

美容产品促销方案 美容促销策划方案(精选6篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。怎样写方案才能更起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

美容产品促销方案篇一

这个夏天让你的美如花般绽放

二、活动执行时间

20__年__月1日至20__年__月5日

三、活动对象

所有顾客！

四、促销活动位置

专柜前面旁边的位置。

五、活动宣传方式

宣传单、场外布置kt板、等物料宣传。

六、活动目的

新会员招募，品牌宣传。

活动期间，由资深护肤师为你免费防晒，免费眼部护理，免

费面部护理，让你的皮肤轻松享受阳光的洗礼！让你的美如花般绽放！

七、活动内容及形式

1、凡购买__系列任何产品两瓶，即可获赠一张刮刮卡，获得一次100%中奖的抽奖机会。

2、凡购买__系列任何产品四瓶，即可获赠两张刮刮卡，获得两次100%中奖的抽奖机会。

购买越多，中奖越多，100%中奖！

3、__嫩白防晒买200送100！

凡购买__嫩白防晒系列产品满200元，返100元现金券用于购买__嫩白防晒指定产品。凡刮中五等奖，即免费获得价值98元的__丝滑系列五件套体验盒一盒。

会员入会特别好礼：不需购买任何产品只要按要求登记成为__《爱美会》会员(必须登记资料齐全)每人可获赠刮刮卡一张，获得一次100%中奖的抽奖机会！

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

美容产品促销方案篇二

1、美容师的培训

美容师的培训是非常重要的准备工作之一，培训类容也比较多，有美容手法的培训、销售技巧的培训、美容项目流程的培训和美容仪器的培训等。

2、开业前的装修、设备准备

美容院开业之前，所有的装修工作，美容院产品，美容院仪器等一些硬件设施都要准备齐全，甚至小到美容院的宣传海报、美容毛巾等都要预备齐全，做到有备无患。

美容院开业之前的宣传很重要，要为自己美容开业当天积攒一定的人气，争取做到一炮打响。

美容院开业的宣传方式目前主要有以下几种方式：

1、在人流比较集中的地段派发优惠券，邀请函等，可以适当的推出进店有礼，进店优惠等促销方案来吸引顾客。

2、一些高端美容会所，可以在一些当地的报刊、杂志、电视、媒体上等刊登宣传广告。

3、可以利用自己所有的社会资源，亲戚朋友，同学同事等，邀请他们前来捧场，并让他们帮忙邀请更多的朋友前来。

4、利用网络做好促销，例如目前比较流行的团购，微信，行业媒体等，自己发布一些美容院开业的优惠信息。

注：非硬性推销，活动的目的旨在树立美容院的专业形象和

提升美容院的知名度。

1、时间

美容院可在开业前3~5天派出相关邀请函。

2、对象

美容院老板及其员工的亲戚朋友；

附近生活小区的目标客户；

附近办公楼的目标客户。

3、主题

考虑持续派发，以开业酬宾为主题。

开业时店面（内）的装饰很重要，好的装饰不但可以烘托气氛，还可以有一定的宣传作用：

美容院开业时的店面装饰是突出开业喜庆气息的重要手段，能够起到烘托气氛的作用，对集聚人气，宣传美容院都有非常好的效果。店面的装饰主要分为店内的装饰和店外装饰。

1、美容院开业时，店外可以张贴海报或者放置易拉宝等，海报尽可能的大一点，显眼一点，海报内容可以放一些特色产品信息和优惠政策等，能够让顾客看一眼就心动。

2、花篮、气球，数量不宜太少，也可以把一些庆贺开业的横幅，条幅悬挂在最显眼的位置。

3、美容院的门口要铺设红地毯，让顾客有一种贵宾的感觉。

4、搞一些文艺演出，请一些专业的演员团前来表演节目，可

请舞狮队助兴。

在美容院开业时，邀请的亲朋好友不好聚集在一天都到，一天都到的话美容院太过拥挤，一下子接待不过来造成混乱的局面，最好是一个星期内持续不断的让顾客前来，分批预约。

美容院的优惠政策一定要能够打动人心，刺激人的消费欲望和购买欲望，这样能够快速的给美容院积累顾客，在已开业就能促成业绩的开门红，一些常见的美容院促销政策有：

- 1、客送免费护理，护理次数可以根据实际情况而定；
- 2、产品及办卡项目的打折优惠；
- 4、期间，三人同行一起消费等金额，其中一人可以免费；
- 5、期间过生日的客人可凭身份证免费体验一次；
- 6、送一，如办xxx面部月卡，送xxx眼部护理月卡。

美容院开业还有很多细节需要注意，需要美容院老板考虑的东西也很多，很琐碎。但是，事无巨细都要考虑周全，这样才不至于出现问题。一般来说需要考虑的就是各个员工在各自的岗位上需要做的一些具体事物，确保各个人员都做到各司其职。

在开业期间，不要一味的追求业绩，在开业初期，还是以打响知名度，积累顾客，收集顾客资料为首要目标，同时还要做好处理各种意外和紧急情况的打算。

美容产品促销方案篇三

方案一：一天一块钱美容，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20次以上，年底返1000元。

方案三：沐足5元一次（仅限一次）然后推广全年沐足卡，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。

方案四、年卡740元，送产品380元，30次沐足，10次焗油。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

方案五：高端美容院不否可用这种低门槛方法呢？当然可以，如一高档店的促销设计为3—8万的卡的基础上，加入一个1888元的准入卡，限用2个月，2个月后感觉满意后必须转卡。限时限量来体现机会。

低门槛进入法、透支法、对比法、撕单法□pos划点法、现金刺激法、体验法、特价法、超值法、抽奖法、置换法、捆绑法、打包法、转卡法、双倍法、转介绍法、连环累计法、分级护理法类似方案还有许多：如与“三·八”，只花“38”元的促销标语，美容院全部服务项目“38元”特价优惠一周活动。十一时候，100元选美容院三个项目连做的服务。今年是建国六十周年，还可以与当地单位搞个666元提供66位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

3、任选卡：消费者缴纳1万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选自己喜欢的各类服务。

5、“消费储值”模式：消费储值方式通过变相返点返现的形式，可以提升客户的消费附加值，并可留住顾客长期消费。

1. 每1000元作为一个储值基底数，以客户名义在银行设立一个户头；

积分点数金额客户在店内消费服务项目全额抵现金使用，购买产品抵50%现金使用；

4. 银行现金帐户金额作为客户的保险基金或子女教育基金由客户自行支配。

注：每张亲情卡可做2次免费护理，本人不可使。

1、美容院年卡1800元，同时下半年赠送价值600礼品套盒；

2、美容院年卡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。

如美容院设计1000元卡3000元卡，与1280元卡与2880元卡就有区别，因为3000元相对1000元，最起码要3倍以上的好处才能打动顾客，而与1280元卡与2880元卡，在顾客看起来相当于2倍，如果有3倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

其政策大致如下：

三、案例如：美容院常见促销政策：年卡□20xx元，送1000元产品，额外再送手护10次卵巢保养10次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上，没有价值感。

鉴于美容院开年卡相对较难，这个政策可转化调整为：

第一步：美容院半年卡1500元，送产品1000元，限活动当天开卡有效；

第二步：如果顾客再加500元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。

第三步：如果顾客再愿意，手部护理5元/次，限10次，卵巢保养10元/次，限10次说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

其政策大致如下：

自由划卡式消费：中大型美容院普遍采用的一种销售形式，即将美容院所有项目计算成积分，通过顾客划卡划点式消费。但也有问题，就是积分与具体金额划等号，顾客很清晰单次的价钱，一般最好地改良的方法为：

如顾客存入1万元，送积分2800分，共12800个点，泡浴28个点，花茶10个点，精油开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。

说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

其政策大致如下：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒；

2、美容院年卡20xx元，7折优惠，同时送700礼品套盒

说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让顾客产生注意力，容易达成。

其政策大致如下：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花18元体验其它项目（一般都是丰1胸等高价位服

务)，老顾客介绍的新顾客可以花18元体验基础护理，或从在淡季时1号到31号，每天花1到31元来美容院选择项目做。

a案例：某美容院开业之际，在周遍社区散发6000余张宣传单，宣传其推出的“1—30元钱，就能买年卡”的促销活动。促销活动规定，在促销活动期间美容院每天低价销售30张美容服务年卡，其售价，根据消费者来店购买顺序依次定为1元——30元。售完为止，其它服务项目均按原价销售。

某家从上海进入北京的spa美体俱乐部，一进北京便在其周边的大型社区内广泛发放“99元，体验什么是spa”的服务体验优待券。优待券上标明，凡持此优待券的消费者只需花费人民币99元，即可体验分别价值280元和380元的面部芳香美容护理和背部芳香美容护理各一次。由于该俱乐部装修豪华，且周遍居住的消费者具有较高的消费能力，因此在促销的前一个月当中，有近100人使用优待券进行了消费，并有20余人成为了该俱乐部的会员（美容院共发放优待券4000余张）。这种方法在美容院文化与管理一书就提到，如果现场在配一些spa文化的东西如碟，书，展板等就更好了。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有此种方法的影子。

其政策大致如下：

北京一家设在某医院附近的化妆品零售店，为达到招揽生意，同时清理库存的目的，在5.12护士节期间，举办了为期十天的“只要你是护士，就可享受3折”的凭证优惠促销活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的20余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种

不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

其政策大致如下：

活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外加20元，可获赠价值xxx钱的礼包：送一个大礼包包括□xxxx产品价值148元□xxx沐浴露价值130元，旅行包价值36元。5某美容院与巧克力公司及加盟店联合举办“美丽情人鲜花浪漫日”礼品促销活动。活动规定：凡在2月14日情人节当天，在该美容院购买任何产品或服务者分别“加5元、10元、15元，可获得不同种类的巧克力和玫瑰花一支”。

说明：这是我们厂家许多年前经常用的一种方法，不能过20元礼包赚钱，而通过它带动300元产品销售，当然美容院也可以去一些大市场购一些类似东西，自己来做促销。到后来演变成与会员制结合的，办一张卡，再加98元钱，可每月有礼物，价值3800元，但礼物不能是产品，只好是沐浴露，口手，香薰挂瓶，或者一些非常规销售的产品。

美容院举办了“月月有抽奖，季季送大礼”活动，每个月抽出小奖，每季抽出大奖，小奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额一个。

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动”纤体项目服务卡□20xx元/10次(无产品)

推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香（?元）

腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香（?元）

关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)

说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。

三合一活动：

全价购面膜280元一套（柔肤水+水凝+精华素）

半价购眼部特护一套455元（眼霜+眼部赋活+水份眼膜）

三折购夏季养膜一套572元（滋养保湿+赋活美容+再生素）

再如：购基础年卡一张，可优惠五折购保健品，四折内衣等相关附属产品等)

说明：结合顾客注意力，推广全套美容院产品，有些东西反正不是用来赚钱的，想赚也可能赚不到，还不如做局部让利来达成刺激销售的工具。

满足了顾客全年居家产品的需求。

说明：这样不至于经常推销让顾客反感，而且相对是赠送，顾客更好接受。

学习销售型连锁的转卡形式，以顾客爱占小便宜心理，让顾客消费更高价值的卡种。即顾客做了780元的卡，如果转卡为3800元的卡，不管卡里还剩多少钱，都按780元来算。依次类推。或者余额翻倍。还有一种转卡则是。

某某美容院首经常举办“月月有抽奖，天天有优惠”的活动，让有潜力有意向顾客去抽奖，人人有奖品，等领奖时，就有

销售机会，顾客贪图便宜，又面子薄，受到优惠的诱惑，销售了740元的超值特惠卡，内容为15次面部经络美容护理。等顾客第二次来的时候，不管她是否想买了，通过店长、部长、经理的说服，推销价值20xx元的眼部护理30次。在此基础上，视顾客的购买力和欲望，可升为3800的卡，或者直接升为5800的卡。如果钱不够，可由店长代垫，下次还他，定金一旦收到，第一时间上缴财务，不能退了。此外，还有办9800的终生卡，有许多优惠和好处，如果顾客带个人也来办终身卡，该顾客能享受积分优惠，价值不等。终身卡，也分类型：如暖油包身终身1万5，足疗终身1万5。如果顾客在美容院做护理，就多提一些转卡的人和事，让客人产生对比感和攀比心，从而达到转卡的作用。

凡来店的顾客购买任一服务卡项赠同等服务卡一张例如：办金卡赠金卡。买月卡赠月卡，买年卡赚年卡。还有一类方法就是双人来美容就可以只收一个人或一个半人的钱，也是如此，羊毛出在羊身上，看政策如何设定而已，如原来一个卡价值3000元，双人来美容院只要4500元就可以，另外送一瓶产品，让另一个购买。

说明：该赠卡可以送一个朋友或者不同的朋友，但要限次数，时间。

如年卡20xx元，送价值900元的产品，几瓶最好有差价。再送友情卡一张（月卡四次，价值480元），惠顾卡一张（一次，180元），两种卡一定非本人使用，且有使用期限。

免费提供“美容月票”：某美容院为推出新产品，开发新市场，举行“免费月票”促销活动：消费者可免费领取“美容月票”，对该促销产品进行为期一个月的免费体护理；凡在当月购买一定数量该促销美容品的消费者，可免费获得下一个月的“美容月票”；凡在当月向本店介绍2名符合要求的消费者来本店领取“美容月票”并进行体者，可免费获得下一个月的“美容月票”。活动推出后一个月，美容院共发

放“美容月票”90余张，有近40人领到了第二个月的“美容月票”。

全年一元钱做美容方案，将顾客去年消费者达3000元统计出来，只要交3000元，再交1元钱，可获免费做美容机会。其介绍顾客的消费可以作半冲抵，如介绍二个顾客花了5000元，就冲抵2500元，上限为3000元，年底再利诱第二年或者优惠产品，一般顾客的钱都不会拿回去的。

美容产品促销方案篇四

- 1、稳定老顾客；
- 2、发展新顾客；
- 3、提升xx美容院在该地区的'着名度。

活动要求：预备5000元xx货品作活动用。（公司送出10套裘服）

活动时间：（促销时间□x月29日——x月5日）

一、邀宴客人：请老顾客带2个以上朋友参加。

二、会议流程：（18：30——21：00）

- 1) 主持人公布晚会开始。
- 2) 美容师表演《感恩的心》。
- 3) 老板代表致感谢词。
- 4) 颁奖。

b凡是xx美容院新老顾客均有一份精美礼品xxx(请第二天到xx美容院领取)。

5) 顾客代表讲话。

(讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容师、自己在美容院得到的欢乐、帮助《可举列子》)

6) 褻服秀。

7) xx协会会长隆重推荐xx产品。

8) xx美容院5.1促销活动公布方案(凡当场下定金300元者,即可送褻服优先享有)。

a找托下定金b美容师游说顾客促成。

9) 公布促销时间, 欢迎到xx美容院咨询。

10) 表演舞蹈, 公布晚会结束。

公司美导驻店3天配合美容院充分推广10.1活动方案, 促成消费美容院须做的工作。

1、正确统计顾客人数、印发邀请函、确保到会人数(此工作必须在15日前完成, 16、17日白天再发邀请, 并告知公司)。

2、租会场(ok厅饭厅均可, 可以割据实际人数定)。

布置会场(音响、座位、盘果、横幅、气球等)。

水果、糕点及奖品的预备。

美容产品促销方案篇五

情浓一生，真心表爱意

活动（一）主题：七夕情人，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

20xx年x月x日至x月x日

2、活动（二）针对目标对象：活动（一）参与者及美容院会员的丈夫（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）：“七夕情人，真爱无限”特惠活动

美丽心意卡可享受九重特惠：

1、任选基础护理项目xx次；

2、任选身体护理项目x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）；

5、获赠男士皮带一条（或衬衫、钱包）；

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“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

在20xx年x月x日至x月x日期间，凡购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐的男士和美容院会员的丈夫（或男朋友，注：不须购买“情侣浪漫心礼”特惠套餐）均可在美容院领取爱情誓言卡一张，写下自己的动人情话，贴在美容院门口的心形板上，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”情话评选活动

1、宣传重点时间：活动前五天

3、制定活动销售目标，并分解给各美容师（美容顾问）相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

5、可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力；

美容产品促销方案篇六

在12月24日—26日，即平安日、圣诞日、狂欢日，连续三天，展开大型促销会，联合市妇联、市卫生局、市政协等一些单位，主旨：“抗非典或公益”等人间友情、关爱白衣天使的爱心公益事业。”

主要活动方针：

- 1、在美容院外部设立，大型主题喷绘、搭建舞台租用彩门、礼炮等一些宣传工具、乐队配合。
- 2、请当地著名主持人和歌手以及靓妹舞蹈演译。
- 3、本美容院的美容院文宣传、美容师全体舞蹈口号和歌曲的贯穿，大力炒作美容院服务项目。
- 4、有组织的为优秀医务工作者颁布奖，并让其讲话，主题是具有“感动服务”和“非典对人生震撼”，再次激发生命美丽，关爱青春。
- 5、除了上述的优秀人员得到“圣诞天使卡”之外，所有的本市医务工作者购物都可享受5折优惠，包卡的则享受“7折”的优惠，旨在清理库存和吸引新客源。

卡的设计：正面：以黑背景出现，中间一位白衣天使外射银光。

负面：国徽、国旗、长城、美容师等全体合影，并手捧鲜花向白衣天使致敬。

话术：天空本来是黑暗的，因为有了天使，才变得光明起来。爱心献给最爱的人，病痛无情，人间有情，关爱青春，关爱美丽。