

最新新开美容活动方案策划 美容活动方案 (实用6篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

新开美容活动方案策划篇一

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。

一、促销主题的确

每一次促销活动都应该有一个确定的主题，根据这个主题再去组织相关活动细则。三八节日的美容院促销，自然需要集中在女性身上。在主题的确上，可以用一些比较打动人心的温馨的文字，抓住女性爱美的心理，吸引她们的目光。

三八妇女节是女性节日，女性在社会角色有很多种，母亲，妻子，儿媳等，借助节日文化特点，近一步向消费者渲染要对女人好一点这一促销主题，利用情感共鸣来完成促销。

二、促销内容

各个美容院的促销形式和促销内容都大同小异：打折、买赠、免费体验等，美容院要利用这些促销形式体现出新味来。

抽奖促销

案例1 xxxx美容院：让您美丽，让您的男人心动

案例内容：

在1个月左右的时间内，在xx美容院消费满280元即可赢得各类奖品。要想赢得各类奖品，此中有上计，更有上上计，就看你有没有弃小博大的妙计：

上计：凭消费凭证赠高档美白润肤露1支；

上上计：弃小博大，放弃赠品，参加美容院举办的刮卡抽奖活动，给男人心动的惊喜，才是上上计。

奖品分设有□dvd□电动剃须刀、袖珍收音机及照相机等。

案例点评：

1、这是“赠品”与“抽奖”两者选一的模式，让消费者在“上计”与“上上计”中做出选择，这种心理暗示的手法，有可能使消费者产生当然应该参加抽奖的潜意识。

2、整个活动设计充满刺激性、挑战性。

3、这种“赠品”与“刮卡”二进一的做法，必须在确定能得到化妆品公司与赠品生产厂家的完全支持与协助的条件才能开展，有可能“dvd”有相应的品牌专卖店，能为这类活动的开展提供条件，而许多日用消费品受制于售点的实际情况，未必适用此种活动方法。

案例2 xx国际产品：三八节日—“专为女性预备的双重厚礼”

时间：3月8日-3月15日。

活动内容：在活动期限内，凡在xx国际购买500元产品的消费者将有机会获得以下礼品：

- 1) 手机1台，市值人民币1500元左右（限1个名额）；
- 2) 手机充值卡1张，市值人民币每张100元（限5个名额）；
- 3) 秀之颜防晒霜一支，市值人民币68元（限54个名额）。

操作细则：

2) 在消费者购买满500元产品时，将顾客的手机号码填写在抽奖卷上投入抽奖箱内；并赠送消费者一张记分卡作为抽奖凭证。（记分卡可后期消费积分抽奖）

新开美容活动方案策划篇二

在“母亲节”这个充满爱的一个节日里，我们可以表达对母亲的那份爱，如今长大的我们风华正茂，岁月却像一把“杀猪刀”皱纹、斑点都慢慢的布满了母亲的面庞，我们美容院可以以此为噱头，通过开展相应的活动来鼓动儿女们将母亲带入美容院重返20岁的精彩，充分体现对母亲的敬意与感恩之情。从内心深处激发消费者参与母亲节活动的欲望、吸引人气，从而达到增加美容院知名度的目的。

时间都去哪儿了， 还没好好感受年轻就老了， 还没好好看看你眼睛就花了， 转眼就只剩下满脸的皱纹了……每逢听到这首歌我们都不由自主的想到自己的母亲，母情节临近，我们能为母亲准备一个什么样的礼物呢？健康与年轻无非就是对

中老年人最宝贝最奢侈的礼物了。

感恩母亲节！带mama去哪儿！

带mama体验艾斯欧迪美容养生项目

20x年x月x日—5月x日

一、最爱妈咪 健康礼献！

活动期间：

二、尊贵妈咪庆生礼（5.10）

活动期间：

凡生日为5月10日（以身份证为准）的女性会员，当日可免费领取生日礼品一份，数量有限，送完为止。

三、艾斯欧迪感恩美容养生项目

年轻妈咪——全场购满520元立减200元，可体验艾斯欧迪
【肝胆排毒·十四经络项目

四、母爱无边 与您一起祝福妈咪！

活动期间：

五、把爱带回家 转发微信送大礼！

活动期间：

凡扫描艾斯欧迪美容店的官方微信二微码，并转发我店活动的顾客可领取神秘礼品1份。数量有限，早到早得，错过不补。

新开美容活动方案策划篇三

- 一、 主持人宣布开始(d音乐)
- 二、 宏徽全体员工跳健康操(d音乐)
- 三、 宏徽总经理赵政宏女士庆典致词
- 四、 互动游戏(d音乐)——特邀hgh抗衰老专家john先生“抗衰老针剂”讲座
- 五、 三等奖抽取(5名)(d音乐)、美容知识有奖问答
- 六、 游戏(绑腿)——用d音乐传球型式选人
- 七、 印度舞蹈——古丽
- 八、 光量子原理及祛斑、脱毛示范讲解——包卡、一卡通介绍——(或两分钟现场定单酬宾)——竞拍(d音乐)
- 九、 蒙古族舞蹈(顶碗舞——银花)
- 十、 二等奖抽取(3名)(d音乐)
- 十一、 游戏(猜词秀)——用d音乐传球型式选人
- 十二、 日本纤瀛内衣介绍——
- 十三、 拉丁舞(向女士)
- 十四、 一等奖(2名)特等奖(1名)抽取(d音乐)
- 十五、 独唱(朋友)员工上台祝愿结束

新开美容活动方案策划篇四

新开幕的美容沙龙须有一个整体性的市场营销策略。行销始于产品和服务，请由此开始剩山残水动行销计划，提出一些同行没有的'新构想，或新颖的美容服务，超越同行，并注意顾客的喜好，及时代的风尚。

价格是行销重要的一环，它虽非顾客决定采用服务的唯一考量，却是一个重要条件。许多奢侈品卖得好中，因为它们的价钱昂贵，对许多人而言，高价位代表品质与面子。但顾客并不是傻瓜，如果他认为花费与期待的品质不成比例，他很可能就不消费了。因此业者应提高服务和产品的附加价值，例如提供专业美容咨询等，藉此，可避免单纯的价格竞争问题，美容沙龙并不是提供低廉服务的商店，因此广告时不要忘了强调个人特殊服务的项目。

好的服务留得住顾客，赢得顾客的心，但好服务是要费心的、体贴的服务，例如弹性的服务时间，订货服务，休息区提供饮料，雨天免费借伞，或是打电话预约服务时间，都能轻易打动顾客的心。最重要的是发挥行销创意，超越同业，不要忘了那句老话：有优点不要忘了宣传。

保住原有顾客，比争取新顾客容易，从老顾客身上开发新客源也很重要，因此及早建立主顾客的档案也是有必要的，例如透过开幕时的抽奖活动，可以得到潜在顾客的基本资料。

创业之初，就要建立顾客的档案，顾客的资料不仅要登录他们的地址，还要有他们的生日或兴趣等。新顾客对你提供的服务，其反应比老顾客大，他们对美容沙龙的第一印象往往影响极深，可以考虑送新顾客礼物，拢络他们的心。

广告策略

一旦广告策略成功，针对顾客群展开攻势，初期的营运就更

容易，广告时要考虑顾客的需要，住处及兴趣，看看你的同业如何做，不是光模仿，而是要有更好的创意，强化同业的弱点，使其成为你个人的优点，在广告中强调自己美容院的长处，但不要把他人美容沙龙拿来作比较，这样作用时会有反效果。

开幕广告应塑造出一个整体印象，重覆使用同一广告，以强化效果，打动顾客的心，使他们乐于走进你的美容院。确定开幕广告的特殊讯息，说明它可为顾客带来何种益处，让顾客认为您的沙龙有存在的必要。估算整年度的广告费用，并决定以何种方式的广告费用，并决定以何种方式做的广告，广告费用费用约占营运收入的百分之二到百分之三，开幕之初则多一些，但可不要把全部预算在开幕之初就全用尽了，持续性的广告是非常重要的。

选择广告媒体是很重要的，如果你的广告不专业化，反而可能成为一个反广告，微询专家的意见，但不要透过广告公司去登广告，因为要多支出一笔仲介费用。

选择正确的广告媒体是有必要的，例如刊登报纸广告可吸引很多人阅读，但你是美容沙龙，顾客群有其限制，刊登日报广告，反而分散了主要顾客的注意力，因此登报的话，不妨定期登小广告，效果比少数几次的大广告好。并善用重覆刊登广告的折扣。

广告报纸刊物费用比一般日报便宜，并常可找到适当的供需对象。

地方电台广告限有帮助，特别是特新开幕的美容沙龙，或是促销活动而言。但对独自开业的美容师来说，则很少考虑到此一管道。而公共交通工具上的广告也很有利，例如公车或电车的广告可吸引很多人的注意，电影广告则吸引较年轻的观众，但它的费用较高，只适全规模较大的美容沙龙。

海报和传单的费用比电影院和电台广告便宜。海报和传单的
文字和图案要设计的很优美。而开幕邀请函也是开发新顾客
的一个好方法。不过最大的困难可能是，如何取得顾客正确的
地址，而另一个价美物廉的方法是发传单，但是你的美容
沙龙如果是小规模，那么传单可不要用一般a4的影印纸般传
单，而要采用较高纸质的传单。

但不要忘了，广告上的宣传不能满纸的话，而是要付诸实施，
否则会丧失顾客对你的信任，特别是开发新客源方面，使他
们相信你是有诚意、值得信任的业者。

当然，口语相传的效果也是很宏大，不要忘了请亲朋好友为
你的店多宣传。

想要一开始就做个一鸣惊人的大广告，这种想法并不实际。
把开幕当天的宣传视为重头戏，但广告最好均分在三个月的
时间内。厂商通常所提供的广告资源，超过实际所需要，可
将多余的装饰材料提供给附近商店，做为橱窗摆设，这等于
间接为你的美容院做广告。

把顾客放进你的广告，这是一种著名的行销手法，吸引大众
的参与感，当然广告活动的设计要能与美容沙龙的形象相配
合，才能传达出所要表达的讯息。但有一点很明白的是，愈
多人对您的沙龙感兴趣愈好。开幕时除了满屋子的贺客外，
最重要的是他们要对你的美容服务有信心，因此要事先策划，
如何使你的主顾客群对你的活动感兴趣，并邀请他们参与。

如果要使开幕当天流程进行的很顺利，需要一份工作时间表，
否则一旦顾客对当天美容沙龙仍看起来像工地，而并非一切
都已准备就绪的模样，一定不会留下良好的印象。

对于美容院的装潢过程有一个简单的公式。先确定开幕的日
期，再从当天倒数计日，了解到开幕当天应该完成了哪些工
作。倒数计时，可帮你详细确定，什么工作必须何时开始，

和何时须结束，对于开幕当天的支出费用可不要低估了，费用问题也要从长计议。并尽可能将开幕日期选择在星期六（消费性最强的日子）。

拟定促销活动，和预估支出费用。延讲一位摄影师，负责活费当天的照相，开幕相片可寄送给媒体，也可在未来的行销活动派上用场，美容沙龙应强调服务和产品至上，并且顾客可容易的找到你。

开幕当天的食物饲料供应问题也要考虑，准备足够的停车空间，设置方向牌。利用抽奖活动，取得顾客的地睛，选择适当的行销活动，当然，开幕当天也可以安排美容服务项目示范，但前提当然是有其它员工可做此示范，否则你自己就要为些被困住了。

开幕时如果有小型爵士乐队伴奏，诸如此类的音乐安排可引起顾客的兴趣，例如办一个爵士餐会，无论如何，就是要吸引众人的目光，这也是上报的好机会，而名人和政治人物也要好好招待他们，另外，也要为小朋友准备一个游戏空间，这些设备通常只要花一点钱就可租来。对于所做的活动规划，应常做检讨改进。可以把开幕活动照片和报导寄给报纸。刊登一则铭谢启事，感谢来实，将文宣品寄给新顾客。

开幕当天最重要的是你与宾客的交谈，他们可能是你未来的顾客，因此要事先研究安排，使你开幕当天能从容不迫的周旋于众宾客间，总之，顾客是至高无上的，他们是你的衣食父母。

新开美容活动方案策划篇五

- 1、致xx顾客一封感恩信，通过内部宣传手段表达美容院感恩节感谢顾客、感谢社会及借感恩节表达人与人之间亲情、友情、爱情的感恩真情，打响美容院感恩活动的第一枪！

2、感恩主题的广告物料配合宣传。美容院感恩主题一定要主题鲜明，具有很强的吸引力，搭配易拉宝展架、地贴、空飘、户外展示等广告宣传，就能吸引到人，进行深度拓客！

3、11月24日感恩节当天，美容院门外举办感恩签名大行动，顾客可在百米长卷上留下自己对亲人、友人、爱人的祝福，此长卷在楼外长廊上展出。

4、通过员工配戴特制感恩节小胸牌、美容院做“感恩节快乐”的心型汽球、顾客购物赠送特制感恩卡等氛围的营造、渲染感恩的浓烈氛围。

5、11月24日感恩节当天，美容院内部播放《感恩的心》等各种关于感恩、感谢为主题的歌曲；迎宾词以感恩概念为主。

在感恩节里，不少人向自己的父母、同事、领导表达了一下感恩之情，比如请父母吃饭，请同事看场电影等等。但是美容院感恩节要怎么表达对顾客的回馈呢？不妨来个折扣优惠吧！

在感恩节当天，美容院可以推出众多优惠套餐和产品供顾客选择，此外一些季度性美容项目可以根据顾客的需求合理优惠；一些单卖美容产品可以配合套餐项目一起做捆绑打折促销，不仅减轻了库存积压量，还提高了营业额。

感恩节最要感谢的人就是我们的父母，父母不仅赐予我们的生命，还不辞辛劳的抚养我们。在感恩节如何犒劳我们的父母呢？自然是送他们一套高档的美容护肤品，赠他们一个养生保健、美容美体的好课程！

想要在节日为父母做以上三件事的话，不妨来美容院消费满888元即可获得。该美容院将为老年人提供护甲、护理等多项贴心的项目；其次，专业的技术，一流的服务将百分百让顾客满意，同时也能略表达我们对父母的感恩。

为了能够和顾客加强互动，让美容院聚集更高人气进行拓客活动，美容院可以在感恩节活动当天推出一些回馈活动。

例如，进店前20的顾客即可获得免费抽奖活动；或是消费满1000元的顾客均有免费抽奖一次。该奖项设置5个，分别是100元、200元、300元、400元、500元，更有iphone6抽奖大活动！这样，既能聚人气，又能销产品，拓客户！

为了迎接20xx年感恩节，美容院可发起微博转发送礼品的促销活动，打响感恩节促销的第一炮。活动内容是凡在感恩节活动期间，只有你转发该美容院的相关微博并@5个好友，即可有机会获得该美容院提供的精美礼品一份，届时活动结束后的第二天该美容院会将获奖名单在微博上公布。

美容院在选择给顾客的精美礼品时，一定要站在顾客的立场出发，认真挑选符合顾客需求的礼物，切记促销礼品预算不能超出美容院开支范围，确保整个促销活动井然有序的进行。

新开美容活动方案策划篇六

办卡是美容院基本的促销手段，也成为主要的促销方式之一，如：月卡、季卡、年卡；如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

作用：稳定住忠诚老顾客

运用方法：在顾客护理期间，为顾客办理此卡比每单次消费的费用低；办理年卡比办理月卡总和消费要低；购买产品享受优惠及折扣，享受院内各种优惠项目。

场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、女子生活会馆。

作用：吸引注意刺激购买欲而且具有即时的效果。

运用方法：据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，带动其它商品的销售；或某一新项目推出时，尝试后享受折扣。

特别提示：院内持久经营项目和基础保障项目，尽量不要打折；开发项目或配套产品，可以适当的打折扣以促进消费。

场合对接：适用于任何类型院家

作用：吸引新的顾客群体，或推出新项目，先感受再消费

运用方法：为有需求的群体在即定的时间集中免费试用，先体验效果再培养成为主顾客（一般四次左右）。然后再做好客户跟踪，电话回访，再试做，再沟通。

场合对接：适用于小型、中型院家

作用：回馈老顾客

老顾客在消费达到一定的金额后赠送一些礼品，促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

运用方法：先设定一定积分，达到一定额度返一定的积分（50，80，100——30积分等），然后兑换产品、礼物、项目，疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

特别提示：其额度不需太高（年终归零）

场合对接：任何类型的院家均可

作用：稳定住即将成为老顾客的人群（让顾客感受到美容院更多的优惠）

运用方法：在第几次护理后可免费进行一次指定的项目或疗

程，第几次做护理后又是免费，若干次为一个促销段，以此来设定。

场合对接：适用于中、小型院家。

作用：短期内使销售量激增。利用各种节假日，院家可

运用方法：利用各种节日请一些专家、名人通过某些活动项目进行此类大型的促销活动。其中包括：动联谊促销、专家促销、名人促销、旅游促销。

场合对接：适合规模较大的大中型美容院或会所等。

作用：激励消费的手段（在顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后）

运用方法：赠送一些小礼品如：小饰物，小礼品，眉笔、丝巾、工艺品等；或在店内设定某一时段的摸奖活动（据消费后的金额）

场合对接：各种院家都适用。

作用：吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度

特别提示：在派单上可印制院内免费试做的项目，激发顾客的消费尝试欲望，促使顾客登门进行更多的咨询和服务需求。

场合对接：小、中型美容院，大型院家开业

作用：打动消费者，建立长期稳定的顾客群体。

运用方法：如：联谊会，周年酒会、问候促销（利用电脑或手机在各大节日送去问候）、顾客档案节日问候（顾客生日、婚庆日）等促销活动，让顾客感到关怀，拉近距离。

场合对接：据院内经营的实际情况来选择

运用方法：会员制有两种形式：一种是销售会员卡，交若干会费后即可成为长期会员，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：大中型品牌连锁加盟店、美容生活馆、概念店或旗舰店（具备一定经营实力与规模）