

妇女节化妆品活动策划方案 化妆品活动方案化妆品的活动策划方案(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？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

妇女节化妆品活动策划方案篇一

化妆品是当下热门的一种东西，商家会在一些节日期间举行活动，以吸引顾客。下面是本站小编为你整理的最新化妆品活动方案，希望对你有帮助！

一、确定活动主题

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

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；

妇女节化妆品活动策划方案篇二

以“来就送、买还送、购物大派送”为活动主线，异常推出名优家电超低价竞拍活动，同时贯穿“银色狂想曲”大型文艺演出，极力营造节日的喜庆、狂欢氛围，经过轰动的社会效应，促进商场销售，提升企业形象。

时间□xx年12月18日-25日

具体资料：活动期间，全楼商品6折起销售，凡当日在打折基础上累计购物满30元，家电、彩妆类满xx元者（黄铂金、量贩、洁具及明示不参加活动的商品除外）可凭购物微机小票到一楼换卡处换取欢乐卡一张，多买多换。

具体资料：活动期间，凡光临大楼的顾客均可获赠圣诞小礼品一份。

2、具体资料：活动期间，凡在我楼打折基础上累计购物满xx元，可凭购物微机小票到各楼层礼品发放处领取圣诞礼帽一顶。

2、具体资料：活动期间，凡光临我楼的顾客，均可到北门广场舞台参加现场名优家电竞拍活动。

2、具体资料：活动期间，我楼西门广场群星荟萃，联袂表演，以疯狂迪斯科、摇滚音乐及活力歌舞共同奏响“银色狂想曲”，为圣诞夜光临我楼的顾客献上一份圣诞大餐。

这只是某化妆品店搞的一个化妆品圣诞节活动方案，仅供参考，其中的详细资料，您能够根据自我店铺的需要而做随意更改，最终目标就是把商品售出去，还要客户对你的商品及店铺体验良好，能让客户在你的.店里长久的消费才是最高明

的哦！

妇女节化妆品活动策划方案篇三

促销目的：

- (1) 利用系列的优惠来扩展新客源。
- (2) 提升顾客的消费金额，促进本公司销售业绩。
- (3) 加强与顾客之间的情感交流，巩固顾客的忠诚度。

活动对象：

18—30岁的女性。

活动主题：

圣诞欢乐行，美丽更温馨。

活动时间：

12月18日至12月31日。

活动地点：

王府井大卖场。

促销方案：

- (1) 定量赠送本公司化妆品的购物券，凭此卷可免费兑换本公司化妆品样品，以吸引更多消费者使用本公司产品。
- (2) 活动前期邀请顾客免费试用样品，让顾客更加了解。

(3)活动期间老顾客均可获得一张“感恩回馈卷”价值不等，凭此卷可在本公司消费相应金额(仅限活动期间使用)

(4)活动期间在本公司消费100元以下者，送精美环保购物袋一个、够满100到500元，送精美卸妆品一份、够满500元以上更有惊喜好礼相送。

促销准备：

(1)在活动场地进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客够满欲望。

(2)活动场地门口放置v美化妆品公司促销展架。

(3)在会场旁设立售后服务中心，为新老顾客提供温馨服务。

妇女节化妆品活动策划方案篇四

(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xx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xx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xx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xx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x月x日。

(7) 凡生日、结婚纪念在xx月xx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。

妇女节化妆品活动策划方案篇五

活动目的是活动灵魂和意义所在，因而它是促销基础与制定活动准则依据。

企业每一次促销活动都有其目。如让消费者更快得接受新产品；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日碧浪洗衣粉促销目的是让消费者知道“碧浪降价不将质，全面65折”企业重大价格调整。

1、人流量大，形象好，货架位置好场地。

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

2、与超市进行有效沟通，争取超市最大支持。现在超市做促销一般都会有一定限制，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，以取得超市对活动最大支持。在与超市有关人员进行沟通时，最重要是强调“双赢”，做促销虽然厂家有一定目，但同时有利与超市增加销售，应尽量取得商场支持如人员、广播、安排堆头、货品摆放有利位置、及海报张贴位置等支持。

3、定位一致原则，即超市选择应与超市定位、促销产品定位、超市商圈顾客群定位及本次活动目保持一致。如赛尼可促销超市选择通常是超市定位较高，商圈顾客群可为中高收入超市或像好又多、物美等大型连锁超市。而一般洗衣粉促销则可以在一般居民区较多超市。

1、广宣品设计原则：

(1) 广宣品设计总体风格要与产品在顾客心目中形象和厂家形象相一致，或直接采用产品电视广告中消费者所熟悉形象。如润妍、飘柔广宣品大多为消费者所熟悉电视广告中“秀发美女”宣传画，这样有利与消费者加深对产品印象。沙宣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设计要简单、醒目、活泼。应减少过多文字叙述，重点词语用醒目颜色写，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印象。

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

2、赠品选择。

赠品选择原则有实惠原则与时尚原则。但在选择赠品时必须使赠品与所促销产品有一定关联或有一定宣传作用。具体方法有：

(1) 赠送试用装。用公司新产品试用装或同品牌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推广。是“一箭双雕”促销策略。

(2) 赠品应与品牌形象及目标消费群心理特点相一致。如在国际上沙宣品牌形象是“时尚、专业”因而沙宣促销时赠品

往往会体现沙宣专业、时尚特点。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时尚用品。

(3) 赠品设计生产应体现形象高成本低原则，这样有利于减少促销成本。如沙宣赠品看起来都较时尚精美，但其成本并不高，玉兰油赠品选择有品牌知名度依泰莲娜项链，但是作为赠品依泰莲娜由于采用成本低原料，因而价格低廉，体现在产品设计时高形象、低成本原则。

(4) 直接用具有宣传作用赠品，如印有产品及企业鸟标志雨伞、围裙等。

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认识”等，以考核该促销员是否适合该工作。

对促销人员培训时活动最重要一步。促销员是促销活动主角。

1、明确促销人员举止行为必须维护企业形象与超市形象，并遵守超市规章制度培训：如在宝洁公司玉兰油促销中，因为玉兰油是国际著名品牌宝洁产品，在超市里属于中高档产品，因而要求其促销小姐必须是皮肤好、声音甜美、态度热情、画淡妆女性，且对这些促销小姐进行培训，要求遵守超市规章制度，积极帮助超市理货、盘货等活动。

2、明确工作程序，如报销量等；

3、明确赠送赠品条件，以防赠品误送、滥送、多送、少送；

5、服务态度与销售技巧培训；

6、明确奖罚制与奖罚措施，以避免赠品不送和促销员失职等行为；

对活动检查监督主要是对促销人员服务态度、方法和备货等进行检查。如促销人员有无迟到、早退现象；是否对顾客热情；有无按规定原则送赠品，货架上备货是否充足；有无及时补货等，发现问题及时解决，不能解决问题有无及时上报等，对日常活动开展有效监督是使促销活动健康有序地进行必要条件。

销售人员必须每天对销量及存在他所不能解决问题进行报告。可以采用日报表、周报表等形式。每周召开一次例会，解决促销中存在问题。

促销活动结束后，采用科学方法对促销活动效果进行评估促销重要一环。促销负责人员应对此次促销活动效果进行调查、测定。如让超市有关负责人对活动整理，使现场显得较为整齐，并且方便现场的销售。

注意在活动中顾客要求追加或调配赠品的现象。

顾客要求追加或调配赠品是无法避免的，因些会前针对这样的情况要加强沟通与强调，避免中样的赠送量过多。过多赠送中样弊端是很大的，这样就延长了顾客二次返店的时间，对日后的销售是不利的。因此在活动中，应尽量避免产品的过多赠送。

入店送小礼物。

小礼物的作用是使得来店的会员都不会空手而回，使顾客感觉我们做活动的目的不是仅仅想要她们消费，而是切切实实要为她们服务给她们实惠的，要给她们形成一种即使她们不消费我们一样很欢迎她们的印象。

热销产品的跟踪（确保不断货，备足货品）

人员安排

1、避免出现有的顾客进店后无人接待的现象。需要说的是，顾客无人接待的原因并不是都因为我们的销售人员正在为其他的顾客服务中，而是销售人员接待顾客的主动性不够强。

2、销售员站位及礼仪接待问题：这次活动很大程度上改变了以往活动中人员站位于柜台后的情况，避免人员多集中在店内。

3、当顾客多，现场忙时，要注意避免出现心里慌乱的情况：比如找不到赠品，甚至找不到产品等现象。