

最新美容店活动方案卡(通用7篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

美容店活动方案卡篇一

圣诞（元旦）欢乐行，现金礼品大放送

b□促销目的

- 1、利用竞品换购优惠拓展新客源；
- 2、提升顾客消费金额（客单价），促进美容院销售业绩；
- 3、加强与顾客之间的情感交流，巩固客户的忠诚度；

c□促销时间

12月23日—1月6日

d□促销形式

换购+抽奖+情感+送大头贴

e□促销内容

- 3、抽奖：活动期间，凡在美容院美发店消费金额在×元以上的顾客均可参加“幸运大转盘”一次转盘机会，（即转盘里划分50至200元不等，由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，就可以往她会员卡里充多少钱。）

5、送发型图或大头贴：很多客人都想看到一些自己没有过的发型，给他们设计几个发型，或几个大头贴，在他们做完头发时送给他们，或发qq给他们，客户一定会很高兴。

备注事项

1、美容院美发店店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望；

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

4、采用《收银软件》给顾客建立好档案。

这种方式就比单纯的打折促销效果好的多，顾客既可以换购，又可以抽奖，还可以获得贺卡，挂在圣诞树上，把节日的气氛推向高潮。多元化的活动，陪顾客一同共度过佳节，你说好不好。

美容店活动方案卡篇二

一、活动主题：

“缤纷五一，塑造美丽的自我”

二、活动日期：

4月29日——5月5日

三、活动目的：

3、让顾客产生好感，提升美容院及产品品牌形象。

四、活动内容：

活动一

惊喜一：每天前3名，低至5.1折

想美就美，活动期间每天前3名顾客消费原价380元的xxx美白套可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满288送80元代金券

惊喜三：以旧换新

顾客可把旧的化妆品拿到美容院换成新品，或是换护肤疗程，不论旧化妆品是否开封(倡导安全护肤，我们当场销毁)，交换方法美容院决定，主要是达到轰动效应。

活动二

优惠一：五一假三天中，每天前10名客户，可以享受项目七折，产品八折的优惠。

优惠二：消费满88送面值为18元的代金券，消费满480送158元代金券。

优惠三：加“51元”=“88元”。

这七天内，消费到168以上的，就可以再加51元可购买原价88元的产品。

五、活动内容

1、友谊让美丽复制，人缘让漂亮升级

2、五合一项目套餐{面部+水疗+眼部+颈部+卵巢}价值588元在五一劳动节当天只花51元就可超值享受!!!

3、开心购物，惊喜回报

(1)购物达到380元送时尚防紫外线遮阳伞一把

(2)购物达到580元，赠送淑女睡衣一套

(3)购物达到1580元，赠送名牌时尚手提包一个

(4)购物达到2800元，赠送家用洗碗洗菜机一台，这种机器有两大功效：

美容店活动方案卡篇三

汽车美容店特在10月26日至11月5日间开展以下优惠活动：

一、活动期间，凡在我店洗车的`顾客，均可凭我店赠送的洗车小票享受我们的优惠服务：

凭一张小票洗车可优惠5元凭两张小票洗车可免费一次。

二、活动期间，凡在我店一次性消费

满100元，送价值20元蜡洗一次。满300元，送价值60元打蜡一次。满500元，送价值80元仪表清洁一次，120元打蜡一次。满800元，送超值vip氮气补充卡一张，精美礼品一份（赠品送完为止）

三、凡我店会员，活动期间可享受精品7.5折优惠，一次性消费满380元可获取精美礼品一份。

活动内容

1、活动期间成功注册本店vip会员（充值1980元）可获得精美礼品并享受折上折优惠（在下列优惠基础上再打8折优惠）

- 2、全场夏季凉垫7折特惠
- 3、极品封釉单次原价560元，活动期间单次280元特惠
- 4、极品镀膜单次原价980元，活动期间单次480元特惠
- 5、音响套装优惠促销

美容店活动方案卡篇四

乘着金九银十拉动下半年的销量，并为本院新服务造势。

二、活动对象

白领及普通消费潜在客户。

三、活动时间：9月29日-10月3日

四、活动形式

赠送及打折

五、活动内容

- 1、促销期间，**换肤系列产品均八折出售。
- 2、持有白领宣传单者皆可凭此宣传单八折享受白领肩颈腹护理卡一张，此宣传单仅与超市出口有小票者发放。
- 3、促销期间在本院消费均可在柜台处获得精美小礼品。
- 4、活动期间，会员双倍累期积分，并可以免费尝试白领肩颈腹护理一次。

六、活动宣传

- 1、报纸、当地电视台做一些广告宣传。
- 2、店内店外布置、展板、条幅要清晰可见。
- 3、宣传单要分两种，一种是普通的，一种是针对白领新产品的。并根据不同的宣传单要选取正确位置发放。
- 4、会员要做到dm直投或是电话拜访。

美容店活动方案卡篇五

美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促 美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促销战术、促销方式、促销对象、促销时间、到促销成效步步为赢，方能策划出高人一筹、出奇制胜的促销策略。玩转促销魔方，美容机构持续赢利指日可待，并能确立竞争对手无法模仿的竞争优势。

新会员制

会员促销是最能体现长期效果的促销方式。

一般做法是：顾客只要交纳一定的会费，就可以成为会员，凭会员卡可在美容美发店定期的优惠活动、美容美发讲座沙龙、免费咨询、附加值服务等方面享受优惠。可以将会员制打造成真正意义的俱乐部形式，并编写会刊或报纸，与会员互动，营造成轻松、愉快、温馨、情感交流的场所。会员的成员资格期一般1-2年，期满后再接续交会费，延续会员资格。这些措施有利于培养长期顾客，稳定客源。

团体优惠

团体优惠是集中开拓客源、短时间内有效提高营业额的一种方法。

一般做法：针对某一单位、某一团体、某一小区举行活动为契机，鼓励消费者在一定时期内以团体入会或是集体消费方式获得超值优惠。

“传”销激励

是会员制之深入做法，巧妙利用“传”销精神的一种推广方法。

一般做法：以返利作为诱因，设若干奖励，激励老顾客发展新会员，并以积分来核算老顾客的业绩。注意事项：做法要与传销区分开来，千万不要用传销中“下线”等名词，让人误会。

终端会促销

会前准备及邀约要细致周全，会议流程需根据美容美发店及准客户的实际情况量身策划，应突出美容院的历史和文化，员工风采展示环节不可或缺，精细策划的流程应包括：背景旁白、互动游戏、主办方及嘉宾致辞、娱乐节目表演、原创情感小品、产品情景剧、互动讲课、幸运抽奖、现场促销政策公布、特色促单形式等环节。李威提醒您：从某种意义上讲，终端会卖的不是产品和项目，而是好处和结果。如何塑造购买的“快乐”和不购买的“痛苦”、如何做到“不卖而卖”的氛围是终端促销联谊会成败的关键。

免费顾问

一般做法：双休日或是节假日在美容美发店的门口设制一个

免费咨询处，做消费者的免费美容顾问，扩大美容美发店的知名度以达到促进消费的目的。

定期抽奖

当消费者是忠实的顾客时，做美容美发项目消费到一定额度，免费参加幸运抽奖的促销手段是很受欢迎的。

一般做法：设定客户消费达一定额度后送抽奖卷，将可参加季度或是年度的抽奖活动，奖品可是较为贵重的实用产品、一次旅游的来回机票等。

彩票连心

利用目前流行的彩票和顾客的投机心理，免费让客人选号，由美容美发店投注，增加交流话题，拉近客情关系。也可根据客人的消费情况，给客人买类似于吉祥卡的保险来达到“关爱连心”的目的。

上门服务

是体现服务人性化的一种方式。

一般做法：对于某些特定的客人，可派美发师、美容师上门服务，剪发或做专业护理疗程，也可借机带货上门销售产品。

亲情攻略

从男人入手促销，“三·八”节或“十·一”、“五·一”、情人节推出“陪你太太做美容（或美发）”的宣传计划，母亲节、儿童节等可从儿童入手促销，在美容美发店附近的幼儿园，小学校做小孩的宣传，给小朋友一定礼物，如：文具等，再给一定的“漂亮妈妈”促销券。并定期做循环式引导。

形象文化促销

cis促销：即形象促销，美容美发店要有自己完整的cis视觉形象，如美容院主题歌、企业诗，自编刊物等，并外聘策划顾问或成立自己的策划团队，以确定不同的活动方案及展示设计。大店可将自身的logo做成激光防伪标贴，贴到每一个单品上，将每一次厂家与代理商的促销都打上自己的烙印。

联合日化

美容店活动方案卡篇六

美容院各大直营店

所有的新老单身女性顾客

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在美容院的`官网、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠卷等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

美容店活动方案卡篇七

客户开发是指汽车美容店为吸引和保持客源而进行的一系列公关活动。稳定的客源是汽车美容店进行正常经营的前提，为此客户开发是汽车美容店的首要工作，也是一项最重要的工作。

(一)新客户开发

新客户是指以前没有在本店进店进行过汽车美容的客户，新客户开发是美容店打败竞争对手和扩大经营规模的必然选择。新顾客的来源通常有两类：一类是新增汽车用户；另一类是从其他汽车美容店转移过来的客户。美容店应分别针对这两种客源采取适宜的一发策略。

1、利用开业优惠吸引客户

开发新客户对于新开的汽车美容店尤为重要，应充分利用开业的大好时机，采取各种优惠措施吸引客户。根据不同服务

对象，其公关策略是：

(1)对于各级政府机关、团体及各种企事业单位的公务车，汽车美容店可以直接与公务车较多的单位联系，向他们发出参加开业酬宾的邀请函和临时贵宾卡，并规定凡在试营业期间和开业当天到美容店进行汽车美容养护和客人可以获得特别的优惠，并可获得有效期为1年以上的贵宾卡，邀请函中应注明开业以后不再发放同等优惠和更优惠的消费卡，为了信守承诺，开业以后再次发放优惠卡时，优惠幅度应低于开业前发出的优惠卡，若优惠幅度高于开业前发出的优惠卡，应作出特别说明。

(2)对于私家车一般通过直接向车主发放优惠卡和邀请函的方式，比如直接到居民住宅小区向居民投放优惠卡、邀请函，或到小区停车场将优惠卡、邀请函置于车上。也可以通过私车拥有率较高的单位向车主发放优惠卡、邀请函。

(3)美容店还可以委托附近的加油站以发放小礼品的方式还将夹带优惠卡、邀请函，或派专人到繁华地段的商业区向过往行人散发优惠卡、邀请函。

2、利用汽车销售商争取新客户

抓信客源的关键是在消费者购习汽车时就使之成为本汽车美容店的客户。具体的策略是：美容店与当地主要的汽车销售商建立战略合作关系，汽车销售商每卖出了一辆汽车就送一张会员卡，并且可以在不定一定期限内享受一次免费或特别的优惠服务，从而最大限度地吸引新增汽车用户。

3、转移其他汽车美容店客户

将其他汽车美容店客户转到自己店，难度要大过吸引新增汽车用户。促使其他汽车美容店的客户转移到自己店需要做很多工作，付出的代价也很大。首先，应对当地其他汽车美容

的服务情况、客户等有所了解，然后分析这些汽车美容店的不足及其客户的真实需求。同时加强自己店的服务和管理，保证其他汽车美容店的客户在自己店能够获得满意的服务。然后通过优惠活动、市场调查等与其他汽车美容店的客户进行接触，承诺只要这些客户用其他汽车美容店发给的会员卡或优惠卡，就可以换取一张自己店的会员卡或优惠卡，并给予他们比原来常去的汽车美容店更多的优惠。

(二) 巩固老客户

巩固老客户对美容店的发展至关重要，因为只要留住全部老客户，美容店的业务量就只会增加不会减少。相反，如果老客户流失严重，一方面美容店为了开发新客户，要投入大量的资金，另一方面，流失老客户很可能把对美容店不好的影响传递给潜在消费者，从而增加了美容店开发新客户的难度。为此，美容店对老客户必须做好以下工作。

1、建立客户档案

汽车美容店应在日常经营记录的基础上做好客户资料档案，这既可以方便与客户联系，又能够准确地计算各种消费积分。美容店应制定客户积分卡和客户档案积分相结合的消费积分记录。如果消费者到美容店消费时没有携带积分卡，可以先在客户档案里记载，并附注未记入积分卡的信息，以后方便时再补记到积分卡上。对于客户的确认采取“认车”与“认人”并行的方式，只要有客户记录的人开车来消费，无论是曾经登记过的汽车，还是其他汽车，均可积分；同样，只要是曾经登记过的汽车来店消费，无论驾驶员是原来登记的客户还是其他人，均可积分，但上述积分能记入最初建立档案的那个客户的积分里。

2、加强联络与宣传

汽车美容店在对老客户非服务期间要做好联络和宣传工作。

具体工作内容是每月向老客户投递宣传广告，介绍美容店的新增服务项目和各种优惠活动；每两个月与老客户进行一次电话交流，了解客户最近是否需要汽车美容养护服务，是否需要美容店帮助的其他事项；重要节日向老客户寄送贺卡等。

3、确保服务质量

优质的服务是巩固老顾客的重要保证。美国哈佛商业杂志发表过一项研究报告指出：再次光监的顾客，可为企业带来25%——85%的利润，再吸引他们再来的因素中，首先是服务质量的好坏，其次是产品本身，最后才是价格。可见服务质量对巩固老顾客作用，为此汽车美容店各岗位员工都要做到热情服务，认真操作，确保质量。如果为客户提供的服务存在瑕疵，美容店应主动提出补救措施，并向客户赔礼道歉。

4、提供其他服务

汽车美容店在对客户做完汽车美容之后，应尽其可能为客户提供其他服务。主要工作内容有：了解美容养护的效果、客户的满意程度，提供技术指导、技术咨询服务，为客户解决技术上的难题，提供零配件和备用件的服务等。

第1篇：【篇1：汽车美容促销活动方案】很多汽车美容店都考虑做促销来吸引客户，确实促销是提升汽车美容店人气最快捷最有效的方法，但洗车人家.....