兑换细则为:

一代产品 (含同仁御颜系列) 空瓶

3支空瓶可兑换价值18元的护手霜一支

5支空瓶可兑换价值66元的一代美白嫩肤洁面乳一支

二代产品空瓶

1支可兑换价值18元的护手霜一支

3支可兑换价值68元的纯露一支

5支可兑换价值145元的二代lps专业美肤洁面乳一支

(三) 惊喜三: 礼上加礼好运连连

活动细则:

凡在活动期间进店 (柜台) 一次性消费满300元的顾客, 均可获赠价值300元的年终答谢抽奖卡一张及大型沙龙联谊会入场券一张, 届时可以贵宾身份参加我公司举办的大型年终答谢沙龙联谊会并有机会获得千元大奖, 以单次满300元为一次机会依次类推, 具体细则详见沙龙会活动方案。

## 国庆化妆品促销活动方案策划篇六

一、明确本次活动的目的与宗旨, 并以活动的目的与宗旨作为促销的行动准则。

活动的目的是活动的灵魂和意义所在, 因而它是促销的基础与制定活动准则的依据。

企业的每一次促销活动都有其目的。如让消费者更快地接受新产品;发布企业调整信息;树立企业形象,扩大市场影响力等。如宝洁公司20xx年8月19日到9月21日的碧浪洗衣粉的促销的目的是让消费者知道碧浪降价不降质,全面65折的企业重大的价格调整。

## 二、选择合适的超市

### 1. 人流量大, 形象好, 货架位置好的场地。

促销产品应放置在人流量大、形象好的位置。若促销产品没有专柜, 则应把促销产品放置在货架的较显眼且易于顾客购买的位置, 一般为货架的第二层或第三层应是超市的货架而定。

2. 与超市进行有效的沟通, 争取超市的最大支持。现在超市做促销一般都会有一定的限制, 如交纳场地费、服装与商场统一、赠品不能带入场内等, 会给促销活动造成许多不便, 因而必须与超市进行有效地沟通, 以取得超市对活动的最大支持。在与超市的有关人员进行沟通时, 最重要的是强调双赢, 做促销虽然厂家有一定的目的, 但同时有利与超市增加销售, 应尽量取得商场的支持如人员、广播、安排堆头、货品摆放的有利位置、及海报的张贴的位置等的支持。

3. 定位一致原则, 即超市的选择应与超市的定位、促销产品的定位、超市商圈顾客群的定位及本次活动的目的保持一致。如赛尼可的促销超市的选择通常是超市定位较高, 商圈的顾客群可为中高收入的超市或像好又多、物美等大型的连锁超市。而一般的洗衣粉的促销则可以在一般的居民区较多的超市。

## 三、促销活动必须师出有名。

## 四、设计合理的广宣品, 选择合适的赠品。

## 1. 广宣品的设计原则：

(1) 广宣品的设计总体风格要与产品在顾客心目中的形象和厂家的形象相一致，或直接采用产品的电视广告中消费者所熟悉的形象。如润妍、飘柔的广宣品大多为消费者所熟悉的电视广告中的秀发美女的宣传画，这样有利与消费者加深对产品的印象。沙宣的广宣品则会以时尚为形象；体育用品以健康、运动为基调。

(2) pop的设计要简单、醒目、活泼。应减少过多的文字叙述，重点词语用醒目的颜色写，字体要活泼、生动，切忌用草字，能让顾客在三秒中内看完全部内容并对活动留下较深的印象。

(3) 因在促销活动中会出现赠品断货的情况，在pop的末尾务必写入赠品有限，赠完为止。

## 2. 赠品的选择。

赠品的选择原则有实惠的原则与时尚的原则。但在选择赠品时必须使赠品与所促销的产品有一定的关联或有一定的宣传作用。具体方法有：

(1) 赠送试用装。用公司新产品的试用装或同品牌的其它同档次产品试用装作为赠品，采用这种方法一方面可以让消费者觉得实惠，另一方面可以促进新产品的推广。是一箭双雕的促销策略。

(2) 赠品应与品牌形象及目标消费群的心理特点相一致。如在国际上沙宣的品牌形象是时尚、专业因而沙宣促销时的赠品往往会体现沙宣专业、时尚的特点。如送时尚手提包、时尚钥匙扣、时尚腕表、时尚钱包、直发梳等女性较喜欢的时尚用品。

(3) 赠品的设计生产应体现形象高成本低的原则，这样有利于

减少促销成本。如沙宣的赠品看起来都较时尚精美，但其成本并不高，玉兰油的赠品选择有品牌知名度的依泰莲娜项链，但是作为赠品的依泰莲娜由于采用成本低的原料，因而价格低廉，体现了在产品设计时的高形象、低成本的原则。

(4) 直接用具有宣传作用的赠品，如印有产品及企业鸟标志的雨伞、围裙等。

五、招收有经验或较适合超市促销的人员。

在招收促销人员是要对前来应聘人员进行考核，可以问一些如你觉得在做促销时哪几方面较重要、您对以前你所做促销产品的认识等，以考核该促销员是否适合该工作。

六、对促销人员与促销主管进行培训。

对促销人员的培训时活动的最重要的一步。

1. 明确促销人员的举止行为必须维护企业的形象与超市的形象，并遵守超市的规章制度的培训：如在宝洁公司的玉兰油促销中，因为玉兰油是国际著名品牌宝洁的产品，在超市里属于中高档的产品，因而要求其促销小姐必须是皮肤好、声音甜美、态度热情、画淡妆的女性，且对这些促销小姐进行培训，要求遵守超市的规章制度，积极帮助超市的理货、盘货等活动。

2. 明确工作的程序，如报销量等；

3. 明确赠送赠品的条件，以防赠品误送、滥送、多送、少送；

5. 服务态度与销售技巧的培训；

6. 明确奖罚制与奖罚措施，以避免赠品的不送和促销员的失职等行为；

七、促销主管对促销活动的日常工作进行检查、监督。

对活动的检查监督主要是对促销人员的服务态度、方法和备货等进行检查。如促销人员有无迟到、早退的现象；是否对顾客热情；有无按规定的原则送赠品，货架上的备货是否充足；有无及时补货等，发现问题及时解决，不能解决的问题有无及时上报等，对日常活动的开展的有效监督是使促销活动健康有序地进行的必要条件。

八、做好活动的统计把握活动的进程。销售人员必须每天对销量及存在的他所不能解决的问题进行报告。可以采用日报表、周报表等形式。每周召开一次例会，解决促销中存在的问题。

九、促销效果评估。促销活动结束后，采用科学的方法对促销活动的效果进行评估促销的重要一环。促销的负责人员应对此次促销活动的效果进行调查、测定。如让超市有关负责人对活动的评价，包括对本次或动的方法、赠品的选择、促销人员的总体评价及活动的成功与不足之处。并对照目标检查完成了哪些，分析实现目标与未达成目标的原因，为以后的促销活动积累经验。

一个周密的促销活动除了上述程序以外还应有周密的计划，但关键是计划的落实与清晰的工作条理。