

家电开业活动营销策划方案(汇总5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

家电开业活动营销策划方案篇一

- 1、爱幼多专卖店开业庆典暨“爱幼多—用爱创造一个世界”活动，在开业日当日举行。
- 2、活动标语“爱幼多——用爱创造的世界”
- 3、活动宗旨：以开业促进宣传，让爱幼多公司的形象映入顾客并迅速塑造爱幼多在当地的品牌影响。
- 4、活动要求：贯穿公司的爱文化，“爱”诉求，前期工作要准备齐全，落实到位，后期要有跟进措施。

家电开业活动营销策划方案篇二

- 1、开业：鸣炮奏乐，彩旗飘舞，以气球人（或拱形门）吸引眼球，以音乐引起听觉注意，以明亮的店面服装色彩引起消费者兴趣，进行多感官促销！
- 2、开业促销活动开拓新客户并维持使他成为老客户
- 3、海报写清促销活动方案，并实施
- 4、后续跟踪回访

家电开业活动营销策划方案篇三

- 1、提升本店在此社区的知晓度，扩大知名度。
- 2、吸引新顾客到店消费。
- 3、鼓励老顾客介绍新顾客，刺激老顾客重复性购买。
- 4、刺激店内成交。
- 5、提升本店销售额，增加新顾客。

1、免费验光卡（需自行制作）1000张。

2、条幅（横幅）1条。（悬挂于店头）

3□pop海报2张。

4、小礼品若干。

免费验光卡应在活动开始前几日印刷完成，工作人员走出去轮流在学校门口或附近小区派发。

- 1、目标客户群的锁定：重点是带眼镜顾客，年龄层次不限。
- 2、派发时应面带微笑，态度诚恳，获顾客同意后再把卡片派发给对方。
- 3、卡片上有顾客资料的填写，尽量说服顾客填写详细如姓名、联系电话。
- 4、具体话束如：您好！我们眼之悦眼镜连锁店近期开展免费测试视力

为了更好的提高美容院促销活动的效果，树立美容院的外在

形象，美容院促销活动方案就成了商家们审核的重点。美容院促销活动方案是策划人智慧的结晶，是把美容院营销活动科学化理性化的总结制定。这里为大家准备了一份美容院促销活动方案，希望可以为大家带来一些促销思路。

美容院缺乏系统培训，特别是销售。摸着石头过河是中国美容院的一道风景线，要么是做心态调整，要么是销售技能提升，要么是个案的店务管理，要么就是花样的终端会。这一切都是零件，不是系统。只是局部，不是全面。只是战术，不是战略。只是眼前，不是长远。只是头疼医头，不是整体提升。

一个店经营得好，为什么开不好第二个店。为什么会用大店养小店。为什么做大了，人多了，就会觉得力不从心，左支右绌。系统，还是系统，缺乏系统工程是美容院当务之急。美容院未来的成功是靠一套系统，而不是靠一点聪明，系统决定成败。

家电开业活动营销策划方案篇四

通过流畅紧凑的活动安排，隆重喜庆的场地布置，达到本次活动的目的：增进社会大众对万品传媒的关注与了解，提升万品传媒的品牌形象。实现品牌推广打造公司知名度和美誉度。

通过独特的庆典方式提高市场占有率。

通过此次开业庆典的隆重举行可以增加员工对公司的信心，加强公司的凝聚力。

通过此次活动收集客户资料，扩大公司的高端群体，为以后的市场开拓奠定基础。

家电开业活动营销策划方案篇五

随着市场经济的发展，目前美容行业日趋成熟，品牌、公司（美容院）、服务等竞争目前日趋白热化，为提升美容院店内外的知名度及在当地的影响力，我为美容院制订了一系列的让利大优惠及促销活动。

（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，也是美容院搞促销的第一时机。

参考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容院消费的顾客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，即女顾客在美容院消费满xx元，可免费让其男朋友享受一次男士美容疗程，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，可在一个月为附近住宅多做好事，迅速树立美容院的良好形象，并吸引人们的注意力。

参考一：可在三月份的其中一天以学雷锋为名，组织美容院的全体人员为附近的住宅区免费打扫街道一次，这样美容院的美誉度和知名度必然快速树立。

参考二：定在三月份的其中一天为顾客免费做美容一次，不

收任何费用，当作是美容院的一次宣传。

（三）四月份：

费金额的10%将捐赠希望工程、儿童基金或残疾人基金会等**捐输机构。不但充分阐释了“做美容，献爱心，人美心更美”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。

参考二：四月份结束将会迎接“五一”黄金周，这是顾客消费旺季，因此我们更应及早宣传，姗姗来迟。针对“五一”旅游周，我们可举办“五一放心游，我院帮你手”、“五一假期，送您惊喜”等促销活动，在美容院开季卡、半年卡及全年卡都可送出全年意外保险一份，保金分别为10、20、30万元。

（四）五月份： 参考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，活动形式多种多样，包括：

4、此外，我们还可以在母亲节当天或一星期内在美容院消费到多少金额，送出一款特价产品，或在这个月末到美容院做美容的获得儿童节礼物一份。

（五）六月份：

参考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，人们通常认为做美容是女性的事情，而男性可获得免费美容一次（只针对开季卡以上顾客），当天开卡者除男士可享受免费美容之外，更可获得男士神秘礼物一份，目的让男士亲自感受美容，也是对他们的一分关爱。

参考三：六月份是高校应届毕业升在校的最后一个月，她们将要面临找工作就业的巨大压力。“以貌惊人”已经成为很

多用人公司的标准，这也是一个不争的事实，怎样在巨大的就业压力形势下舍高自己的竞争力呢？就以上的市场需要，美容院可针对该期间大做文章，对携戴学升证或毕业证的学升，美容院消费一律享有八折优惠，或开卡可获x折优惠等等，同时也可以针对客户消费群举办讲座或就业研讨会，激励她们树立正确的人升观及价值观，甚至赞助举办“形象设计大赛”等篮倨的活动，同时，也可以邀请电视台或媒体做宣传，壮粗美容院声势。

其实该类活动属长线投资，我们都知道学升是具有一定文化素质，属于中高档的消费群体，把她们培养成为美容院的长期客户，对美容院日后的发展能起到不可忽视的作用，同时校园也是最容易传递信息的地方，一石必然激起千层浪，通过对传递者的特别优惠，对吸引无数的新客源，对于品牌和美容院的形象树立必然事半功倍。

（六）七、八月份：

参考一：“水做的女人，柔嫩你一升的情怀”，而且，七、八月是一年中最热的月份，女人在这两个月更离不开“水”，我们就以“水”来做文章，举办一个“水上欢乐游园大比拼”的活动，联系美容院附近的水上乐园或游泳池举办，通过一系列轻松、活泼的水上游戏和节目，让美容院的新老顾客在欢乐的笑声中度过炎炎夏日，同时也可以通过在活动现场的气氛调动和宣传达到扩粗美容院美誉度和营业额的目的。

参考二：子女永远是母亲最关心的人，“望子成龙、望女成凤”更为所有母亲的愿望，而七、八月份正是子女的一年一度暑假，越来越多的母亲会在这个假期为子女选择一些兴趣班就读，我们就可以根据这样的趋势联合一些有这样课程的教育机构进行合作，在这个月内凡到美容院消费满1000元或办年卡以上的顾客，送出价值288元的子女兴趣班教育课程，另外，家庭女性在送子女到兴趣班学习后，在子女下课前往往往有一段比较空闲的时间，我们可对凡参加兴趣班的小朋友

家长凭收据或入学证到美容院消费可获得八折优惠。（兴趣班附近的美容院尤佳）

备注：如果我们能设计一个不属于自己的教育培训课程那效果更佳，因为现在兴趣班太泛滥，令很多家长无从选择，所以我们能搞一个前所未有的兴趣班，那必然可吸引众多顾客的注意。如果没有这方面条件则要选择声誉比较好的机构进行合作，否则会出现负面效果。

参考三：在中国人传统观念中，“八一”是一个比较吉利的数字，那么我们就在八月份迎合顾客的这种心态，举行“八（发）上加八（发）”的活动，即在八月份中凡遇到八的字眼，到我们美容院消费就打八折，例如：在8号、18号、28号这三天及每天的8点、18点到美容院消费打八折，总之在这个月中，凡顾客到美容院消费，只要能说出在消费的时间里与8有关的字眼我们都给她打八折。

（七）九、十月份：

这两个月的节日是比较多的，所以这两个月是我们进行促销的黄金时期。

参考一：9月10日是一年一度的“教师节”，所以我们在这个月内凡凭教师证到美容院消费的可获八折优惠，和教师一同到店消费的顾客可获九折优惠，甚至可以为其送出免费美容一次，这样可以让人感受到美容院“尊师重教”的文化氛围，提高美容院的知名度和美誉度。

年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购卖产品全年打6.5折。

参考三：在九月、十月份我们还有一个传统节日——“中秋节”这又会是一个送礼的黄金时期，这

时，我们美容院要以此为契机，推出一系列的年卡和季卡，并取几个好听的名字。如：牡丹卡（针对送给教师和长辈）、姐妹卡（针对送给同辈的亲朋好友）、钻石卡（送给上司或上司的爱人）等等，同时注明每张卡的用途，例如：凭钻石卡可享受全年免费美容，购卖产品x折优惠（其作用与年卡大同小异，只是换一种说法）。同时也可让厂家在此期间推出一系列的礼品装（客装），专门用作送礼之用。

备注：现在人际关系越来越微妙，处理好各种关系已经成为人们最为关心的事情，而在节日送礼被认为是最有效的公关手段，所以人们在送礼方面的投入上越来越多的，故此，我们美容院迎合顾客这样的消费潮流，从送礼方面做文章，必然使营业额节节上长。

参考四：与月饼经销商举行互动式的销售方法，在这个月在美容院消费满200元送月饼一盒，购卖月饼送美容院的优惠卡或在中秋节过后大抽奖，奖品为美容院的至尊金卡或月卡不等。

（八）十一月、十二月：

参考一：十一、十二月为一年最后两个月，我们就举行一个“送你x年的最后大行动”。

1、包卡优惠：在这两个月中，办月卡280元送美白洁面乳一支，季卡680元送美白洁面乳、水份霜等等。

2、捆绑式销售：即顾客购卖满一定金额加xx元就可得到一款特价产品，或加xx元可任意选择2—3款产品。

参考二：十一、十二月是结婚的旺季，我们可为准新娘设计一个特护的疗程，让其快乐地度过人升最美好的一天，此外，还可以与婚纱影楼举行互动式的销售，即到美容院消费送婚纱影楼礼券等。

本在策划的新颖、宣传的力度、销售等三方面都考虑较为完善，广告投入的安排也较为合理，只要认可此，保证费用预算，加上各方面密切配合、精心组织并用好新闻手段，活动必能产生强烈的反响，大大提高美容院的知名度，吸引众多新的客源，直接提升美容院的营业额和利润。