

发廊烫染活动策划方案(通用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

发廊烫染活动策划方案篇一

美发是一个古老的行业，每一个人从出生就需要和理发师打交道。随着经济发展，社会更加开放，人们对美，对时尚有了更个性化的追求。所以，美发是一个充满机遇的庞大的市场。如今，无论是大城市还是小城镇，美发店遍地开花，这给追求美的消费者们带来了更多的选择，同时也加剧了行业竞争。综观郑州大学商业街6家美发店，校园美发行业在风格，技术，素养以及营销方面同质化现象严重，主要靠发传单发名片促销的方式来拉拢学生消费，效率低下又浪费资源，而且还会招致反感。（此观点来自作者亲身体验和同学之间的调研交流）。作为一个珍惜资源的路人甲以及某店（顶尖美发）的忠粉，作者策划了以下的活动来接近大学生，更好的服务这个群体。

一. 活动目的

提高顶尖美发知名度和美誉度

二. 活动主题

顶尖的手艺 给顶尖的你

三. 活动对象

在全校寻找10名同学，5男5女。分别是学霸，学生会干部，和有潜力的

神女神。前提是他们爱美对时尚没有敏感度，平时穿着打扮平素。对于学霸和学生会干部来说，骄人的成绩和领导能力，如果加上时尚新潮的造型更是锦上添花。这是一个偶像的时代，他们的完美会获得更多人的关注。有潜力的男神女神指的是，不注重打扮但是长相nice□稍加改造就能吸睛的人。他们的变身要吸引更多和他们一样的`人树立对美的极致追求。

四. 活动实施1

“人才”收集完成后，约定时间，理发师根据流行趋势和技艺手段，为10“人

才”分别设计和改造适合他们外型的发型。注意要贴近校园环境，体现个性，但是不能过于张扬。

五. 合作单位

理发店可以和校园商业街大家认可的服装店(杰云斯)合作，提供服装支持。毕竟造型是统一的，自上而下的。根据各位“人才”的特点和自身条件，提供符合他们的服饰。对于服装店来说，这也是一个宣传品牌的好机会。

六. 活动实施2

寻找新闻学院的专业同学自带摄像机进行现场拍摄。照片+视频。记录从人才选择到造型落地的整个过程，方便后期编辑宣传之用。

七. 媒体合作

与郑大校园广播、郑大官微(微博、微信)以及校报合作，根据不同的媒体性质分别提供不同形式的宣传素材。校园广播以文本广告的形式播出，面向郑大4万名学子，传播效力强。双微作为时下最快的新媒体，更符合大学生的口味，制造微

博热门话题，头条文章植入，双管齐下，面向3万多粉丝，很快就能八方知晓。

八. 经费预算

九. 活动效果评估

发廊烫染活动策划方案篇二

一、五一进店，免费体验。

美发店想要五一劳动节促销火爆，吸引顾客，最好的办法就是进行免费体验活动，美发店可以在节日前夕派发宣传单做好宣传。五一 是 休 假 日，很多朋友都会趁这个时机好好打扮一下自己，所以，美发店在这个时候做免费体验促销，一定会有很多人前来哦。

二、现场美发演示。

五一 是 国 家 法 定 节 日，很多人都会在家休息。美发店可以趁天气好的时候，到小区广场去做一场活动。请几个发模，然后现场给她们做不同的发型，让小区的人看到你们美发师的技术，同时还可以卖一些美发用品，比如洗发水、护发素和发膜。这些美发用品还可以现场试用，让顾客看到效果，这样她们才能信服。

三、转介绍促销。

在营销策略中，转介绍是一种很重要的销售方法，美发店也可以采用这种方法进行五一劳动节促销。可以制定这样的促销方案：来店消费的顾客带一个顾客来消费后，她自己做头发的钱就只用付一半，带三个顾客来，她自己做头发的钱就免费。如果她带的顾客有办月卡，那么，这位介绍的顾客就可以享受3次免费洗头的福利，如果她带的顾客办了半年卡，

那么就送她一个月的发膜用品。诸如此类的方案，美发店都可以试用，只有不断尝试新的促销方法，才知道哪种最适合自己的店。

美发店五一促销注意事项：

1、提前做好宣传工作。

美发店在进行五一劳动节促销之前别忘了造势，也就是大力宣传，让周围的顾客都知道你的店在搞活动。具体的宣传形式应该根据每个店的实际情况来定，可以在店门口张贴五一促销海报，也可以四处派发宣传单，宣传单可以放一些免费体验的广告，吸引顾客进店。

2、对免费体验的顾客也要用心服务。

现在很多生意人都是见钱做事，付费多的顾客，得到的服务和态度就好，免费体验的就爱理不理，小编觉得这是非常不可取的。美发店要锁定顾客，获得稳定的客源，就必须用心对待每一位顾客，尤其是免费体验的顾客，在心里上绝对不能不重视，因为很可能这些体验的顾客会成为店里的新顾客，如果用心为他们服务，说不定他们还会给店里带来更多的顾客。

3、保证质量和效果。

美发店一旦将免费体验的宣传单派出去，那么，就会有很多人来店体验，这时，美发店需要做的重点是保证服务质量和美发效果。虽然，追求质量是每个美发店的宗旨，但是五一促销人多之际，这点极易被忽视，要保证美发店获得好口碑，保证服务质量和美发效果是必须的。

发廊烫染活动策划方案篇三

前期的预备：

- 1、__活动为谁服务，要达到什么目的。
- 2、明确为什么要搞__活动。
- 3、活动的地点、时间、开展什么样的活动。
- 4、对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

- 1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志(可以用丝印或贴不干贴)，椅子3、4把。
- 2、需配备拉网展架或_展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。
- 3、路演__中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行查看，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。
- 4、路演__中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。
- 5、路演__针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。
- 6、路演__活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

1: 一至两名商务人员(商务人员必须对产品和活动有一定的经验), 加带2~4名__小姐(a□一般为年轻女性, 身高一般在162cm以上青春亲民为佳)。

2: 商务人员一律得统一着装(一般是深色的西服, 白色衬衣, 深色皮鞋, 胸卡); __小姐穿着由发廊统一的__服(注意: 鞋须穿深色高跟皮鞋, 一定要带公司统一的天使帽)。

3: 活动前必须针对__人员进行岗前培训(培训内容包括: __目的、__人员站位、__相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束后清场事宜)。

二、活动的申报。

这是必经程序, 区域活动应得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1、活动方案: 背景分析; 活动目的; 活动时间、地点、活动人、主持形式、内容; 活动操作控制; 应急措施等。

2、费用: 活动所需的, 预算以内的费用。

3、小区活动。

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明: 活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时, 认识发廊品牌, 了解美发产品; 活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

三、活动的开展

1、活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与__人员之间的互动性。

2、注意资料发送的对象(有部分可能是对手发廊情报人员)及其重点对象。

3、注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

四、活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的总结，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

发廊烫染活动策划方案篇四

爱美之心人皆有之，那么你会发现发型是十分重要的，下面是本站小编为你整理的20xx发廊活动方案，希望对你有帮助！

一、活动主题：“ 缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期： 4 月 26 日 - 5 月 8 日

三、活动目的：

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前 5 名，低至 5.1 折

一次性消费满 168 元(或充值 200 元)送 51 元的现金券；

一次性消费满 480 元(或充值 500 元)元送 150 元的现金券。

惊喜三：加“ 51 元” = “ 88 元”

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会；
- 2、具体 烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

3、150 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5 月 18 日 - 7 月 18 日。

4、消费满 168 或 480 均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受 150 元面值的现金券时，可以送三张面值 51 元的现金券代替 150 元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满 168 元或充值满 200 元可送 51 元的现金券，消费满 480 元或充值 500 元送 150 元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

惊喜四解释说明：

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行；

4、套餐的设定以 2 - 3 个为适宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

备注：

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费；

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整；

3、发型设计卡 10 月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“华峰五一促销广告方案二”进行修改调整！

六、活动的宣传：

1、短信通知： 短信提示在活动前 4 到 2 天发送

a. 短信内容(发本店会员用)：“ 缤纷五一，华峰 店五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，详情请电 8000008 或亲临本店”

b. 短信内容(发外部顾客用)：“ 缤纷五一，华峰五大惊喜等

着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，华峰美容美发连锁机构 路店 8000008 ”

注：发外部顾客可通过购买信息公司的移动 / 联通的用户平台发短信广告。

2 、户外派单：（详看附件）

a. 派发时间：活动开始前 3 天开始

b. 派发地点：分店周边范围 1000 米 以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c. 派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；

d. 派发话术：您好，我们华峰美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3 □ dm 单页夹报：

页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭 / 报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作)

七、活动现场布置：

1 、门口：

1)、海报 /x 展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“ x 展架”或悬挂 / 张贴活动内容海报；（详看附件）

a □布条幅的设计效果：

b □灯箱布条幅的设计效果：

2 、 店内：

1)、海报 /x 展架：前台收银旁放置活动内容“ x 展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；（详看附件）

2)、活动产品 / 项目：前台显眼位置放 88 元左右的产品，产品上贴 “ 88 元” 或是涂上 “ 元” 爆炸贴标签。

八、活动培训及活动执行要求：

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话术培训；

九 、 费用预算

一、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有美容使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

二、专家讲课促销

专家学者一般授课时一定要采取预先约定的形式，并事先预收押金，现场全额清还，一是显示讲课内容的珍贵，二是确保参会人数，内容应深入浅出，同时注意互动，课程内容包括化妆品知识，妇女权益法讲座，结合近年新婚姻法，从关爱女性健康，维护奴性权益角度出发来考路，并可由此展开讨论。还可以设现财投资，自我形象设计，快速化装，奴性与性，相夫教子等奴人话题。

三、买二赠一促销

买二送一，买大送小，购客装赠院装，购客装赠免费疗程，买美白赠面膜等等。

四、返点促销

消费者每做一个疗程可获其特护理为返点，返点最好是百分之十以上才有吸引力。

五、积分促销

为了提高顾客消费总额，而采取的一种方法，先订好一定积分限度，达到一定额后，会获赠其特物品，如产品，礼品，优惠待遇等。

六、命名促销

给美容院开展其特活动，要求客户命名，优胜者以资奖励。

七、标语促销

美容院通过悬挂标语，口号的方式促销，醒目而有渲染力。

八、找缺点促销

又称投诉促销，客户根据美容院实际情况进行服务，产品，管理等提建议，有建设性的以资奖励。

九、开卡促销 -

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡；大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月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，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

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、美容生活馆。

十、派单促销-

美容院为了吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度而进行的一种发放美容院宣传单、体验单的一种促销手段。

运用方法：美容院需要印制一些有美容院形象的宣传单，派美容师在美容院附近，美容商圈内定点派单或将此单送到商圈住宅的顾客信箱内，以达到宣传美容院，促进顾客消费的目的。

特别提示：一般在派单上可印制美容院免费试做的项目，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，大型美容院开业期间适用。

发廊开业活动方案

1、开业7天购买vds或悠兰贝尔洗发水均享受1元烫发或1元染发服务；

5、米兰炫低温生化烫一次，送价值68元弹簧素一瓶；

6、凭开业宣传单页附卷，电发、拉直发减免10元；

7、开业7天购买380元维多利亚倒膜，即可享受7次免费服务；

注意：宣传单张制作及印刷3000张，宣传单张发放时注意发放群体

开业前后3天赞助附近3家大型酒吧进行宣传活动，奖品由我店提供

一等奖：奖励xcc价值380元倒膜一套，此倒膜仅限本店使用(1名)

二等奖：奖励橄榄油160元洗护套装一套(2名)

三等奖：奖励3次洗头卡一张(5名)

四等奖：凭酒吧消费凭证享受开业期间项目5折优惠(10名)

国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值 n元(洗护套装)1套+价值 n元(烫后护理精华)1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色拘油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套；另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款；男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡(老人可免费享受一次头发修剪)。

发廊烫染活动策划方案篇五

2. 活动宗旨：

- (1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。
- (2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务；创造平均客单消费高价战略。
- (3) 通过本次活动的促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。
- (4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。
- (5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。
- (6) 立体造势，大量吸引人。
- (7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。
- (8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。
- (9) 激励团队以团队利益为出发点，营造！“比，学，赶，帮”气氛。
- (10) 争当“服务天使”“技术能手”，“进步员工”的先进荣誉福利并举。

3. 活动内容:

(1) 对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2) 内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩。

(3) 规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4) 凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5) 凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如何能使用《旺点发型设计软件》进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套全能浪漫无损烫发原价ss元+靓点染发原价xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价xx元+姜疗护发原价xx元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靓点青春染发，只需花xx元一(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)

4. 活动前的准备

1) 进行活动前人员动员:告诉活动内容，做到人人皆知。

(2)准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3)最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：拉条幅：看起来简单，但一定要做。店内树立节日的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4)最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

5. 顾客利益

(1)提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2)让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。(物美价廉)

(3)让顾客得到信任，安心，满意的服务。(热情，主动，舒适)

(4)享受超低价格，超值服务。

6. 员工利益

(1)吸引更多客源，提高客均销售价。

(2)提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3)促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源；更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

6. 活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日完成)。

(4) 顾客资料整理. 电话通知客人，三天工作期(月日完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开(月日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8) a□店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“全能浪漫无损烫”。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让顾客购买产品:

b□广告发放语术训练。

c□冷烫技术训练。

d□染发技术训练c

e□护发技术训练。

f□统一问候客人语术。

g□20xx年最新发型发表(布置店堂的挂画下, 喷写圣诞快乐)

(9) 店外广告(写真, 喷绘)发布月日完成

7. 美丽卡发放月日完成

8. 纸巾发放月日完成

9. 海报贴月日完成

10. 每日早会检查前一天状况, 布置当日工作

11. 奖罚方法:

(1) 此活动以业绩达成数的结果为比赛基础.

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b□助理贵宾卡, 护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)

第三周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)

第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)

c□活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元□
1号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率□
1号发型师本月应得奖金400元。

中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

12、活动总结

(1)活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢?这里告诉几种方法：

a□顾客来进行消费时，一定采用软件(这里推荐大家使用《旺点系统美容美发管理软件》)进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b□短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

(2) 活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。