

妇女节化妆品活动方案设计 化妆品活动方案(优秀7篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

妇女节化妆品活动方案设计篇一

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，提高消费者入店率。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。

妇女节化妆品活动方案设计篇二

1、必须在开业气势上务必要“一炮打响”，体现宏大规模的特点。

2、迅速提高“同仁御颜养生堂”的知名度,吸引消费者来参加开业活动。

3、开业就有好的销售业绩。

1、策划吸引消费者的活动，让开业时，“同仁御颜养生堂”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。

1、提炼诉求（宣传）卖点：

首家社区理想养生堂

价格低、服务好、质量过硬

2、设计促销方案：

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：向消费者告示“打造社区理想养生堂”

——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

方案3：开业有礼，红包多多

——以2元的代金券设计成红包的形式

——开业期间，见人发一张

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

3、设计促销活动：

方案1：人体广告宣传

——宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、

——选择人流量大的时候，比如早晨上班、晚上下班的高峰期，——要有5人以上才有气势，才有宣传效果。

1、 飞字广告：北京同仁御颜养生堂落户xxx开业有礼

北京同仁御颜养生堂进店有礼惊喜不断

2、 报纸

文案：随着人民生活水平的不断提高，健康和保健越来越为社会所关注。同仁御颜养生堂正是应是顺势的产物。同修仁德，济世养生，御用配方，养生养颜，这就是同仁御颜。500余种养生养颜产品齐聚“北京同仁御颜养生堂”，其产品秉承了同仁堂338年的优良传统。传统和时尚并行，养生和养颜完美融合，真正意义上的贴近生活，情系百姓。终于，同仁御颜养生堂 x月x日正式入驻xx□届时举行特大酬宾活动！ 5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

开业一月内促销不断，惊喜不容错过！

地址：

电话：

3、开业横幅：北京同仁御颜养生堂进店有礼惊喜不断

4、开业气球：北京同仁御颜养生堂进店有礼惊喜不断

5、店内海报： 5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

6□x展架

北京同仁御颜养生堂进店有礼惊喜不断

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

7、其他宣传：开业军乐队或秧歌队

附件：吸引人气的小活动

1、免费抽奖

凡是持报样的顾客，都可免费参加抽奖活动。

一等奖：价值xxx元的 xxx□同仁御颜）

二等奖：价值xxx的代金券1张（抓到同仁御颜中的任意3个字）

三等奖：价值28元的护手霜1只（抓到同仁御颜中的任意2个字）

四等奖：纪念品1份（贺卡、气球等）（无字）

2、现场抓金化妆品活动方案。

把1分、5分、1角、5角、1元的硬币放在箱子里，凡是购物的顾客，均可以抓金1次，抓多少就是多少。

妇女节化妆品活动方案设计篇三

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。

二、活动宣传工作

- 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。

三、促销活动内容

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**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。

四、中秋促销广告词

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

化妆品活动方案范文篇二：中秋风暴，完美体验——打造魅力女人

一、促销目的：

1、扩大化妆品店在当地的知名度及影响力；

2、树立化妆品店的品牌形象及知名度；

3、拉动市场，提升销量，增加新客源；

4、提高化妆品店及消费者的忠诚度；

二、促销主题：

中秋风暴，完美体验——打造魅力女人

三、促销时间：

9月15日到9月17日

四、促销地点：

**化妆品店

五、活动的具体内容：

促销前准备工作：

1、培训：活动前对化妆品店的员工进行专业指导培训，内容包括：产品方面、专业技术(体验时已有初步认识)、促销方式和技巧、派单方式、店员排班以及整个活动流程细节。

2、选择当地专业性强并有影响力的媒体，在促销前一周发布促销活动相关广告造势。

广告内容包括□a.促销时间;b.促销目的;c.参与者所获的实惠;d.促销店址、微信公众号、电话、联系人等。

6、活动物品的准备：

a□产品展示台；

b□横幅、“魅力之星”榜、空白pop；

c□条件允许的皮肤测试仪及显示器

d□如有抽奖项目要准备抽奖箱、奖券；

e□会员卡等各种优惠卡；

f□顾客资料档案、产品项目推介簿、各种宣传资料；

g□畅销产品备足；

h□相关的礼品及物料。

7、化妆品店布置工作：

a□店内主要的宣传点以及相关促销产品pop；

b□化妆品店门口横幅活动主题，店内设“每日魅力之星”光荣榜；

下一页更多关于“化妆品活动策划方案”

妇女节化妆品活动方案设计篇四

一、活动主题：

“喜迎团圆，欢度中秋”

二、活动时间：

9月15日到9月17日

三、活动目的：

3、经过策划促销活动，加深门店与消费者的相互了解与情感沟通；

四、活动广告语：

- 1、欢度中秋
- 2、月圆中秋情系**化妆品店
- 3、中秋佳节xx浓您家乡情!
- 4、中秋合家欢佳节大献礼
- 5、每逢佳节倍思亲xx为您送温情

五、活动布置与宣传

(一)场内布置

1、场外：

- 2) 展板：主要公布此次各项主题促销活动的所有资料，传达活动信息，吸引顾客；
- 3) 橱窗玻璃：设计制作中秋节的主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛；

2、场内：

- 2) 收银台布幔：收银台使用红色布幔布置，突出喜庆气氛(备选)
- 3) 手工吊pop□在美容显眼的区域，制作各种主题促销资料的
手工吊旗纸；

场内广播：店内广播滚动式宣传中秋国庆的酬宾信息，刺激顾客的购买欲望，增加销售额。

人员广告：所有人员必须充分了解此次开展的促销活动，做

好每一位顾客的活动解释工作。

妇女节化妆品活动方案设计篇五

借助中国的传统节日“中秋节”以及第二个长假“国庆节”吸引同仁御颜养生堂的人气，营造第二个销售高峰，提升同仁御颜养生堂的品牌形象，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓销售下降趋势。

庆中秋迎国庆，送大礼

1、咬月大赛

限64名

9月26、27日

只要购物满50元，即可凭购物小票现场报名参加。

共分成8组，每组8名参加初赛，平均每人一个相同大小的月饼，在规定时间内一分钟内，谁吃得最快和没有违规者为获胜者，在比赛的过程中由工作人员卡表计时为准，不得将月饼扔在地面，违规者视为无效，在每组中选出第一名，参加决赛，评选出一、二、三等奖以及参与奖。

一等奖2名 各奖价值248元套装一个

二等奖 3名 各奖价值68元纯露一瓶

三等奖 5名 各奖价值28元洁面乳一只

参与奖54名 凡参加者均可获得价值10元的优惠卡一张。

2、购物满100元送30元优惠券，多买多送！

30元优惠券只限于消费满100元以上使用。

1、店内海报：（活动内容）

2、条幅：同仁御颜养生堂庆中秋迎国庆送大礼

3、电话邀约老顾客

4、电视飞字：庆中秋迎国庆，咬月大赛送大礼，买100送30

5、社区及各人流密集处以小条幅宣传，内容如上。

1、 店外布置：

门头对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

2、 店内布置

药茶的摆放：组装一个礼盒，药茶柜子最显眼的地方。

创意：小活动——对对联

题目是：18种药茶喝出健康

只要你应对的对联对仗工整，，内容相对，上下联意义相关，就可获得一份小礼品。（可以为10元的优惠卡）

脐疗粉、药浴摆放：每种产品旁边放置明显的提示牌，上面写着适应症。

化妆品摆放：美观、新颖

1、 人员的活动前培训：包括接待礼仪、活动内容

2、 人员分工明确，各负其责。

3、 做好详细地活动登记表，建立顾客档案。

1、 本活动需要打款2000元，按照正常折扣发货。另外赠送活动奖品：套盒4个，纯露6瓶、洁面乳10只。

2、 配送优惠卡100张

妇女节化妆品活动方案设计篇六

专营店促销活动的目标主要是拉升销量，获取利润。平凡时段的促销能够会以宣传化妆品专营店店面品牌以及店内经营化妆品品牌为主要目的，以宣传为主，吸纳更多的新客源。

如夏季的“三小节日”（圣诞节、除夕节，春节），气象严寒而枯燥，化妆品专营店的消费者自动消费性较强，恰是化妆品出售的旺季，做“三节”促销活动的主要目的应当以提升销量与增添利润为主，重点宣传专营店内的促销优惠活动，以及店内经营品牌的优惠让利活动，让消费者感遭到化妆品专营店给予tamen在节假日时促销的优惠，失掉tamen想要的好处；在促销活动中进而做好与消费者的沟通工作，增强专营店的宣扬工作，让更多消费者了解认知我们经营中的化妆品专营店，从而拓展专营店客源。专营店以这一目标去谋划节假日促销活动方案。

1、 节假日促销活动方案策划基础：

分析化装品专营店消费团体的花费习性、消费程度，这一数据依据专营店以往同时期或相近时代店内顾客的客单量、购买单品价钱带、购买频次、品牌购置意向、快销产品分类，同时还要剖析商圈目的消费者的构成，以及外地消费者爱好的促销模式、赠品构成。

我们联合店内以往的销售数据与商圈内消费的调查作出相应的活动方案。如冬季的化妆品消费主要以膏霜为主，其中以保湿、补水、润泽津润系列为主。一二级市场消费者的化妆品挑选方向以一线品牌为主，单品价格带在80元~200元之间，客单量在150元~400元之间；三级市场消费者的化妆品选择方向以二线品牌为主，单品价格带以30元~100元为主，客单量以80元~200元为主。经过这一数据我们能够确定促销方案中买赠的梯级：消费金额以多少分段并赠送多少价值的赠品；经过火析消费者主要选择产品，来肯定特价产品及买赠产品，加钱优惠多购的促销活动选择品牌，空瓶抵现的促销活动选择品牌；经过分析消费者的爱好方向来确定赠种类类。

在不一样商圈里，化妆品消费者喜欢的促销模式不一样，有些人喜欢特价，名品打折，有些人喜欢买赠，有些人喜欢抽奖，有些人喜欢加钱优惠多购，我们组织的促销模式应当以商圈内支流消费群体喜欢的促销模式为主，或是用组合的促销模式来吸引消费群体。

2、节假日期间化妆品专营店的促销活动包包含户外促销活动，店内促销活动，消费者报答会几种模式，不一样促销活动有不一样的长处，分析如下，根据化妆品专营店店面本身的特色以及商圈消费者特点断定促销活动模式。

户外促销运动

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，能够吸引更多的消费者；大型的促销活动会配以节目扮演，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到达预期目的，因而化妆品专营店在冬时节假日的“三节”期间要稳重做场外大型促销，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能够机动组合，促销氛围易于营造，能够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、效劳，停留关注率高，能够用专营店品牌及产品品牌深刻刺激消费者的认识；专营店通常长短开放式状况，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能够大提升，销量天然能够有大的提升。

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假如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，经过会议组织消费者在流动的场合进行促销。这种模式能够快速地将促销信息传送给来参会的目标消费群体，实现一对多的销售。同时经过会议的有效组织促进专营店与消费者之间的客情关系。

会议促销活动针对的消费群体数量有限，必需要提升客单量本事增长销量，而会议举办时间有限，要加强会场的宣传工作，终极将消费者导流至店面消费才会更有用。

3、确定好节假日促销活动方案项目：

节假日促销活动要想成功，促销活动方案中的促销方案项目要对消费者有极强的吸引力，促销的力度要够，知足消费者在节假日消费的需求。促销力度上要凸起节假日消费的不一样，普通来说为买赠力度和产品让利优惠力度，可利用单品

特价或套餐赠送以及畅销产品的热卖来做焦点。（畅销产品在促销活动中的带动性才会很大。）专营店必须利用这种情势把顾客带进店面，引诱顾客应用店面的产品，发生现场的销量，同时为前期的跟进和销售做好铺垫。促销活动方案的力度决议了对消费者的吸引度，才能增加节日气氛和人气。

常用的促销活动计划重要有产品特价、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畅通流畅产品中选择几款消费者熟悉或较熟习的特定产品做特殊优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对照度会清楚，消费者能实在感触感染到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，由于消费者对产品懂得不深，是没有太大吸引力度的。

品牌折扣

应对自我熟悉的某些品牌，异常是具有吸引力的品牌，能够将全系列产品在促销期间打折优惠销售。能够敏捷集合人气，提升入店率，可是因为品牌产品的利润率原先就不是很高，打折后利润率则更低了，所以店内促销职员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向领导至专营店经营的主利润品牌上。

买赠

消费必须金额或是消费必定数目能够赠予绝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；或是买满几金额送一支护手霜等等方法）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者能够赠送丝巾，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到达必须消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有必须的适用性与吸引力度，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元可取得价值50元保湿霜一瓶。）

限时抢购

限时抢购，在指定时间内供给应顾客十分优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出卖的促销活动。在价格和原价要有必须差距，才能到达抢购效果。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。同时经过期间段的节制能够把持客流。

空瓶抵现

这一促销办法在“三节”时能够应用，消费者在春季时所购买的化妆品已经使用得差未几了，以往开始准备购买新产品了，而空瓶恰好抵现金来购买化妆品，以完成空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都能够在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度须要进行本钱和利润的核算）；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，专营店还能够对消费者展开免费化妆、收费征询、抽奖活动，更好地吸引消费者，合作店内促销活动，到达促销目的。

促销活动在市场上非凡其多，节假日促销活动方案的资料要有活动重点，即凝集点，我们能够独自做某一个项目，也能够以买赠、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵

现可作为辅助活动资料。各种方式的运用要恰如其分，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要量体裁衣，在商圈内促销活动的针对性要强，对症下药，才能真正有用果。

1、促销产品、赠品预备：针对促销活动做好销售预计，筹备好公道的促销产品及赠品库存，免得在活动中因缺货而导致促销活动的不完善；或是因为库存过多而导致压货。

2、促销物料准备：促销活动单页、店内pop□挂旗、店门横幅、展架、海报、产品折页、气球等。做为店面与消费者之间的沟通媒介，影响消费者购买欲的工具，在促销活动开始前必须要全部到位。

3、促销人员工作部署：在促销活动开端前，促销人员全体到位，加入促销活动听员培训，熟悉促销方案，熟悉促销产品的陈列及赠品的地位，支配好各人员促销活动中的工作，每个人要掌握好促销工作属于自我工作资料，这样在促销活动中不会因为不熟悉某些事宜而影响了促销活动的后果。

1、节假日促销活动宣传推广：前期宣传推广和现场宣传推广。

后期宣传推广：促销单页的派发，短消息群发，告知消费者专营店针对节假日所做的促销活动，只要让更多的消费者晓得专营店在做什么样的促销活动，并且促销活动对消费者具有吸引力时，消费者才会关注促销活动，才会关注专营店，才会有更多的入店率。

现场宣传推广：支配促销人员现场派单，让消费者进店免费支付礼品或体验装，派一张单页送一个气球给过往行人来吸引人气。（派发话术：把促销活动重点资料编排成极具吸引力的一两句话，将顾客熟知的特价品或限时抢购品告知对方，让其进店关注。如：您好，欢送到我们促销现场来介入，我们明天的化妆修眉呢都是免费的，同时还会赠送你一份礼品

哦。)

2、节假日促销活动现场氛围营建：制作节日氛围，吸引人气。

a□如圣诞节至元旦期间店内经过暖色调的挂旗、气球，促销海报，节日特色装潢品来营造节日氛围，（如在圣诞节时陈列圣诞树，圣诞白叟贴画，圣诞礼物包等），同时在店内张贴海报，安排各类pop等宣传品吸引顾客关注；门口挂节日祝福横幅，在户外张贴促销pop海报。

b□有促销场地的店能够搭建促销形象展区，应用抽象展架（至多保证三至四个，有必须的数量才干有氛围），帐篷，气球，进行实地陈列。没有促销场地的店要利用好宣传品和摆设作好气氛以吸惹人气。

c□店内播放节日特色的音乐，快节奏的，喜乐的音乐，来吸引消费者，同时刺激在店内购买的消费者，更易购买。

d□赠品区的有效陈列。赠品陈列要让顾客看到，摸到。店员在沟通时要重视赠品的实用性，大多顾客心动的起源来自赠品，赠品金额不高，但要具实用性，才能激起兴致促使消费。

e□店内的特价区的设立。价格数字要夺目，特价产品陈列要显眼。（店员与消费者沟通时要突出价格）

f□促销人员服装同一化，能够搭配节日特色的饰品，吸引消费者的关注。

3、节假日促销活动销量提升注意事项：

a□促销人员必须营造好现场的消费氛围，热忱接待每一位入店消费者，祝福节日快活，并不时地反复促销活动的重点资料，刺激消费者的消费意识，经过有效的沟通去提升销量。

b□老顾客进店后，促销人员应尽量防止烦琐的言语，经过间接的沟通将促销活动重点告诉老顾客，在保证客单量的基础上疾速成交，便于招待更多的消费者。

c□有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行倾销。能够充分利用免费化妆与免费咨询，经过免费咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一同上）进行沟通并延伸逗留时间，寻觅机遇销售。

d□促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要捉住销售的重点，应对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

成功的节假日促销活动，离不开专营店平时工作的积聚，消费者越认可的店面，促销越有用果，消费者越不认可的店面，促销活动再怎样做也难以到达想要的效果。在这一基本上，策划的方案抵消费者有针对性，具有吸引消费者的力度，准备工作充分，在促销活动执行中每一位促销人员都能有豪情去应对促销活动及消费者，促销活动确定成功。

妇女节化妆品活动方案设计篇七

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。