

# 2023年美容院活动方案制作软件 美容院 活动方案(精选10篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 美容院活动方案制作软件篇一

### 1、申请条件：

- (1) 汉芳签约加盟店。
- (2) 至少8个床位，6个以上美容师。
- (3) 美容院有效占地面积至少120平方米。
- (4) 主销汉芳产品（新开店）或者汉芳产品销量至少占美容院整体产品销量的60%以上。
- (5) 连续三个月经营汉芳月度回款额超过1万元（折扣价）。
- (6) 美容院店长必须是汉芳的学员或者通过汉芳基本素质测评考核。
- (7) 申请通过后，须在10天内提货3万元，用以活动备货（折扣价）。

### 2、申请流程：

- (1) 由汉芳加盟店填写“汉芳终端顾客培训申请表”，经驻

店美导审查（有无完整的客户档案和近三个月的销售记录），区域经理审核（美容院老板开办终端顾客培训的目的），报湖南信和公司经理审批，交湖南信和公司备案。

（2）公司给通过审核的美容院提供“汉芳终端顾客培训策划方案”，美容院接到方案后，可着手前期的准备工作。

（3）通过审批的美容院10天内填写“汉芳进货单”给内务部，财务部收到货款后，通知仓库发货，售后部立即派专人负责本次终端联谊会的指导和跟进。

3、申请用相关表格：（由信和公司内务部提供）

1、联谊会目标确认：

（1）销售额（以15天内预计开卡数量及卖产品数量为准，正常比例为1：4）

预计销售额：元。

（2）目标客户开发：新客户多少个，旧有客户如何开发增值业务。

（3）提升美容院在社会上的公众形象。

（4）增加老顾客与美容院及美容师的感情。

注意：本部分需要美容院根据终端客户档案卡和近3—6个月的销量，分析客户数量、客户结构、客户贡献等情况，并形成以下衡量指标：

a□20/80原则：是否20%左右的客户贡献了80%的销售额，至少不能低于4：6，即40%的客户贡献60%的销售额。它反映了目前的客户结构是否合理及如何进行调整，为会议的策划提供

依据。

**b□客户商圈测定：**以美容院为核心，测定1.5公里、3公里、5公里范围内的客户贡献率，以便确定美容院的市场覆盖能力，从而确定会议的邀约范围。

**c□客户亚文化确认：**在b项测定的基础上，分析目前客户的年龄范围、受教育程度、职业、社交层面、积聚地及居住地，以便为邀约的针对性奠定基础。

**d□个人贡献率：**指美容院美容师的月度销售金额与美容院整体销售金额的比率；测定目前美容院美容师的工作负荷程度，以便确定本次会议最少应该引进多少新客源。

**e□单品贡献率：**指汉芳单品的销售额与汉芳产品销售总额的比率（特别是汉芳精油及口服精油）。通过比率的对比，发现当地消费者的消费差异，为会后开套餐卡（提供不少于3种级别的卡种）的设计提供根据；同时为旧有固定客户进行增值服务提供依据。

2、联谊会目标客户确认：（目标客户是联谊会的衣食父母。目标客户不准确，效果就减少了一半）

（1）目标客户的标准：（由信和公司提供“汉芳目标客户标准”文档）

（2）目标客户的位置：（由信和公司设计并提供“如何锁定目标客户”的文本，美容院据此找出目标客户的分布范围及聚散地）

3、联谊会套餐卡种设计：

（1）、联谊会的卡种至少三种以上：

a□分高、中、低等不同级别的消费卡。（一方面为消费者提供了多种选择，一方面迎合了消费者的类比心理和汉芳品牌自身的品类管理思想）

b□其中以一至二款卡种为主打，其他卡作为陪衬。（具体由信和公司提供样板，美容院进行个性化修改）

c□卡种应围绕汉芳品牌主销品种、消费者心理趋向和美容院客户特点进行设计。

（2）、联谊会上可提供一个免费身体护理卡（免费身体保养1次），通过一次免费身体美容机会和联谊会的互动效果来吸引消费者入店（有效比率为到场潜在客户的70%）。争取通过1—2次的身体美容机会把潜在消费者变为开卡消费者（有效比率为进店人数的60%）。这一步尤其要注意：

a□首先是把潜在消费者变为开卡消费者。

b□并不是一下子就把所有的潜在消费者都变成卡种最贵的消费者。

c□消费者是一个个有思想、有主见的人，我们只有设身处地为其着想，才有可能使消费者成为我们的客户。

d□不管她买的是什麼卡种，只要她愿意经常到我们美容院里来做美容，那麼，总会有一天，她会成为我们最优质客户的一分子。

4、联谊会促销政策设计：

（1）、促销政策要丰富多样，具有可选择性、类比性和时效性。

（2）、促销效果必须和产品结构、单品盈利状况、季节消费

特色等联系起来。

(3)、具体促销政策由信和公司科医美容联合统一制作。

例：下面是一个附在邀请函内的简单的促销方案：

## 5、联谊会邀约书的设计：

邀约书是吸引客户参加联谊会的眼睛，没有好的邀约书，就激不起客户莅临会场的欲望，也就是说，邀约书所提供信息的价值不能承载客户半天时间的成本。

(1)、邀约书包含三部分内容：（信和公司会提供相应的样板供美容院选择，美容院自己制作的邀请函必须通过信和公司认可方可下发）

a□一封信：是美容院和汉芳品牌致中青年女性的一封信。

（信的内容由公司和美容共同撰写；此份信函质量的优劣决定着目标客户是否愿意抽时间来关注信的内容及目的）

b□“魅力之星”评选活动及优惠政策：在很大程度上决定着目标客户是否对本场联谊会感兴趣。

c□一张函：是一张由汉芳公司和美容院联合发送的邀请函。  
（美容院自行负责费用）

（邀请函内容由信和公司美容院提供；此份邀请函体现的内涵最终决定着目标客户是否愿意花半天时间来参加联谊会）

(2)、邀约书的设计：

a□信的设计：

a□信封：上面应有“仅供女性拆阅”字样。

## 美容院活动方案制作软件篇二

圣诞节为西方人传统过年，与中国春节有同样重要的意义，随着世界各国交流日益频繁，圣诞节逐渐被东方中国人所接受，沿海城市更多人已把它作为具有特殊意义的节日，这将是各类商家销售商品的战略阶段。玛莲奴美容连锁店更应该抓住这次强有力的推动产品销售业绩，树立、增强企业形象的有利时机，同时又能增加加盟店对品牌的信心，所以本次促销活动不仅仅是靠求新，而是以真正促进销售，提高消费者对玛莲奴美容连锁店品牌的认可度和美誉度为目的。

元旦节在圣诞节之后作为公历过年有着浓郁的节日气氛，国内把元旦作为法定节假日，在这期间必将是一个黄金消费周。圣诞、元旦两节时间紧靠，节日性质有较为雷同，故将圣诞、元旦划为同一个促销阶段有利于活动安排及节约广告成本。考虑到以上原因玛莲奴连锁机构企划部决定策划两节促销方案。

策划部

客服部，市场部，生产部，各连锁店

20xx年12月02日—20xx年1月08日

购物送礼，产品特惠

通过圣诞和元旦的促销活动，全面提高公司各连锁店的销售，同时树立公司的品牌形象，使广大消费者了解玛莲奴美容连锁店、光临玛莲奴美容连锁店、喜爱玛莲奴美容连锁店，同时也增加各代理商对公司的信心。

1、结合此次活动时间的特殊性（圣诞节、元旦节）

以上三点为设计活动主题的主要侧重点，通过分析总结出的

活动主题初定为：

谱写冬日暖曲

玛莲奴美容连锁店呈现实惠与温情

1□dm宣传单页、吊旗

以圣诞、元旦为主题，并说明作主推产品及节日促销单张。

2、形象场景布置

a□专卖店

专卖店性质，店口及橱窗进行精心布置。专卖店门口设置圣诞树两棵（圣诞树之上均悬挂小装饰品高度1.2米）、彩带十米、雪花喷字、灯带、内部悬挂吊旗，并在门口附近位置添加x展架两个，上面写好促销活动的详细介绍；门头悬挂户外喷绘横幅一条。

b专柜

专柜性质，由于商场进行统一管理及受场地限制，专柜边朝主通道位置放置x展架一个，上面写好促销活动的详细说明，内部悬挂吊旗和彩带，可根据许可增加户外喷绘横幅一条。

3、节日形象pop

节日形象pop□x展架）配合dm单页同时使用，以圣诞、元旦为主题，并配合节日促销活动项目，并追加冬季主推产品。节日优惠酬宾、用于吸引顾客形成强力的视觉冲击力。所有美容师头带圣诞帽，配合整体节日的形象。

4、糖果

5、库存积压产品可特价销售。

6、如果有条件的店铺，希望活动期间准备好奶茶和咖啡，提供热饮，让顾客切身感受到温暖冬日的寓意。

7、如有条件的专柜或店铺可在圣诞树上悬挂好高档购买者专用的抽奖许愿红包若干，奖品可以为现金1-300元左右的礼品。

## 美容院活动方案制作软件篇三

活动要求：准备 5000 元某某货品作活动用

活动时间： 年 月 日(促销时间：9 月 20 日——10 月 1 日)

活动流程： 一、邀请客人：请老顾客带 2 个以上朋友参加。

二、会议流程：（18：30——21：00）1) 主持人宣布晚会开始 2) 美容师表演《感恩的心》 3) 老板代表致感谢词 4) 颁奖  
a 感谢 20\_\_ 年对某某美容院给予的最大支持、消费最高的忠实朋友 特奖大礼一份；b 凡是某某美容院新老顾客均有一份精美礼品(请第二天到某某美容院领取) 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) 某某协会会长隆重推荐某某产品 7) 某某美容院 10.1 促销活动公布方案(凡当场下定金 300 元者，即可送价值 8)a 找托下定金 b 美容师游说顾客促成 9) 宣布促销时间，欢迎到某某美容院咨询 10) 表演舞蹈，宣布晚会结束。

四、美容院须做的工作 1、准确统计顾客人数、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) 2、租会场(ok 厅饭厅均可，可以根据实际人数定)，布置会场(音响、座位、盘果、横幅、气球等)，水果、糕点及奖品的准备。 附：奖品送出对象：



1) 20\_\_ 年消费最高支持最大的两个朋友价值 200~300 元(现场发奖) 2)新老顾客送礼物一份价值在 5~10 元之间(会后三天内到美容院领取) 3. 印刷十一活动方案, 现场将活动方案时间表派发。 4. 老板准备讲话稿(主要是感谢词、可以举列子比如和那些客人建立了良好的感情, 说出来和大家分享, 要熟悉稿子)。 5. 安排一个客人代表讲话(找能说会道的和老板关系好的客人 主要讲美容院服务好、产品效果好、老板好、喜欢的美容师、自己在美容院得到的快乐, 确保到会场)。 6. 给客人发邀请函。 7. 会场现场安排一个签到本, 专人负责签到及拍照。人 • 8. 会议中公布促销活动时找托儿, 现场交定金, 造成现成消费现象。 9. 确保货物、礼品等物品及时到位。

## 美容院活动方案制作软件篇四

活动主题: “五一, 让您的美丽充分展示”

活动日期: 4. 29-5. 5, 一周的时间(注: 活动一般不要做的太长)

活动目的:

c.让顾客产生好感, 提升品牌形象。

活动的具体实施方案:

美发店:

优惠一: 五一假七天中, 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 178 送面值为18元的代金券, 消费满480送58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。

美容院

优惠一：美容超值体验套餐：原价568元，体验价298元(一个仅限一次)

优惠三：洗护98元，活动期间体验价51元

活动的宣传：

a.最简单的方法：发送短信。如果您觉得用手机发短信很慢的话，可以用的短信功能. 所以，还没开通短信功能的朋友请迅速开通，量大从优哟。

b.宣传单：提前一周，地点可以就在附近几个地区，当然，如果你的地段是当地的繁华大街，你也可以在远一点的地方派发。

店里的准备：横幅，海报，以及彩带这些必不可少. 打造出一个温馨，浪费的节日氛围。

要提醒员工，做好服务，保持微笑，让客户感到温暖。并制定出一个奖惩制度。

活动结束：

1、不要认为活动结束了，就完了。再进行一次短信回访，记录下客户对这次活动的评价，不足的地方加以改进，以便下次活动做得更好。

2、一个一个电话进行回访，回访可以增加亲近感，但就是很多消费者都不愿意接电话。

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。

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。

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。

## 美容院活动方案制作软件篇五

1托客卡：凡是进店消费的顾客再加38元即可获得一张问候卡送给爱人或是朋友，也可以自己做(卡上有三次项目包括经络瘦身在内可任选)

话术：姐姐或哥哥你好!告诉你个好消息!这不是三八节快到了吗!公司为了感谢您一

直以来对我们的支持特推出问候卡，卡上有三次项目可以任选!三次项目才38元!我们平时的体验价都是98到一百多的!(如果是男士顾客可以告诉他自己不做的可以送给老婆或是女性朋友)

顾客：我今天没有时间!改天吧!

美容师：没有关系!你今天没有时间可以改天来做!因为卡是

限量的!公司只推出300张卡!我们这么多家店!经理好不容易才争取到40多张过来!等一下就给你拿一张!我是你改天过来可以找我!或者你什么时候有时间我给你打电话!

2针对长期不来的会员电话邀约:

话术:姐你好!我是尚姿的美容师!告诉你个好消息!三八节到了!公司给您准备了礼物哦!在三月七号到九号到店都可以领取!过了这三天就没有了!

顾客:什么礼物?

美容师:姐你来了就知道了!肯定有惊喜!一定要过来哦!要不一会儿就没有了!

准备工具:

1、横幅——2条

3月8日,向天下伟大的女性致敬

38元可体验价值980元仪美减肥完美体验疗程

3、店内氛围布置——

另:圆形贴标——欢度三月女人天

4、卡——38元活动拓客卡

名片大小,2盒足够。或者小的现金券形式,方便携带,设计精美。推广:

1、短信平台——短信通知,女人月的促销活动

先减肥后收费!不减不收一分钱!欢度女人节,每天前38名电

话预约可38元享受980元明星减肥疗程!仪美专业减肥xx店，电话：

2、外出宣传销售——员工分队分组pk[]激发最大战斗力。

一定是奖惩都有，奖励及时，惩罚有度！

3、老顾客——转介绍

卖给老顾客，老顾客可以送给朋友。

3、异业联盟——邀约去单位

提前铺垫，可联系店内熟悉客人，老板的关系网络，提前联系该单位的人，约定时间去其单位介绍此卡，现场成交。

4、网络团购——

网络团购效果好不好，上了再说，不上不知道，多少也是新顾客。

## 美容院活动方案制作软件篇六

活动时间：20某某年8月13日~8月20日

活动目的：夏季本身就是一个的淡季，需要一次活动带动美容院经济增长。美容院通过此次促销活动如果能够造成一定的轰动效应，必然对美容院百利无一害。通过各种渠道对美容院进行宣传，扩大美容院加盟店的影响力。提高口碑聚集人气，从而刺激顾客的消费行为，提升美容院今后的业绩。

活动准备：

1. 整合顾客信息资源，将活动具体方案通过统一平台发布出

去。比如说利用本站平面媒体、店外led灯、电话短信等形式向顾客发布此次情人节活动。

2. 既然是情人节活动，虽然说是中国传统情人节，但是情侣之间喜欢的礼物无外乎是巧克力、音乐盒、鲜花、香水、饰品等物品，所以美容院不妨联合鲜花店、珠宝店、电影院、餐厅等商家共同举办此次促销活动，以此提升美容院的影响力。

3. 活动方案还要有弹性，可以根据具体的促销实际情况进行更改，对美容院实际情况补充调整。

活动内容：

1. 恋爱无限大。联合当地珠宝首饰、化妆品、婚纱摄影厂家联合冠名提供活动礼品。凡是在活动期间在美容院消费满500元的顾客，均可以享受珠宝、首饰、摄影类5折的优惠活动。

2. 相爱厮守。七夕情人节是为了纪念牛郎织女唯美的爱情故事，但是他们却并不能每天享受在一起，可我们却可以。在美容院中，不妨举办一个我和我爱的人合影活动。从微信客户端、微博qq或者现场收集并征集情侣照、夫妻照、全家福等。最后在8月20日当天，抽取10张照片，既可获得美容院价值2888元护理卡一张。

3. 浪费爱情片。很多情侣都会在情人节当天选择去电影院中，看一场唯美的爱情片。美容院可以抓住顾客的这个现象，活动期间每天给前10名的消费者免费赠送电影票兑换券两张。

活动注意事项

活动期间一定要做好宣传工作，尤其是宣传话语需精心设计。着重要情调“浪漫”二字，这样才能够吸引恋爱中女性顾客们的注意。同时还要制定好销售活动目标，将任务分解给给

位美容师们，活动结束后立即给达成活动指标的美容师奖赏，激发他们对下次活动的积极性。

## 美容院活动方案制作软件篇七

美容院或美容店等美容行业中其他门店因为更好推销美容产品往往会策划一系列活动方案。而方案是对将要进行的重要事情的一种安排，它是应用写作中具有计划性的文体。你是否在找正准备撰写“美容院活动方案”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！

满20次以上，年底返1000元。

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。

四、对比法：

六、划点法：

七、现金法：

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数)，同时享受正常开卡优惠政策；凭其它品牌护肤品空瓶(或包装盒)在美容院购买相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优惠，二个空瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；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。

十三、捆绑法：

三合一活动：

全价购面膜280元一套 半价购眼部特护一套455元 三折购夏季养膜一套572元

2020年年末又是一个令所有购物狂们期待的日子。也是一个属于我们单身的节日，当然小编也相信，各位光光们也不想单身下去。也希望能够有“”计划，告别单身。所以普丽缇莎为大家准备以下几个活动：

活动主题：大声告诉你心仪ta

活动时间：2020年12月11日

活动对象：年龄在18—40岁左右的单身男女

活动目的：既然光棍节，在美容院内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完美的一面，不妨让美容院来全副武装自己一番。美容院团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为美容院提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

活动内容：

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得美容院“成双成对”、“一生一世”美容套餐，这些爱的套餐都是美容院免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的美容院产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取美容院的礼品。



## 活动方案二：幸福触手可及

在2015年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

在这里普丽缇莎想要提醒一下各位商家，奖品设置要通过核算成本。可以将一、二等奖设计得更多一些，易奖券的形式发送给顾客。特别是新用户，也要让他们感受到美容院的优惠和实在。

将光棍节促销活动举办得有新意、有特色也是为接下来年终活动打响前奏，吸引消费者今后积极参与到美容院的活动中。当然如果美容院真的能够成就出一对对情侣，也不乏美事一桩。

每年的年末都是各大化妆品品牌争相上演促销大战的时候。特别是淘宝推出之后，几乎每年电商都会用全新的记录证明的商机。光棍节除了在美容行业的日化线里贡献良多，专业线同样不能错过这个商机。下面我们一起来看看美容院活动方案的推荐。

活动时间：

2020年12月1日

活动地点：

美容院各大直营店

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

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。

活动宣传：

- 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。

活动内容：

- 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。

注意事项：

- 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。

## 一、活动目的

美容院年终答谢会以老客户的形式加强顾客忠诚度，带动销售，提高美容院业绩。

通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

## 二、活动主题

美容院20\_\_感恩答谢会

## 三、活动时间

20\_\_年1月\_\_日至\_\_日

## 四、宣传方式：

- 1、横幅悬挂于店外做宣传，目的吸引顾客。
- 2、宣传单张及邀请函制作。

## 五、活动流程及内容

## (一)前期准备工作

- 1、主持词
- 2、美容院老板致词)(可加来宾领导讲话)
- 3、请柬、礼物(100余份)、请柬词活动流程卡。
- 4、美容院宣传片制作
- 5、各类人员的明确。(表演人员、颁奖人员、服务人员、组织人员、分组负责人、总负责人)
- 6、场地相关事宜。(时间、地点、费用、用餐事宜、住宿事宜、游玩路线、会场布置、舞台音效设置、物质和人员到位)
- 7、时间衔接。(签到时间、会议时间、晚会时间、住宿时间、游玩时间、返回时间、后期维护)
- 8、节目准备。(美容院内部可出节目)
- 9、安全排查和安全评估

## (二)签到时段和事宜

服务人员引领来宾依次就坐，茶童见时机斟茶，美容院老板全面接待。(音乐根据来宾进场情况高低切换)

## (三)晚会阶段——美容院整体形象的宣传

来宾入场完毕，音乐逐渐降低，灯光切入，先进行3—5分钟的气氛烘托；

以引入来宾期待心情，主持人进场，掌声停止，音乐停止，追灯切入，主持人进词。

#### (四)美容院老板发言阶段——美容院管理者答谢会致辞

美容院老板上场、音乐切入、追灯切入、现场安静、实时掌声，领导发言完毕、主持人切入。

会议部分结束，致会议结束词，音乐切入，引入文艺表演阶段开始，灯光切入，气氛烘托。

#### (五)文艺表演阶段——员工风采展示

文艺表演开始，音乐切入，灯光切入、主持人进场，致文艺主持词。

然后美容院员工上台表演节目，让顾客认识到多才多艺的美容师们，加深顾客对美容师的印象。

#### (六)开始抽奖环节

这个抽奖活动是为了加强与顾客的互动，让顾客能积极参与到活动中，真情回馈顾客，让顾客感受到美容院的用心，也是个促销的好时机。

#### (七)聚餐阶段

晚餐服务人员就位，来宾及领导入场，致祝酒词，用餐可根据情况而定。

### 六、年终答谢会顾客邀请函

尊敬的顾客们：

您好！由美容院和公司携手打造的2019周年感恩答谢会诚邀您的光临！

还有机会获得大奖！您无须任何的付出，只要您能参加，就有

礼品，大奖等您来拿哦！美容院恭迎您的光临！

## 一、借鉴信用卡主、副卡制度，推行“会员记名卡”模式

方法是每一张会员卡只要加充会员卡充值金额10%的面额，即可办理一张记名卡，每张会员卡最多可办理5张记名卡。而记名卡的持有者可享受与会员同等的待遇，只是消费次数或有效时间与面值成正比关系。记名卡可以充值，还可以透支，透支额度不超过面值的100%，其透支额度由其主卡持有人承担，美容店根据主卡消费金额及所有透支额度总和在值到临界额度前通知主卡持有人充值，否则暂停使用。

这个方法的好处就是你的会员可以拿美容会员卡作为礼品送人（不同于会员卡在使用过程的借用，因为那是“借”，这是“送”，在人际关系中差别大了），你在增加现金流的同时还可以扩大准会员人数，对那些自认为本身消费需求有限但需要搞好人际关系的顾客特别有用，象原有使用疗程卡的人改为会员卡的兴趣会增加，而老会员也会带来新消费。

## 二、推广“女士消费、男士花钱”模式

一个不可否认的事实是，当今社会的财富更多的还是掌握在男士们手中，而他们往往对自己关爱或心仪的女士是很舍得付出的，尤其是女士美容方面。

贵店可以将会员卡当成男士们送给自己心仪的女性的礼品加以推广（当然，必须将此项目适当包装、宣传），这样一来扩大了顾客群与现金流，而且你会发现，只要推销的人员和方法合适，这个新的顾客群比女士们更容易掏腰包。

## 三、异业联盟，联合促销

就是把与顾客此项消费相关的服饰、皮包、鞋帽、化妆品等行业联合起来，选取其中每个行业中合适的一家组成一个商

业同盟(离现在的两个美容店不要太远), 顾客只要成为其中一家成员的会员, 就是整个联盟商家所有成员的会员, 享有联盟成员所提供的各项优惠等, 类似于各种银行信用卡的作用, 但不同于银行信用卡的泛泛而成, 更具专业性与地域集中性。

此举可共享顾客资源, 扩大准顾客群, 长期可降低促销成本及提升美容店的知名度。这个方式并不新奇, 但在多个城市及行业运作结果看却很有效, 而且不同的人运作的特色会各不同。

#### 四、借鉴会议营销模式, 借免费培训及联谊活动推行会员卡等店内产品

可以在你的两个店经常举办一些免费的美容、家政、儿童教育等免费培训讲座或联谊活动, 开始发动老会员带领亲人、朋友参加, 慢慢扩大范围, 形成口碑传播, 在活动过程自然而然地推广会员卡等店内及你的品牌理念, 这样可以扩大新客户群, 增强美容店的知名度和美誉度。

以上这些方法, 都不需要庞大的广告投入, 更重要的在于顾客沟通与长期坚持。当然, 借助店庆的时机, 配合适当地宣传可以更快、更有效地推行。广告的投放方式及店面活动, 相信贵店已经有足够的经验来运作, 这里就不赘述了。

#### 一、美容院举办年终答谢会的目的和意义:

一般来说, 美容院年终答谢会有以下目的:

- 1、感恩顾客——年底是各行业繁忙之季, 以各种回馈老客户的形式加强顾客忠诚度。

在愉快的气氛中培养顾客与美容院的感情, 促使顾客和员工成为朋友。

- 2、全客覆盖——一次会议锁定90%老顾客，让顾客不在流失。
- 3、业绩倍增——带动销售，提高美容院业绩，短时间成就大业绩。
- 4、消费升级——30天b客升a客，c客升b客，通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。
- 5、推陈出新——新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。
- 6、大量纳新——80%的老顾客为我们介绍新客户，以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。
- 7、绝对成交——老客户80%以上成交，新客户50%以上成交
- 8、圈定员工——30天员工创收3倍以上，利于团队稳定，通过督导老师的影响，加强美容师的销售意识，提高销售能力。
- 9、锁定未来——80%的客户牢牢锁住，巨大的行业影响力，制造美容院在当地的知名度。
- 10、盘活沉客——80%的沉睡顾客被激活产生再次消费

## 二、美容院年终答谢会的各种举办方式

活动形式:联欢+娱乐+答谢+优惠政策+充值消费+带动人潮+抽奖+聚餐

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的。

## 三、各种美容院年终答谢会的主题

活动主题:感恩答谢会、会员狂欢日、养生文化节、美容养生



论坛、美容艺术节等等。

#### 四、美容院年终答谢会设计方案

(一)、主要活动目的:确定活动的真正目的,明确希望。顾客答谢、感恩会议、文化节、企业宣传、专家论坛、新项目推广。

(二)、活动目标:制定活动要达到的标准和业绩额,店面形象以及顾客积累程度。一定要数字化,标准化,可衡量。

(三)、活动内容:根据活动主题制定相应的活动内容,可以是单一形式也可以是组合形式。

#### (四)、活动宣传方式

##### 1、内部宣传:

(1)、美容院店内悬挂横幅宣传,粘贴广告,目的吸引顾客;

(2)、美容师给顾客宣讲,传递活动信息。

(3)、悬挂美容院全年活动计划广告,让顾客明细店内全年活动方案。

(4)、利用短信平台,给顾客发放短信,告知顾客活动方案。

(5)、美容师给顾客打电话,进行电话营销。

##### 2、外部宣传

(1)、在店外进行促销活动宣传。

(2)、发放宣传单及邀请函宣传。

(3)、进行网络广告宣传。

(4)、广告媒体、报纸、电视台宣传。

(5)、外联联谊会宣传。

(6)、市场宣传人员外部市场宣传。

## (五)、会议政策

1、会前营销——确定会议实施前活动优惠政策，事前准备事项及目标业绩。

2、会中营销——制定会议活动方案，活动细节，活动优惠活动内容。

3、会后营销——会议结束后针对未成交顾客的优惠政策及实施办法。

## (六)、活动参与对象

活动主要参与人员分别有如下角色：举办方(美容院)、参会方(顾客)、实施方(美容院、设备方、音响提供方、演出者)、宣传方(广告、电台、记者、小编)、支持方(厂家、专家、合作商)。

## (七)、活动支持者

活动支持者主要指美容院产品供应商，以及一些联谊方。一次好的会议，必须有厂家的大力支持，对顾客的吸引力才具有较大的优势。

## (八)、活动举办时间

美容院年终答谢会一般会安排在年度结束时，也就是12月末，

很多人也会安排在下一年度元旦，或者春节前后，但是对于各行各业都要举办各种顾客活动，特别是一些商超，提前进行促销活动，为了让顾客的钱在进行其他消费时，提前在自己美容院消费，所以时间安排在12月份及1月份为。

## (九)、活动所需物料及附件：略

年底各大美容院也都忙碌了起来，开始策划一年一度的终端答谢会。顾名思义，答谢会的目的是要进一步拉近和顾客之间的关系，为下一年的经营做一个良好的铺垫。为您整理出美容院年终答谢会方案要点，仅供参考。

### 一、有效邀约顾客

活动前一个月在店外悬挂“终端会”主题横幅及宣传海报，在店内摆放、展示终端会奖品，并在产品展柜上突出做会品牌，整体营造终端会氛围。

能否有效邀约顾客直接影响终端会成败。对有较好客源的美容院建议出售邀请函，凭邀请函参会赠送产品及服务项目。一来可以确定人数并减轻做会成本负担，二来可以培养终端顾客先付出的心态，有利于活动现场的促销。

对客源不是很好的美容院，免费派送邀请函无疑更为实际和有效，可以通过老顾客带新顾客或者小区内派单来邀约顾客。总的来讲邀约顾客还要根据美容院的实际情况，无论是“卖”是“送”还是先“卖”后“送”、“送”“卖”结合，都需要充分考虑后实施。

### 二、做好详细的规划

终端会前三天，应该基本确定参会名单。针对参会名单上的老顾客，调出档案，充分了解顾客现在在美容院的消费情况。对于新顾客，要注重引导，根据其回执单反馈的信息：如年

龄、职业等尽可能提前做好销售规划。根据信息总汇去考虑终端会的主讲内容及创意流程，制定好详细的答谢会方案。

美容院年终答谢会的主要目的是为了联络和顾客的感情，答谢美容院的老顾客。在实际的操作中，美容院年终答谢会常常会有这些误区：

### 1、目标不明确，不清楚真正要的是什么？

很多美容院在策划答谢会的时候，既期望能够让顾客尽兴，又想能够促进美容院的销售，还想着能够扩大美容院的影响力，殊不知，如果什么都想好，其实什么都好不了。一场答谢会必须有一个固定的主题，或者是答谢顾客，或者是美容项目的优惠。有了明确的目标，才能有针对性的组织起一场成功的答谢会。

### 2、过分依赖讲师，终端会不等于讲座。

有些美容院的答谢会往往会过分依赖讲师，整场答谢会下来，除了听讲师讲以外，就没有其他的内容支持。这样的答谢会，并不能够引起顾客的好感和兴趣，参与度也不够。

### 3、规划不细致，漏掉细节。

一场答谢会是要考虑到很多细节问题的，具体的流程、准备的物料、宣传手段、会场安排等等，都是需要事先准备好的。做好细节，是终端会成功的必备因素。会场的音响好坏？邀约顾客是否备档？会议流程是否环环相扣？准备物品是否齐全充分？这些都需要美容院认真、全面的规划和执行每一个环节。

### 4、促单时间及力度不够或商业色彩太浓。

一场成功的终端答谢会必须要让顾客感觉到舒服，不能显露出太浓厚的商业色彩，让顾客反感。

## 美容院活动方案制作软件篇八

1、以庆元旦为契机，通过策划一场促销活动，进一步宣传美容院加盟店的整体形象，提高美容院加盟店在当地的知名度和美誉度。

2、通过元旦小长假，最大限度提高人气，扩大销售业绩，将库存积压产品清仓。

雪肌妮丝欢庆元旦大派送

xx年12月28日—xx年1月7日

1、进店咨询免费送礼顾客不需要消费，只要进店咨询就可以免费获得一份礼物。活动期间所有顾客只要进店即可送礼，可以派美容师在门口发活动广告，告诉顾客只要进店咨询即可获得礼品一份，如果送得比较好，可以让美容师直接拿着产品跟顾客说。

2、元旦物价产品美容院加盟店可以拿一些库存的产品，或者日期将近的产品进行物价销售，但是选择的产品不要显得档次低，做生意如果做得太小气就得不到人气。

3、凡在活动期间的每天上午10点和下午16点准时派发红包礼，红包礼50至200元不等，红包内的为代金券并不是现金。

4、打折活动，提醒加盟商朋友们在打折的活动上最好是有现金vip卡的也可以用，如果你不想做得这么大，就不做，要做就要让顾客享受到切实的优惠，她才更愿意帮您介绍新顾客。

## 美容院活动方案制作软件篇九

随着网络狂欢购物节“双11”愈演愈烈，有不少美容院也想从中分得一杯羹，下面138小编专门为美容院准备了一份“美

美容院双11活动方案”，希望对美容院策划“双11”促销活动能起到参考作用。

一说到“双11”，首先大家更多的是想到网络，“双11”还没来临，各大电商早已打出各式各样的“双11促销活动”，纷纷以“全场商品五折优惠”或“全场1元抢购”等低价的名义来吸引消费者。从去年淘宝天猫实现巨额的销售数据中可以看出促销效果立竿见影。美容院也不妨模仿各大电商的促销模式，搞好团购促销，说不定也能从中赚个金盆钵满。

团购促销是很多美容院近几年来常用的一种拓客模式，也是一种与时俱进的拓客模式。在“双11”来临之际，美容院不妨抓住时机，借势引客，通过大面积的网络宣传推广来吸引消费者。当然，一般美容院设计的团购价格要低于市场价，才能更易消费者，否则团购效果不尽人意。另外，需要提醒的是，“双11”当日全网几乎是最低价，美容院的团购促销要想从中脱颖而出的话，就一定要奋力打好这场价格战，才能从中脱颖而出。价格由美容院自定，一般以套餐的方式进行，但一定要突出特惠。

在线下举办“双11促销活动”对于美容院来说相信必不是难事，其实也就是跟美容院平时举办的一些主题活动一样，只不过这一次的主题是“双11”罢了。但是，既然要做线下活动的话，那就要做出效果、做出成效才不会枉费心机。

美容院先要确定好促销主题，“双11”顾名思义主要针对单身青年，所以，美容院不妨以单身女性作为主导对象，特别针对单身女性定制优惠套餐或特特惠产品，当然，千万也别错过“双11”全场优惠的造势风波来吸引广泛群众。另外，要提醒的是，无论是线上活动，还是线下活动，美容院都要掌握好促销时间，一般建议线上活动立即执行，线下活动可在“双11”前一个星期开始造势。

# 美容院活动方案制作软件篇十

爱在七夕，情浓一生

20xx年\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日

七夕情人节起源于牛郎织女的美丽爱情故事，相爱却不能享受，这是一个属于情侣的节日。我们可以通过这个节日让相爱的人更加懂得珍惜对方，让还未找到真心爱人的单身朋友找到自己的另一半。美容院可以举办一场相亲活动，从平台征集单身朋友报名，宣传活动。在8月9日当天，现场活动配对，配对成功的情侣将活动美容院一定金额价值的护理体验和婚纱照、珠宝、电影票等礼品。美容院可以和附近的婚纱影楼、珠宝首饰、电影院等品牌店进行活动合作，互相支持提供活动礼品。同时也可以在网上进行秀恩爱情侣照大pk。通过在网上各大平台推广，征集情侣的甜蜜照，采用投票转发方式进行评选，最终通过票数确定前十名，享受一定金额的美容护理体验。

1、在情人节8月9日当天，准备现场布置，鲜花、巧克力、音乐盒、气球、展台led灯。同时布置好工作人员：主持人、礼品派发人员、签到人员、调音师、服务员等。活动一定得提前彩排三次以上，确保整个活动的流程以及安排。活动当天要灵活调配，不能因为小的失误而死教条地执行，根据现场实际情况安排和促销。

2、活动文案在一个月前就要开始准备，半个月前要定稿，通过各大平台去发布，在网上大幅度地去宣传本次活动，报名名单及时反馈、电话短信跟踪。

1、前期宣传工作极为重要，特别是活动的配图，赠送的礼品价值、以及活动文案。这些都是是否能够吸引顾客前来参加活动的关键。

2、活动期间，美容院要团结一起冲业绩，这个时候美容院管理者要给大家鼓舞士气，激励好的状态。

3、活动现场要提前彩排，调动好现场氛围，活动是为了后续的收费服务，所以在活动中品牌的隐形植入广告以及跟踪有意向客户非常重要。