

# 半永久美甲活动方案(精选7篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 半永久美甲活动方案篇一

xx美甲专门店新老顾客

20xx年年xx月24日~20xx年1月3日

礼爆圣元旦 欢乐无限多

手(足)部护理项目，买1送1

一次性消费满100元， 8折优惠;再送精美礼品一份

一次性消费满200元， 7折优惠;再送精美礼品一份

会员到店充值，即送精美礼品一份

凡在xx年xx月24日--xx年1月3日期间到全国xx美甲专门店消费的顾客均可参与xx美甲专门店的促销活动。

注：活动期间，会员不享受折上折，最终解释权归本店所有。

广告宣传：

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞、新年节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣元旦节日促销宣传海报□xx展架在店面宣传□(xx

月22日前贴出去，提前宣传)

3、制作促销宣传单张□xx月23日前开始在店面周围进行派单宣传。(公司提供统一的促销宣传单张和海报等，需以成本价购买)

## 美甲店元旦促销活动注意事项

### 1、质量促销

美甲促销活动要注意三保和五保，如保质、保量、保中奖、保功效等和服务有关的内容。你可以把三保和五保的内容做成一个招牌，放在店内及店外，打响质量服务的招牌。另外，可以设置投诉环节，顾客对服务不满意可以投诉并获得一定的补偿，通过真正推行促销来增强顾客的消费信心。

### 2、名人促销

美甲店可以利用名人和明星效应，将名人和明星到店里消费的照片保留后做宣传。这种方法通常很有效果，可快速提高美甲店的知名度和销量。

### 3、活动联谊促销

美甲店活动促销，可以充分利用人们爱热闹需要感情宣泄的心理来举办活动进行促销。活动期间可以谈论顾客喜欢的、有兴趣了解的生活课题，加入幽默笑话、故事来活跃气氛，增进交流，结交新朋友。活动结束后，可以将参与活动的人员的资料整理入库，并赠送每人一份名录，并附上合影照片。

## 半永久美甲活动方案篇二

通过活动，打响美甲店知名度和客户认可度，提高品牌效应，最终逐渐提高客户对美甲店的信任度，从而达到增加盈利的

目的。

大学生、白领等。

线上与线下开展。

1、在微博、微信、人人等平台发起“我的指甲我做主”的活动，鼓励客户自己设计属于自己的，自己喜欢的美甲方式，并以图片或者文字（也可图文结合）的形式展现在平台，同时@美甲店，对于前100名展示设计图片的客户，本美甲店将免费根据其设计样式进行美甲，同时该客户还可免费获得会员卡一张。客户享受完免费服务后，需对自己的指甲拍照+内容好评，并转发，同时应在转发的内容中附加位置定位，这样可以方便网友知道美甲店的具体位置。

2、在附近学校组织“缘来这么美”大型情侣美甲活动。对于参加活动的情侣，本店设计师将根据其意愿私人订制“情侣款”系列美甲（当然，此活动需要男方做出牺牲，同时这也将是校园内一道亮丽的风景线，有噱头，起到了炒作的目的。另外，男性美甲也是将来美甲行业的一个市场，此活动在宣传自己的美甲店的同时，还引导了消费者全新的美甲理念，而且又起到了炒作的功能，真乃一箭多雕之举）对于参加活动的情侣，我店一律免费赠送会员卡。同时，我店将对情侣美甲进行网上投票，评选出三款网友最中意的“情侣款美甲”，有幸进入前三甲的情侣将享有x次免费美甲机会！

3、“事件营销”——利用即将到来的“双十一”，发起“爱他（她），带她（他）去美甲”这一特色活动：凡是双十一当日前来美甲的顾客一律享受打折优惠。“情侣款美甲”是以上活动的亮点，也是噱头！

1、考虑到美甲店资金有限，同样采取线上线下全方位宣传的方式。

(1) 线上：利用网络平台，发布活动消息。

(2) 线下：传单（可考虑做成情书的形式）派发。

2、注：以上所有活动名称均可考虑融入美甲店名称，可以更好的起到推广的效果。

## 半永久美甲活动方案篇三

一般来说，美容院年终答谢会有以下目的：

1、感恩顾客□xx年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户的形式加强顾客忠诚度。在愉快的气氛中培养顾客与美容院的感情，促使顾客和员工成为朋友。

2、全客覆盖，一次会议锁定90%老顾客，让顾客不在流失。

3、业绩倍增，带动销售，提高美容院业绩，短时间成就大业绩。

4、消费升级，30天b客升a客，c客升b客，通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。

5、推陈出新，新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。

6、大量纳新，80%的老顾客为我们介绍新客户，以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

7、绝对成交，老客户80%以上成交，新客户50%以上成交

8、圈定员工，30天员工创收3倍以上，利于团队稳定，通过督导老师的影响，加强美容师的销售意识，提高销售能力。

9、锁定未来，80%的客户牢牢锁住，巨大的行业影响力，制

造美容院在当地的知名度。

## 10、盘活沉客，80%的沉睡顾客被激活产生再次消费

活动形式:联欢+娱乐+答谢+优惠政策+充值消费+带动人潮+抽奖+聚餐

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的`。

活动主题:感恩答谢会、会员狂欢日、养生文化节、美容养生论坛、美容艺术节等等。

(一)、主要活动目的:确定活动的真正目的，明确希望。顾客答谢、感恩会议、文化节、企业宣传、专家论坛、新项目推广。

(二)、活动目标:制定活动要达到的标准和业绩额，店面形象以及顾客积累程度。一定要数字化，标准化，可衡量。

(三)、活动内容:根据活动主题制定相应的活动内容，可以是单一形式也可以是组合形式。

(四)、活动宣传方式

1、内部宣传:

(1)、美容院店内悬挂横幅宣传，粘贴广告，目的吸引顾客;

(2)、美容师给顾客宣讲，传递活动信息。

(3)、悬挂美容院全年活动计划广告，让顾客明细店内全年活动方案。

(4)、利用短信平台，给顾客发放短信，告知顾客活动方案。

(5)、美容师给顾客打电话，进行电话营销。

## 2、外部宣传

(1)、在店外进行促销活动宣传。

(2)、发放宣传单及邀请函宣传。

(3)、进行网络广告宣传。

(4)、广告媒体、报纸、电视台宣传。

(5)、外联联谊会宣传。

(6)、市场宣传人员外部市场宣传。

## (五)、会议政策

1、会前营销xx确定会议实施前活动优惠政策，事前准备事项及目标业绩。

2、会中营销xx制定会议活动方案，活动细节，活动优惠活动内容。

3、会后营销xx会议结束后针对未成交顾客的优惠政策及实施办法。

## (六)、活动参与对象

活动主要参与人员分别有如下角色:举办方(美容院)、参会方(顾客)、实施方(美容院、设备方、音响提供方、演出者)、宣传方(广告、电台、记者、小编)、支持方(厂家、专家、合

作商)。

### (七)、活动支持者

活动支持者主要指美容院产品供应商，以及一些联谊方。一次好的会议，必须有厂家的大力支持，对顾客的吸引力才具有较大的优势。

### (八)、活动举办时间

美容院年终答谢会一般会安排在年度结束时，也就是12月末，很多人也会安排在下一年度元旦，或者春节前后，但是对于各行各业都要举办各种顾客活动，特别是一些商超，提前进行促销活动，为了让顾客的钱在进行其他消费时，提前在自己美容院消费，所以时间安排在12月份及1月份为。

### (九)、活动所需物料及附件：略

## 半永久美甲活动方案篇四

### 美甲护理活动方案

左手工作，右手生活，幸福style为自己代言；

她们一直努力着，让自己精彩更多、让家人朋友幸福更多；

执行目的及意义：

本次活动做此次体贴温馨的购房活动以此来增大业主对本项目的好感度，从而为接下来主推户型及强销；以现场火热的人气以促成意向客户心理对本项目的认可，从而达到成交的目的，同时也能充分挖掘出老客户对本项目的认可度，带来新客户。

执行内容准备事项： 执行基本点

时间： 2014年7月13日

执行地点： 夏宫豪庭售楼处

执行人员： 绍兴楼市网活动部门

活动团队的架构： 销售部全体人员

活动前期准备： 约访业主、意向客户，确定活动期间到临现场； 现场布置。

工作重点

销售部工作人员负责约访意向客户、老客户。

执行结束后需要进行的工作 整理活动工作中的问题并统计。

一、活动内容：

二、参与对象： 新老业主

美甲护理

女人 爱自己 就让自己时刻保持最美 春季美丽盛宴，让你美丽一春 幸福一生 手，是女人的第二张面容，指甲作为手部最精彩的部分，若将其装点得整齐美观，会让人产生信赖及好感。

纤纤十指，美丽虽及不上脸庞，却是评价人的另一种隐性标准，于是美甲成为了时下众多女性追寻的潮流之一。而在这些形形色色的美甲中，人们不难发现各色女人们的品味与生活态度。



## 美甲店促销方法

开卡促销:很多美甲店会办理各种各样的卡,比如修手卡,护理卡等等.制度大都是多送几次的策略.例如:修甲每次是20块,那么你办一张100元的卡,卡通常是向高级的(也可以是消费比较多的)的顾客提供的.有的新店在开店初期会通过免费办vip卡来吸引顾客.通常持有vip卡的顾客都可以享受到8折的优惠等.赠送促销:现在的消费者是越来越注重卫生观念.美甲店也是越来越注重会员的开发和维持.那么就可以通过会员专用工具的制度来开发和维持会员.什么是会员专用工具制度呢?就是每个会员拥有一套属于自己的专用工具.该工具放店里写上名字,顾客来了就可以使用写有她名字的工具了..该方法可以解决一部分顾客的卫生心理,又能向顾客销售产品,所以目前很多美甲店都是采用这样的方法的.但会员专用制度的弊端是比较占用场地,特别是小一点的店,如果会员一多,工具都没地方放了.如有机会可以到珠海口岸那里看看,美甲店里的顾客的工具柜就占用了店里的1/3场地.一次性工具制:由于会员专用制度本身的弊端,所以在这样的情况下又产生了另一种促销模式,那就是工具一次性使用.只要是办了会员卡,那么来店里做完服务,美甲师会将你使用过的工具送给顾客,以表示此工具为专人使用.有的顾客会带回去,以备平时自己使用.包月服务:在制订包月卡时其它的限制条件要明确的跟客人先说明,以免引起不必要的麻烦.比如本人使用.跟其它的优惠活动不能同时使用等等.但针对不同的服务项目进行包月服务也是可行的.例如修手卡,正常的顾客是一个月做四次服务,以每次二十块算,一个月就要80块,那么可以弄一个一百块包一个月不限次数的.很多人会说,要是客人天天都来那不忙死了.其实正常的话,一个客人一个月能来6次已经是算多的了,因为人家也是要安排时间的.天天来的客人也有,不过很少,再说要是天天来那么死皮还没长多少,这样的话工作量是很小的.还有,要是有一个客人天天都往你店里跑你还不能让她消费其它的东西那可就有说不过去了.会员带会员:什么是会员带会员呢?就是会员介绍新会员过来,那么该会员就可以获得多少积分,积分到多少就可要换些小礼物之类的.积分法:顾客消费多少

金额可要积多少分,然后可以换点小礼品,这是普遍使用的方法.美甲店在一年当中各个时段都会做促销,本文就详细介绍了全年的促销方案,为美甲店提供一些办法。

## 一、前言：

随着市场经济的发展，目前美甲行业日趋成熟，品牌、公司(美甲店)、服务等竞争目前日趋白热化，为提升美甲店店内的知名度及在当地的影响力，由此制订了一系列的让利大优惠及促销活动方案,仅供参考。

## 二、活动方案（一）

### 一、二月份：

因为

一、二月份是中国传统节日最多的时候，大多数顾客都会有长达七天的长假，所以，也是我们美甲店搞促销的最佳时机。

参考方案一：一般的中国传统的春节都是在这两个月，所以我们可在春节期间给予凡到美甲店消费的顾客8%的返点作为春节红包，即顾客消费100元马上送出8元钱的红包。这样，不仅迎合了春节的气氛，也让顾客感觉到了实惠。

参考方案二：二月十四日是西方传统的情人节，我们就在这个月推出“情人卡”，用作男士送给女朋友之用，此外，也可以推出一系列的情侣套餐，即女顾客在美甲店消费满xx元，可免费让其男朋友享受一次男士美甲疗程，或在情人节当天开月卡以上的送出情人礼物一份。（二）三月份：

三月份是学雷锋活动月，我们只要把握时机，可在这个月为附近住宅多做好事，迅速树立美甲店的良好形象，并吸引人们的注意力。

参考方案一：可在三月份的其中一天以学雷锋为名，组织美甲店的全体人员为附近的住宅区免费打扫街道一次，这样美甲店的美誉度和知名度必然快速树立。

参考方案二：定在三月份的其中一天为顾客免费做美甲手足护理一次，不收任何费用，当作是美甲店的一次宣传。(三) 四月份：

参考方案一：由于四月份没有任何特别适合促销的节日，我们可举办“做美甲，献爱心，人美手美心更美”促销活动，顾客本月内凡到美甲店办月卡打九折、季卡打八五折、半年卡打七五折及年卡打七折等优惠；除此之外，包卡所送出的免费护理疗程超过\*次；而且当消费累积1000元(包括单次或开卡)，该美甲店将立即赠送顾客至尊金卡一张，凭此卡在美甲店内消费，在限期内都能享有六五折优惠；另外，把累积消费金额的10%将捐赠希望工程、儿童基金或残疾人基金会等政府捐输机构。不但充分阐释了“做美甲，献爱心，人美手美心更美”的丰富内涵，而且更能通过人群或宣传的效应得到知名度提升的效果。

10、20、30万元。(四)五月份：

参考方案一：五月份的第三个星期(天)是母亲节，我们就开展一个“让您做一个精心的漂亮妈妈”活动，活动形式多样，包括：

4、此外，我们还可以在母亲节当天或一星期内在美甲店消费到多少金额，送出一款特价产品，或在这个月末到美甲店做美甲的获得儿童节礼物一份。(五)六月份：

参考方案二：六月份的第二个星期(天)是父亲节，我们就尝试开发男性市场，人们通常认为做美甲是女性的事情，而男性可获得免费美甲一次(只针对开季卡以上顾客)，当天开卡者除男士可享受免费美甲之外，更可获得男士神秘礼物一份，

目的让男士亲自感受美甲，也是对他们的一分关爱。

(六)

新华贸购物中心企划部

关于三层化妆品、美甲区活动的计划方案 时间：2011年6月10日—16日

地点：新华贸购物中心三层化妆品、美甲区

主题：靓“妆”美甲 “扮”您清凉夏日

形式：拟以买赠为主，各商户可以同时推出专属优惠

实施方案：活动过程中，区域商管应严格监督销售小票的开具，顾客在商铺消费后，凭购物小票领取相应礼品时，商管人员应审核期消费额度的真实性，确认无误后发放相应礼品，并在销售小票上注明奖品已兑换，防止多次领取。

具体实施：

活动前期通过兰若传媒、购物中心led电子屏、河北联合资讯、派发dm单等媒体途径在全市范围内宣传推广本次活动，以强大的声势来吸引消费者的目光，用比较有力的优惠政策来刺激消费者的购买欲望，从而聚拢该区域内的客流、提升人气，同时各商户也要积极配合，以诚实守信的态度留住消费者，给消费者在心里打造良好的印象，尽可能多的积累客户资源，为日后的销售和发展打下良好的人气基础。

商场内部布置强大的活动氛围，主入口大厅内悬挂大幅面主题活

动画面，主、副入口处各布置三块立牌、一套易拉宝张贴活

活动内容，主、副入口滚梯各登梯口都同样放置贴有活动内容的易拉宝，同时在现有刀旗基础上间隔放置活动刀旗，商场广播不同时段不间断播送活动相关信息，使整个购物中心在视觉、听觉上都有强烈的震撼冲击力，尽可能的为活动区域吸引和聚集客流，最大限度的营造活动气氛，刺激消费者的好奇心和购买欲，进而拉动各商户的销售额度和经营信心。

注意事项：

考虑到目前该区域的经营状况和商户的总体素质以及心态，就本次活动能预期到的可能出现的问题进行归纳，望区域商管和相关部门提前对商户进行沟通培训，尽可能降低问题的出现几率，从而打造信誉高、环境好、诚信经营、文明经营的时尚购物中心。下面就可能出现的问题归纳如下，提请各商管及相关部门注意：

- 1、严格销售小票的开具制度、杜绝增开、虚开等现象。
- 2、各商户不准私自张贴不符合商场规定的促销信息、海报等。

促销信息须提前上报商管统筹审核，张贴画报必须整洁、美观，杜绝手写海报。

- 3、商户须保持良好的经营心态，不准拉客、抢客，不准强买强卖，不准诋毁其他商户的商品。
- 4、商户须保持商场的环境卫生等，不准大声喧哗，杜绝喊价现象。

## 半永久美甲活动方案篇五

(一)主题：圣诞，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

这些主题主要侧重于针对圣诞节的文化营销。圣诞节是情侣和爱人相聚的好日子，男士可以为自己的爱人送去美丽和健康。美甲店以此为主题，在促销内容的制定上，可以以一些立即可见明显效果的`服务为主，如美容和美体等。

1、活动(一)针对目标对象：衣着有品味，特别是开私家车的男士及美甲店顾客；

2、活动(二)针对目标对象：活动(一)参与者及美甲店会员的丈夫(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)：“圣诞，真爱无限”

特惠活动活动期间，所有男士可在美甲店购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐赠送给自己的妻子(女朋友)，以此充分表达自己的爱意，感谢妻子(女朋友)在过去的一年里对自己的支持和帮助；美甲店顾客也可同时宣传(爱人共享活动优惠)；美丽心意卡可享受九重特惠：

1、任选基础护理项目十二次；

2、任选身体护理项目四次；

3、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)；

4、获赠鲜花一束(11朵，颜色自选)和精美巧克力一盒，由专人送到指定人处；

- 5、获赠名牌男士皮带一条(或名牌衬衫、钱包等);
- 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“最佳情话评选活动,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”

爱情誓言表达活动期间,凡购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐的男士和美甲店会员的丈夫(或男朋友,注:不须购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐)均可在美甲店领取爱情誓言卡一张,写下自己的动人情话,贴在美甲店门口的心形板上,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”

1、宣传重点时间:活动前五天

2、宣传手段:

a□派单(主题:致男士的一封信,);

b□悬挂横幅(活动主题);

c□海报张贴或x展架展示(活动内容说明);

d□夹报;

e□广告气球宣传(心形粉色气球);

## 半永久美甲活动方案篇六

三八妇女节正是美甲店向女性消费者促销的最好时机，同时本店年初推出新产品，正好借此机会可以向新老朋友推荐出去，让新产品更好的进入市场。

促进销量。提高美甲店的知名度。推广新产品。

20xx年1月1日——20xx年2月31日。

阳春三月□xx美甲店好礼大放送!

女性在社会的角色有很多种，母亲，妻子，儿媳等，借助节日文化特点，进一步向消费者渲染要对女人好一点这一，利用情感共鸣来完成促销。

### 1、活动一：折扣（针对老客户）

凡是在美甲店三八节促销期间，老客户凭借会员卡，所有消费在原折扣基础上再可以打八折。

### 2、活动二：赠送

(1) 凡是在促销期间在本店消费达到138元以上，再加3.8元，即可获得本店最新系列产品任意一款。

(2) 凡是在促销期间在本店消费达到238元以上，再加38元，即可获得美甲店修手10次卡一张。

1□dm单，展板，宣传条幅。

2、会员电话通知。



3、网络大力宣传。

## 半永久美甲活动方案篇七

夏季是美甲店的旺季，美甲店可以做免费试做的促销活动。具体方案可以是免费试做一种颜色，做满整只手，也可以是试做一只手，可以通过试做出来的效果，让顾客消费，办年卡神马的，如果通过免费试做，花费一点小钱赚来顾客的话是值得的。而且认为免费试做的促销方法效果会非常好，因为眼见为实的惊艳效果让顾客动心的几率非常高，所以美甲店老板都可以在炎炎夏日到来之际，试试这个促销方案。

现在，无论是美容院、还是美发店都非常流行开卡促销，卡有各种各样的，有月卡、季卡、半年卡，年卡、金卡、vip卡等，美甲店可以在附近的广场做做买一送一的促销活动，借机向周围的人宣传一下自己的美甲店和美甲效果，让大家来办卡，优惠做美甲。通过办卡，就锁定了顾客，日后只要维护好这些顾客，生意就不会差。

节假日做活动是美甲店宣传、营销的好方法。美甲店可以选择端午、周末和暑假在店面周围的广场做活动，一是让更多的人知道你们这附近有你们这样一家美甲店，二是纳入更多的潜在顾客，然后慢慢变成实实在在的顾客，三是通过这些活动，销售出指甲油、洗甲水等一些美甲产品。这种促销活动，需要注意的是：

- 1、要先对广场进行考察，确定人多的时段；
- 2、这种活动要持续，定期做，不能凭感觉偶尔来一下；
- 3、通过这种活动吸纳的顾客，一定要好好维护，因为维护得好，口碑宣传会带来更多的顾客，如果顾客觉得不满意，以后在这里想纳更多的顾客就难了。

美甲属于服务行业，服务行业最关键的就是质量，所以，美甲店要想长期经营下去，就一定要保证质量，这个质量包括产品质量（指甲油、洗甲水）、技术质量（美甲师的美甲技术）和服务质量（店里的清洁工作、对待顾客的服务态度）。如果美甲店保证了这些质量，顾客不上门都难。所以，生意不好的美甲店赶紧检查检查自己的质量，看看是否过关了，如果没做好，就赶快亡羊补牢吧！

美甲店要想生意好，也要做最常见的促销——派单促销，虽然这种促销非常普遍，但是效果却非常好，它会让周围的人都看到。一般来说，这种促销都在店面周围做，接到传单的人立马会知道这家店在搞促销活动，在打折，如果对美甲有兴趣的朋友，一定会抱着好奇心前往，这样，生意就上门了，接着只要服务好这些顾客，让她们对美甲效果满意即可。

其政策大致如下：

- 1、美甲店年卡1800元，同时下半年赠送送价值600礼品套盒；
- 2、美甲店年卡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。

撕单法：

其政策大致如下：

方案一：一天一块钱美甲，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38次以上，年底返1000元。

方案三：手足5元一次（仅限一次）然后推广全年手足卡，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。

透支法：

其政策大致如下：

储值卡：现有许多美甲用储值卡来做销售，在没有新品牌新项目新顾客的情况下，其促销政策为：凡是消费者缴纳8000元给美甲，其护理，项目五折，产品六折。可能还有八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美甲利润来说损失具大。