

2023年美甲店活动方案及价格(优秀8篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

美甲店活动方案及价格篇一

即向社会和市场各界宣布本店的存在，并取得广泛的认同，扩大知名度，提高美誉度，树立良好的企业形象。以便以后更好的发展。

宾至如归，热情服务

20xx年7月1日

开业庆典重在人气的聚集，所以前期宣传一定要到位，尽可能的扩大知名度。

- 1、在开业前十五天，以报纸广告发起第一轮广告宣传。应突出内容：“指之间”养生会馆开业时间、地点、服务特色、酬宾优惠预告等。
- 2、在开业十天前主要宣传本企业美容院独特的经营理念、专业服务保证、客户将得到增值的回报。
- 3、开业前一周安排专人在繁华地段派发美甲体验卡、代金券、宣传单、试用装。在高档住宅小区张贴宣传画和开业优惠措施。
- 4、在开业前三天重点宣传本企业美甲院开业庆典及专业的服务和文化理念、生活氛围、入会优惠等。

5、在以上广告的基础上，同步启动市场营销工作。

6、优惠酬宾和服务特色重点推介、重点客户的拜访邀请、近期活动预告等工作。

7、通过近两周的广告宣传和有效客户的联系，确定重点客户开业时的到场和潜在客户的开发。

内容：接待宾客、介绍到场来宾与致词、剪彩

1、各种所需物品与商品的检查。

2、水电、空调等设备的检查。

3、各岗位人员是否到位、到齐。

a□室外：在门前铺红地毯，在大门的左右两边放置2个音响和庆典鲜花。店门头悬挂开业横幅、进门一侧设来宾接待，准备签名册。准备彩剪刀、托盘若干；彩绸一条；礼宾花若干枝（剪彩嘉宾佩带）；放飞气球若干（粉、白色）。

b□活动人物：

总部领导、各分店负责人、专业美容讲师和“指之间”养生会馆主要客户、亲友参加剪彩仪式。

主持人1名，礼仪小姐8名，主流报纸记者2名。

c□室内：

1、报架两个，摆放具有说服力的广告资料。收集发布过广告的所有报刊杂志和电视广告样片给顾客阅览、观看，增加产品的可信度。

2、讲桌一个，麦克风一个，投影仪一个，坐椅若干，用于美甲专业讲座。

3、展柜1—3个，用于产品摆放，另配专业人员向顾客进行产品介绍和咨询。

4、饮水机一台。

5、冷餐台。

1、设计系列报纸广告，报纸上打广告，以四分之一版套红为主（可用异形广告），配合套红达到醒目效果。

2、为了活跃现场气氛，在资金允许条件还可邀请现场军乐队或舞狮表演，请总部领导、更显隆重喜庆。

3、广告公司专业人员拍摄现场公司形象照片，制作纪念手册、宣传单等等。

1) 凡在其店购物（消费）达xxx元者，可参加本店有奖活动；

2) 问答或抽奖活动，

3) 凡在本店购物（消费）达xxx元者，可获本店价值xxx元代金券一张。

4) 本店老顾客可到本店领取美甲咨询资料一本（高消费场所可用此种方法）

5) 本店老顾客可获本公司举办顾客活动门券一张。

美甲店活动方案及价格篇二

美甲护理活动方案

左手工作，右手生活，幸福style为自己代言；

她们一直努力着，让自己精彩更多、让家人朋友幸福更多；
执行目的及意义：

本次活动做此次体贴温馨的购房活动以此来增大业主对本项目的好感度，从而为接下来主推户型及强销；以现场火热的人气以促成意向客户心理对本项目的认可，从而达到成交的目的，同时也能充分挖掘出老客户对本项目的认可度，带来新客户。

执行内容准备事项： 执行基本点

时间：2014年7月13日

执行地点：夏宫豪庭售楼处

执行人员： 绍兴楼市网活动部门

活动团队的架构：销售部全体人员

活动前期准备： 约访业主、意向客户，确定活动期间到临现场； 现场布置。

工作重点

销售部工作人员负责约访意向客户、老客户。

执行结束后需要进行的工作 整理活动工作中的问题并统计。

一、活动内容：

二、参与对象：新老业主

美甲护理

女人 爱自己 就让自己时刻保持最美 春季美丽盛宴，让你美丽一春 幸福一生 手，是女人的第二张面容，指甲作为手部最精彩的部分，若将其装点得整齐美观，会让人产生信赖及好感。

纤纤十指，美丽虽及不上脸庞，却是评价人的另一种隐性标准，于是美甲成为了时下众多女性追寻的潮流之一。而在这些形形色色的美甲中，人们不难发现各色女人品味与生活态度。

创
业
实
践
及
模
式
设
计

小组成员：刘芯贝，刘雪莲，何娜

杨茜，蒲雅致，赵杉杉

班级：10级电子商务（专）2班 消费者行为学 四川师范大学成都学院

纤

手

秀 美

□show□甲

店

美甲行业的明显特征是：投资机会大，利润空间大；投资少，见效快；投资环境多种形式，经营方式灵活；用人少，技术易掌握；产品项目多，能满足多层次消费需求。

随着美甲服务的快速发展与该行业的特点，我们逐渐将眼球移到此领域。

在团结镇这个大学城，我们锁定了25900人的目标消费群体，因我们也身处其中，更能深刻体验消费群体的无奈。发现该领域市场的无序与落后。所以我们认定团结镇这一片广阔的市场，是一片巨大的蓝海。

我们本着“产品类型多、批量小、够时尚”的独特采购理念，引用“丰田公司”的顾客休息区独特店面设计，充分利用网络资源和科学的营销方式，重视顾客体验与服务，旨在在团结镇这片广阔的蓝海市场中，实现独特创新，开辟新土。

一、行业介绍： 1、美甲的起源：

美甲是指对指甲的美化和修饰工作，美甲是现在时尚的美容项目之一，但是它距今已有几千年的历史了。6000年前，古埃及人就已经用指甲花将指甲染出金色。1000年前，大约为唐朝时期，中国妇女就开始用凤仙花加上明矾捣碎，利用花的腐蚀性染指甲，使指甲保持数月不掉色。古代的官员也用

金属打造成指甲以增加指甲的长度，显示尊贵地位。1960年装饰性指甲油问世，首次出现的是透明的甲油，1961又出现各种色素加入甲油中，使甲油真正的商业化。1980年美甲开始发展成为时尚，最初在欧美国家发展并成为流行，后又传入香港再到中国内地。

2、行业的发展：

美甲是一个新兴的、非常有朝气的行业，被誉为21世纪的黄金行业，据了解，美国的美甲行业迄今已有30年历史，年产值达十几亿美金，约有四分之一的美容人士从事美甲行业。曾经有专业调查机构报告显示，中国美甲市场每年以300%左右的增长率迅猛发展，预计在被称为“中国美甲经济元年”的近几年，中国美甲市场蕴藏着120亿元金山。美甲行业未来的发展趋势有以下几点：

(1) 美甲行业的整体发展规模将愈发壮大：

(2) 美甲师的队伍素质亟待提高 (3) 美甲行业将有越来越多的投资商加入：

(4) 美甲文化氛围和消费群将迅速扩大

(7) 高质量的品牌运作和连锁经营是美甲企业立足长远发展的必然趋势

美甲店开业庆典方案

活动方式

举行开业剪彩仪式 +美容专业讲座

开业庆典主要内容

三、活动时间：2012年7月1日

前期宣传

开业庆典重在人气的聚集，所以前期宣传一定要到位，尽可能的扩大知名度。广告投放：

1、在开业前十五天，以报纸广告发起第一轮广告宣传。应突出内容：“指之间”养生会馆开业时间、地点、服务特色、酬宾优惠预告等。2、在开业十天前主要宣传本企业美容院独特的经营理念、专业服务保证、客户将得到增值的回报。

3、开业前一周 安排专人在繁华地段派发美甲体验卡、代金券、宣传单、试用装。在高档住宅小区张贴宣传画和开业优惠措施。4、在开业前三天重点宣传本企业美甲院开业庆典及专业的服务和文化理念、生活氛围、入会优惠等。

5、在以上广告的基础上,同步启动市场营销工作。 6、优惠酬宾和服务特色重点推介、重点客户的拜访邀请、近期活动预告等工作。7、通过近两周的广告宣传和有效客户的联系,确定重点客户开业时的到场和潜在客户的开发。

开业庆典准备工作

内 容：接待宾客、介绍到场来宾与致词、剪彩

开业前工作检查

一、各种所需物品与商品的检查。

二、水电、空调等设备的检查。

三、各岗位人员是否到位、到齐。

现场布置 a□室外：在门前铺红地毯，在大门的左右两边放置2个音响和庆典鲜花。店门头悬挂开业横幅、进门一侧设来

宾接待，准备签名册。准备彩剪刀、托盘若干；彩绸一条；礼宾花若干枝(剪彩嘉宾佩带)；放飞气球若干(粉、白色)[]b[]活动人物：总部领导、各分店负责人、专业美容讲师和“指之间”养生会馆主要客户、亲友参加剪彩仪式。主持人 1名，礼仪小姐8名，主流报纸记者2名[]c[]室内： 1、报架两个，摆放具有说服力的广告资料。收集发布过广告的所有报刊杂志和电视广告样片给顾客阅览、观看，增加产品的可信度。2、讲桌一个，麦克风一个，投影仪一个，坐椅若干，用于美甲专业讲座。3、展柜1-3个，用于产品摆放，另配专业人员向顾客进行产品介绍和咨询。4、饮水机一台。5、冷餐台。

除非联合起来否则做报刊广告的必要不是很大。需要注意的是，所有的开业活动都是为吸引客源而准备，但是开发客源。并不是我们终结目的，我们的目的是通过引导顾客消费来盈利，那么配合客源进店的消费引导工作很重要。

顾客的消费心里是很复杂的，会受很多因素的影响，如是否有适合自己的经营项目。产品品质的感受、产品价格是否适中。服务人员专业素质影响、服务细节的影响。店内是否安静等。

3、店头广告

我们的顾客就在我们身边，可是她们并不认识我们。那么可以通过什么方法让顾客认识我们，最简单的方法就是利用我们平常店头广告了。

让异类经营者，以答谢顾客的形式推广本店服务，永远是一种较为聪明的推广方法，使用这种方法找出一种互惠互利的模式，否则没有人会为你做宣传。

以下举几种异类结盟活动的方法： 1) 凡在其店购物(消费)达***元者，可参加本店有奖活动;2) 问答或抽奖活动， 3) 凡在本店购物(消费)达***元者，可获本店价值***元代金券一

张。4)本店老顾客可到本店领取美甲咨询资料一本(高消费场所可用此种方法)5)本店老顾客可获本公司举办顾客活动门券一张。6)可用的方法有很多种，但这些方法必须有一个共性，就是真能给美甲店带来实际利益。

延安张晶美甲店经营策划书

方案策划机构：西安蒋云飞美甲形象艺术培训中心

策划人：周泽洋 2009年5月

目录

延安张晶美甲店（以下简称“美甲店”）位于延安城市核心商圈时尚shopping mall 3层，周边环境以时尚女装、饰品等女性用品的经营消费为主，主要客户群体是都市时尚女性。

基于以上所述，美甲店的定位以服务延安中心城区时尚女性为核心，美甲店定位标准为中高端美甲综合服务店面，店面规划面积20至30平方米，整体氛围体现时尚与品质的完美融合。

二 美甲店功能区的规划

店面布局根据店面实际大小分为a□b两套方案，具体选择酌情而定。

方案a□(适合于店面面积30平米规划)

店面整体划分为3个区，即美甲区、化妆区、综合区（饰品、香薰、或其它女性时尚消费品，酌情而定）。

方案b□(适合于店面面积20平米规划)

店面整体划分为2个区，即美甲区、综合区（饰品、香薰、或其它女性时尚消费品，酌情而定）。说明：综合区的设立目的基于以下原则：1. 有效利用店面空间，在不影响顾客舒适度的情况下实现店面面积的最大有效利用；2. 综合区针对有特别需要顾客提供更为全面的服务需要，即部分顾客在服务消费过程中对自身美化程度的进一步完善需要；3. 综合区所销售的物品与服务功能区相互结合、互为促进，带动顾客进一步的消费欲望，获得更大的业绩利润空间，有效的减轻店面经营压力。

三 美甲店的装饰

美甲店的装饰风格应以时尚、华贵为主风格，不能过于臃肿。装饰过程中要突出各功能区的功能性，不能混为一谈。

四 店面员工 a 员工人数的配备：

根据面积大小规划人数不等，一般20平米6人，30平米8人，采取两班制，即早班工作时间为早11时到晚20时，晚班工作时间为下午13时到晚22时。

美甲店的工作服是美甲店的标志之一，代表了美甲店的形象定位。统一的服装有助于提高店铺整体形象，符合大型shopping mall的形象要求。

服饰制作应把握的原则：

整体性原则：美甲师的工作服要与美甲店的环境协调，质料柔软而不失挺贴，剪裁合身、活动轻便、简洁大方。

员工工资体系采用底薪+绩效提成的方式。

底薪根据员工的技术级别、职务级别和工作年限分为若干档，具体的定价可依据延安地区实际情况制定。

提成为综合绩效提成，是指美甲师服务收费、产品销售、会员办卡等合计的绩效。为了强化美甲师的促销意识，提成可采取累计提高制度。即制定一个基本任务值：例如2000元，未达到2000元，仅发底薪，连续3个月未达到就辞退。完成基本任务值，除发底薪完，按一定比例分档提成，例如，达到3000元，3000元全部按照比例3%提成，达到4000元，4000元全部按照5%提成，达到5000元，5000元全部按照7%提成，依次类推，调动员工的销售意识。

说明：具体的底薪制定和提成比例依据延安实际情况制定□d
员工培训概要

必须持之以恒，例如每天早上的晨会等，具体详见附件。

首先，一定要挑选正规厂家出品，温和、无刺激的洗甲水。其次，洗甲水的用量一定要少。清洗指甲油时，只要让洗甲水浸透化妆棉上一个甲面大小的地方就够了。第三，洗完指甲后不能使甲面变得黯淡、无光泽。

区别：好的洗甲水能轻易而彻底地卸除甲油、闪粉和水晶闪石，而且成分温和，不含损害指甲健康的甲苯，避免指甲的油分和水分被抽干。好的洗甲水用过后，甲片有光泽。二、怎样选择甲油？好的甲油与差的有什么区别？判断指甲油的好坏可以从使用感觉和妆效两方面来看；使用感觉中包括顺滑程度、均匀程度、覆盖力和气味；妆效包括：光泽度、透明度、丰满度、附着度、耐磨性和固色度等。如果指甲油的干燥速度很快，那它的光泽和牢固度一定会差，因为指甲油里加入了速干剂会伤害光泽和牢固度。

区别：跟甲指油所选择的原料有关，指甲油的原料主要是溶剂、树脂填料和色料等；溶剂的好坏与气味有关不好的溶剂往往含有较多的有害物质，气味也相对较重；树脂主要决定最后的妆效因为它是最后成膜的物质好的树脂原料能够带来光泽度、透明度、丰满度等感官妆面效果；色料能保证色彩

的纯正和还原度。

三、怎样正确的选择水晶产品，好的水晶产品与差的有什么区别？

能治疗一些轻微的指甲疾病。

区别：好的甲液应该有气味低，黏性强，克服黄变；甲粉粉质细腻均匀，无杂质，调和溶液后光滑，易造型，减少起翘。

四、怎样正确选择光疗产品，好的光疗产品与差的有什么区别？

凝胶的特性 1. 呈现晶莹剔透的感觉. 2. 和水晶甲一样的坚固，但更具有韧性及弹性. 3. 无臭味. 4. 凝胶属于光敏固化体系 藉助uv灯的照射来激活凝胶中的光敏引发剂, 而产固化的化学反应。

区别：好的光疗可分为可卸和可剥两种，透明度高，没有味道，不易变黄；自然轻巧，韧性好，不易折断，而且收缩性好，延展性强。可剥光疗更适合初学者，不会损害自己的指甲，能更好的做到反复练习。

培训附件体系：

a□美甲店员工服务培训八大要领》

一 仪容仪表

正确的站姿应是：美甲师双脚以两肩同宽自然垂直分开，体重均落在双脚上，肩平、头正、两眼平视前方挺胸收腹。

正确的坐姿是：美甲师双脚靠拢，双手放在膝盖上左右均可，腰直挺胸。头部不能左右斜。

仪表：要求整洁，每天美甲师上班前化妆，给人感觉清秀，化妆请随时注意打理。服装要求得体。

二 微笑

微笑是世上最美丽、最受欢迎的语言。美甲师一个好的微笑会给顾客留下深刻印象。是您服务成功的关键，更是您建立消费群体的有力武器。微笑到位也意味着引导消费的成功。一般培训是每天让员工站在镜子前练微笑5分钟，其次让员工相互对练微笑，经过半个月后，员工一定会露出满意的笑容，请员工记住：我们不能控制自己的长相，但我们能控制自己的笑容。

人与人之间的距离虽然摸不着，看不见，但的确是一杆实实在在的秤。真与假，善与恶，美与丑，尽在秤杆上可以看出；人心的大小，胸怀的宽窄，拨一拨秤砣全然知晓。

人与人之间的距离，不可太近。

与人太近了，常常看人不清。一个人既有优点，也有缺点，所谓人无完人，金无赤足是也。初识时，走得太近就会模糊了不足，宠之；时间久了，原本的美丽之处也成了瑕疵，嫌之。

与人太近了，便随手可得，有时得物，据为己有，太过贪财；有时得人，为己所用，也许贪色。贪财也好，贪色亦罢，都是一种贪心。

与人太近了，最可悲的就是会把自己丢在别人身上，找不到自己的影子，忘了回家的路。

这世上，根本没有零距离的人际关系，因为人总是有一份自私的，人与人之间太近的距离，易滋生事端，恩怨相随。所以，人与人相处的太近了，便渐渐相远。

人与人之间的距离也不可太远。

太远了，就像放飞的风筝，过高断线。

太远了，就像南徙的大雁，失群哀鸣。

太远了，就像失联的旅人，形单影只。

人与人之间的距离，有时，先远后近；有时，先近后远。这每次的变化之中，总是有一个难以忘记的故事或者一段难以割舍的情。

有时候，人与人之间的距离，忽然间近了，其实还是远；忽然间远了，肯定是伤了谁。

人与人之间的距离，如果是一份信笺，那是思念；如果是一个微笑，那是宽容；如果是一句问候，那是友谊；如果是一次付出，那是责任。这样的距离，即便是远，但也很近。

最怕的，人与人之间的距离就是一句失真的谗言，一个不屑的眼神，一叠诱人的纸币，或者是一条无法逾越的深谷。这样的距离，即便是近，但也很远。

人与人之间最美的距离，就是不远不近，远中有近，近中有远，远而不离开，近而不相丢。

太远的距离，只需要一份宽容，就不会走得太远而行同陌人；太近的距离，只需要一份自尊，就不会走得太近而丢了自己。不远不近的距离，多像一朵艳丽的花，一首悦耳的歌，一首优美的诗。

人生路上，每个人的相遇、相识，都是一份缘，我们都是相互之间不可或缺的伴。人与人之间的距离虽然摸不着，看不见，但的确确实是一杆实实在在的秤。真与假，善与恶，美

与丑，尽在秤杆上可以看出；人心的大小，胸怀的宽窄，拨一拨秤砣全然知晓。

人与人之间的距离，不可太近。

与人太近了，常常看人不清。一个人既有优点，也有缺点，所谓人无完人，金无赤足是也。初识时，走得太近就会模糊了不足，宠之；时间久了，原本的美丽之处也成了瑕疵，嫌之。

与人太近了，便随手可得，有时得物，据为己有，太过贪财；有时得人，为己所用，也许贪色。贪财也好，贪色亦罢，都是一种贪心。

与人太近了，最可悲的就是会把自己丢在别人身上，找不到自己的影子，忘了回家的路。

这世上，根本没有零距离的人际关系，因为人总是有一份自私的，人与人之间太近的距离，易滋生事端，恩怨相随。所以，人与人相处的太近了，便渐渐相远。

人与人之间的距离也不可太远。

太远了，就像放飞的风筝，过高断线。

太远了，就像南徙的大雁，失群哀鸣。

太远了，就像失联的旅人，形单影只。

人与人之间的距离，有时，先远后近；有时，先近后远。这每次的变化之中，总是有一个难以忘记的故事或者一段难以割舍的情。

有时候，人与人之间的距离，忽然间近了，其实还是远；忽然间远了，肯定是伤了谁。

人与人之间的距离，如果是一份信笺，那是思念；如果是一个微笑，那是宽容；如果是一句问候，那是友谊；如果是一次付出，那是责任。这样的距离，即便是远，但也很近。

最怕的，人与人之间的距离就是一句失真的谗言，一个不屑的眼神，一叠诱人的纸币，或者是一条无法逾越的深谷。这样的距离，即便是近，但也很远。

人与人之间最美的距离，就是不远不近，远中有近，近中有远，远而不离开，近而不相丢。

太远的距离，只需要一份宽容，就不会走得太远而行同陌人；太近的距离，只需要一份自尊，就不会走得太近而丢了自己。不远不近的距离，多像一朵艳丽的花，一首悦耳的歌，一首优美的诗。

人生路上，每个人的相遇、相识，都是一份缘，我们都是相互之间不可或缺的伴。

美甲店活动方案及价格篇三

美甲护理活动方案

左手工作，右手生活，幸福style☑为自己代言；

她们一直努力着，让自己精彩更多、让家人朋友幸福更多；
执行目的及意义：

本次活动做此次体贴温馨的购房活动以此来增大业主对本项目的好感度，从而为接下来主推户型及强销；以现场火热的人气以促成意向客户心理对本项目的认可，从而达到成交的目的，同时也能充分挖掘出老客户对本项目的认可度，带来新客户。

执行内容准备事项： 执行基本点

时间： 2014年7月13日

执行地点： 夏宫豪庭售楼处

执行人员： 绍兴楼市网活动部门

活动团队的架构： 销售部全体人员

活动前期准备： 约访业主、意向客户，确定活动期间到临现场； 现场布置。

工作重点

销售部工作人员负责约访意向客户、老客户。

执行结束后需要进行的工作 整理活动工作中的问题并统计。

一、活动内容：

二、参与对象： 新老业主

美甲护理

女人 爱自己 就让自己时刻保持最美 春季美丽盛宴，让你美丽一春 幸福一生 手，是女人的第二张面容，指甲作为手部最精彩的部分，若将其装点得整齐美观，会让人产生信赖及好感。

纤纤十指，美丽虽及不上脸庞，却是评价人的另一种隐性标准，于是美甲成为了时下众多女性追寻的潮流之一。而在这些形形色色的美甲中，人们不难发现各色女人们的品味与生活态度。

创业实践及模式设计

小组成员：刘芯贝，刘雪莲，何娜

杨茜，蒲雅致，赵杉杉

纤

手

秀美

□show□甲

店

美甲行业的明显特征是：投资机会大，利润空间大；投资少，见效快；投资环境多种形式，经营方式灵活；用人少，技术易掌握；产品项目多，能满足多层次消费需求。

随着美甲服务的快速发展与该行业的特点，我们逐渐将眼球移到此领域。

在团结镇这个大学城，我们锁定了25900人的目标消费群体，因我们也身处其中，更能深刻体验消费群体的无奈。发现该领域市场的无序与落后。所以我们认定团结镇这一片广阔的市场，是一片巨大的蓝海。

我们本着“产品类型多、批量小、够时尚”的独特采购理念，引用“丰田公司”的顾客休息区独特店面设计，充分利用网络资源和科学的营销方式，重视顾客体验与服务，旨在在团结镇这片广阔的蓝海市场中，实现独特创新，开辟新土。

一、行业介绍：

1、美甲的起源：

美甲是指对指甲的美化和修饰工作，美甲是现在时尚的美容项目之一，但是它距今已有几千年的历史了。6000年前，古埃及人就已经用指甲花将指甲染出金色。1000年前，大约为唐朝时期，中国妇女就开始用凤仙花加上明矾捣碎，利用花的腐蚀性染指甲，使指甲保持数月不掉色。古代的官员也用金属打造成指甲以增加指甲的长度，显示尊贵地位。1960年装饰性指甲油问世，首次出现的是透明的甲油，1961又出现各种色素加入甲油中，使甲油真正的商业化。1980年美甲开始发展成为时尚，最初在欧美国家发展并成为流行，后又传入香港再到中国内地。

2、行业的发展：

美甲是一个新兴的、非常有朝气的行业，被誉为21世纪的黄金行业，据了解，美国的美甲行业迄今已有30年历史，年产值达十几亿美金，约有四分之一的美容人士从事美甲行业。曾经有专业调查机构报告显示，中国美甲市场每年以300%左

右的增长率迅猛发展，预计在被称为“中国美甲经济元年”的近几年，中国美甲市场蕴藏着120亿元金山。美甲行业未来的发展趋势有以下几点：

(1) 美甲行业的整体发展规模将愈发壮大：

(2) 美甲师的队伍素质亟待提高 (3) 美甲行业将有越来越多的投资商加入：

(4) 美甲文化氛围和消费群将迅速扩大

(7) 高质量的品牌运作和连锁经营是美甲企业立足长远发展的必然趋

美甲店开业庆典方案

活动方式

举行开业剪彩仪式 +美容专业讲座

开业庆典主要内容

一、活动目地：即向社会和市场各界宣布本店的存在，并取得广泛的认同，扩大知名度，提高美誉度，树立良好的企业形象。以便以后更好的发展。

二、活动主题：宾至如归，热情服务

三、活动时间：2012年7月1日

前期宣传

开业庆典重在人气的聚集，所以前期宣传一定要到位，尽可能的扩大知名度。广告投放：

- 1、在开业前十五天，以报纸广告发起第一轮广告宣传。应突出内容：“指之间”养生会馆开业时间、地点、服务特色、酬宾优惠预告等。
- 2、在开业十天前主要宣传本企业美容院独特的经营理念、专业服务保证、客户将得到增值的回报。
- 3、开业前一周 安排专人在繁华地段派发美甲体验卡、代金券、宣传单、试用装。在高档住宅小区张贴宣传画和开业优惠措施。
- 4、在开业前三天重点宣传本企业美甲院开业庆典及专业的服务和文化理念、生活氛围、入会优惠等。
- 5、在以上广告的基础上,同步启动市场营销工作。
- 6、优惠酬宾和服务特色重点推介、重点客户的拜访邀请、近期活动预告等工作。
- 7、通过近两周的广告宣传和有效客户的联系，确定重点客户开业时的到场和潜在客户的开发。

开业庆典准备工作

内 容：接待宾客、介绍到场来宾与致词、剪彩

开业前工作检查

- 一、各种所需物品与商品的检查。
- 二、水电、空调等设备的检查。
- 三、各岗位人员是否到位、到齐。

现场布置 a□室外：在门前铺红地毯，在大门的左右两边放

置2个音响和庆典鲜花。店门头悬挂开业横幅、进门一侧设来宾接待，准备签名册。准备彩剪刀、托盘若干；彩绸一条；礼宾花若干枝(剪彩嘉宾佩带)；放飞气球若干(粉、白色)[]b[]活动人物：总部领导、各分店负责人、专业美容讲师和“指之间”养生会馆主要客户、亲友参加剪彩仪式。主持人 1名，礼仪小姐8名，主流报纸记者2名[]c[]室内：

1、报架两个，摆放具有说服力的广告资料。收集发布过广告的所有报刊杂志和电视广告样片给顾客阅览、观看，增加产品的可信度。

2、讲桌一个，麦克风一个，投影仪一个，坐椅若干，用于美甲专业讲座。

3、展柜1-3个，用于产品摆放，另配专业人员向顾客进行产品介绍和咨询。

4、饮水机一台。

5、冷餐台。

活动策略

1、设计系列报纸广告，报纸上打广告，以四分之一版套红为主(可用异形广告)，配合套红达到醒目效果。

2、为了活跃现场气氛，在资金允许条件还可邀请现场军乐队或舞狮表演，请总部领导、更显隆重喜庆。

美甲店就要开业了，那么要怎么做才能够吸引到顾客前来消费，怎么寻找潜在顾客，以下几点供你参考：

1、内部寻找客源

开业时最需要的是人气，让你的朋友来享受你的优惠，如果你有能力吸引她成为你的顾客，如果她没有消费能力，吸引她成为你的宣传员，将自己的生意和朋友共享，会获取朋友的帮助和尊重，将这个方法也教给你的员工，让她们也开发属于自己的客源，给予宽松的提成政策，会受到良好的效果。

2、报刊广告

除非联合起来否则做报刊广告的必要不是很大。需要注意的是，所有的开业活动都是为吸引客源而准备，但是开发客源并不是我们最终目的，我们的目的是通过引导顾客消费来盈利，那么配合客源进店的消费引导工作很重要。

顾客的消费心里是很复杂的，会受很多因素的影响，如是否有适合自己的经营项目。产品品质的感受、产品价格是否适中。服务人员专业素质影响、服务细节的影响。店内是否安静等。

3、店头广告

我们的顾客就在我们身边，可是她们并不认识我们。那么可以通过什么方法让顾客认识我们，最简单的方法就是利用我们平常店头广告了。

店头广告是体现一个店的综合素质的窗口，店周围卫生状况，是顾客审视消费环境的一个重要因素；绝对不要用传统的方式，(如红色纸)去张贴海报，店内要常备，马克笔及白色蜡光纸，每当一个新的活动或通告需要告知顾客，即可在固定的位置张贴。在店门口我们可以让顾客了解到一些她们感兴趣的资讯，如收费标准、服务项目与技术内容，以吸引顾客。

4、散发宣传品

宣传品可以是优惠券。代金券也可以是关于美甲知识的宣传，

旨在让顾客不断了解，最新美甲知识，以产生兴趣，吸引其注意力。

5、异类结盟广告

让异类经营者，以答谢顾客的形式推广本店服务，永远是一种较为聪明的推广方法，使用这种方法找出一种互惠互利的模式，否则没有人会为你做宣传。

以下举几种异类结盟活动的方法： 1) 凡在其店购物(消费)达***元者，可参加本店有奖活动;2) 问答或抽奖活动，3) 凡在本店购物(消费)达***元者，可获本店价值***元代金券一张。4) 本店老顾客可到本店领取美甲咨询资料一本(高消费场所可用此种方法)5) 本店老顾客可获本公司举办顾客活动门券一张。6) 可用的方法有很多种，但这些方法必须有一个共性，就是真能给美甲店带来实际利益。

延安张晶美甲店经营策划书

方案策划机构：西安蒋云飞美甲形象艺术培训中心

策划人：周泽洋 2009年5月

目录

延安张晶美甲店（以下简称“美甲店”）位于延安城市核心商圈时尚shopping mall 3层，周边环境以时尚女装、饰品等女性用品的经营消费为主，主要客户群体是都市时尚女性。

基于以上所述，美甲店的定位以服务延安中心城区时尚女性为核心，美甲店定位标准为中高端美甲综合服务店面，店面规划面积20至30平方米，整体氛围体现时尚与品质的完美融合。

二 美甲店功能区的规划

店面布局根据店面实际大小分为a□b两套方案，具体选择酌情而定。

方案a□(适合于店面面积30平米规划)

店面整体划分为3个区，即美甲区、化妆区、综合区（饰品、香薰、或其它女性时尚消费品，酌情而定）。

方案b□(适合于店面面积20平米规划)

店面整体划分为2个区，即美甲区、综合区（饰品、香薰、或其它女性时尚消费品，酌情而定）。说明：综合区的设立目的基于以下原则：1. 有效利用店面空间，在不影响顾客舒适度的情况下实现店面面积的最大有效利用；2. 综合区针对有特别需要顾客提供更为全面的服务需要，即部分顾客在服务消费过程中对自身美化程度的进一步完善需要；3. 综合区所销售的物品与服务功能区相互结合、互为促进，带动顾客进一步的消费欲望，获得更大的业绩利润空间，有效的减轻店面经营压力。

三 美甲店的装饰

美甲店的装饰风格应以时尚、华贵为主风格，不能过于臃肿。装饰过程中要突出各功能区的功能性，不能混为一谈。

四 店面员工 a 员工人数的配备：

根据面积大小规划人数不等，一般20平米6人，30平米8人，采取两班制，即早班工作时间为早11时到晚20时，晚班工作时间为下午13时到晚22时。

美甲店的工作服是美甲店的标志之一，代表了美甲店的形象

定位。统一的服装有助于提高店铺整体形象，符合大型shopping mall的形象要求。

服饰制作应把握的原则：

整体性原则：美甲师的工作服要与美甲店的环境协调，质料柔软而不失挺贴，剪裁合身、活动轻便、简洁大方。

员工工资体系采用底薪+绩效提成的方式。

底薪根据员工的技术级别、职务级别和工作年限分为若干档，具体的定价可依据延安地区实际情况制定。

提成为综合绩效提成，是指美甲师服务收费、产品销售、会员办卡等合计的绩效。为了强化美甲师的促销意识，提成可采取累计提高制度。即制定一个基本任务值：例如2000元，未达到2000元，仅发底薪，连续3个月未达到就辞退。完成基本任务值，除发底薪完，按一定比例分档提成，例如，达到3000元，3000元全部按照比例3%提成，达到4000元，4000元全部按照5%提成，达到5000元，5000元全部按照7%提成，依次类推，调动员工的销售意识。

说明：具体的底薪制定和提成比例依据延安实际情况制定

员工培训概要

必须持之以恒，例如每天早上的晨会等，具体详见附件。

五 美甲店产品选购过程中需注意的质量问题

一、怎样正确选择洗甲水？好的洗甲水与差的差别？

首先，一定要挑选正规厂家出品，温和、无刺激的洗甲水。其次，洗甲水的用量一定要少。清洗指甲油时，只要让洗甲水浸透化妆棉上一个甲面大小的地方就够了。第三，洗完指

甲后不能使甲面变得黯淡、无光泽。

区别：好的洗甲水能轻易而彻底地卸除甲油、闪粉和水晶闪石，而且成分温和，不含损害指甲健康的甲苯，避免指甲的油分和水分被抽干。好的洗甲水用过后，甲片有光泽。

二、怎样选择甲油？好的甲油与差的有什么区别？

判断指甲油的好坏可以从使用感觉和妆效两方面来看；使用感觉中包括顺滑程度、均匀程度、覆盖力和气味；妆效包括：光泽度、透明度、丰满度、附着度、耐磨性和固色度等。如果指甲油的干燥速度很快，那它的光泽和牢固度一定会差，因为指甲油里加入了速干剂会伤害光泽和牢固度。

区别：跟甲指油所选择的原料有关，指甲油的原料主要是溶剂、树脂填料和色料等；溶剂的好坏与气味有关不好的溶剂往往含有较多的有害物质，气味也相对较重；树脂主要决定最后的妆效因为它是最后成膜的物质好的树脂原料能够带来光泽度、透明度、丰满度等感官妆面效果；色料能保证色彩的纯正和还原度。

三、怎样正确的选择水晶产品，好的水晶产品与差的有什么区别？

能治疗一些轻微的指甲疾病。

区别：好的甲液应该有气味低，黏性强，克服黄变；甲粉粉质细腻均匀，无杂质，调和溶液后光滑，易造型，减少起翘。

四、怎样正确选择光疗产品，好的光疗产品与差的有什么区别？

凝胶的特性 1. 呈现晶莹剔透的感觉. 2. 和水晶甲一样的坚固，但更具有韧性及弹性. 3. 无臭味. 4. 凝胶属于光敏固化体系 藉

助uv灯的照射来激活凝胶中的光敏引发剂,而产固化的化学反应。

区别：好的光疗可分为可卸和可剥两种，透明度高，没有味道，不易变黄；自然轻巧，韧性好，不易折断，而且收缩性好，延展性强。可剥光疗更适合初学者，不会损害自己的指甲，能更好的做到反复练习。

培训附件体系：

a《美甲店员工服务培训八大要领》

一 仪容仪表 正确的站姿应是：美甲师双脚以两肩同宽自然垂直分开，体重均落在双脚上，肩平、头正、两眼平视前方挺胸收腹。正确的坐姿是：美甲师双脚靠拢，双手放在膝盖上左右均可，腰直挺胸。头部不能左右斜。

仪表：要求整洁，每天美甲师上班前化妆，给人感觉清秀，化妆请随时注意打理。服装要求得体。

二 微笑

微笑是世上最美丽、最受欢迎的语言。美甲师一个好的微笑会给顾客留下深刻印象。是您服务成功的关键，更是您建立消费群体的有力武器。微笑到位也意味着引导消费的成功。一般培训是每天让员工站在镜子前练微笑5分钟，其次让员工相互对练微笑，经过半个月后，员工一定会露出满意的的笑容，请员工记住：我们不能控制自己的长相，但我们能控制自己的笑容。

美甲店活动方案及价格篇四

夏季是美甲店的旺季，美甲店可以做免费试做的促销活动。具体方案可以是免费试做一种颜色，做满整只手，也可以是

试做一只手，可以通过试做出来的效果，让顾客消费，办年卡神马的，如果通过免费试做，花费一点小钱赚来顾客的话是值得的。而且小编认为免费试做的促销方法效果会非常好，因为眼见为实的惊艳效果让顾客动心的几率非常高，所以美甲店老板都可以在炎炎夏日到来之际，试试这个促销方案。

要维护好这些顾客，生意就不会差。

节假日做活动是美甲店宣传、营销的好方法。美甲店可以选择端午、周末和暑假在店面周围的广场做活动，一是让更多的人知道你们这附近有你们这样一家美甲店，二是纳入更多的潜在顾客，然后慢慢变成实实在在的顾客，三是通过这些活动，销售出指甲油、洗甲水等一些美甲产品。这种促销活动，需要注意的是：

- 1、要先对广场进行考察，确定人多的时段；
- 2、这种活动要持续，定期做，不能凭感觉偶尔来一下；
- 3、通过这种活动吸纳的顾客，一定要好好维护，因为维护得好，口碑宣传会带来更多的顾客，如果顾客觉得不满意，以后在这里想纳更多的顾客就难了。

美甲属于服务行业，服务行业最关键的就是质量，所以，美甲店要想长期经营下去，就一定要保证质量，这个质量包括产品质量（指甲油、洗甲水）、技术质量（美甲师的美甲技术）和服务质量（店里的清洁工作、对待顾客的服务态度）。如果美甲店保证了这些质量，顾客不上门都难。所以，生意不好的美甲店赶紧检查检查自己的质量，看看是否过关了，如果没做好，就赶快亡羊补牢吧！

美甲店要想生意好，也要做最常见的促销——派单促销，虽然这种促销非常普遍，但是效果却非常好，它会让周围的人都看到。一般来说，这种促销都在店面周围做，接到传单的

人立马会知道这家店在搞促销活动，在打折，如果对美甲有兴趣的朋友，一定会抱着好奇心前往，这样，生意就上门了，接着只要服务好这些顾客，让她们对美甲效果满意即可。可能还有八千，六千等。

美甲店活动方案及价格篇五

利用七夕情人节，进行活动促销。借此，提高美甲店的知名度、拓展新客源以及回馈老顾客。

20xx年8月5日~8月8日

美甲店

20~50岁的时尚女性消费者

1、横幅宣传。可以在美甲店招牌以下的位置，悬挂宣传横幅。能让过路的顾客清晰知道美甲店所处的位置、推广活动，也是一种低成本的宣传方式，小型美甲店可以参考这一做法。

2、派发宣传单。在活动开始前一个星期，就可以先安排人手派发宣传单。在印制的宣传单内，应详细写明活动的期限、地点、对象以及具体的操作方式。能够简单介绍店内的特色美甲项目，比如最潮的法式美甲、另类的美甲彩绘等等(附图片)。或者，可以在派单的同时，附送一些美甲作品，让顾客有直观的评价。

3、温情短信/qq信息。相信很多美甲店都有建立顾客档案，趁着七夕情节，提前向她们发送祝福短信，顺便推销一下本次促销活动。

1、美甲折扣促销。折扣是美甲店最常见的促销方式，很多消费者都接触过并倾向于这类方式。在七夕情人节到来之际，美甲店可以进行不同等级甲片的折扣促销。

2、会员卡促销。顾客在店里做完美甲后，店员可以让顾客办理一张会员卡，会员卡的功效是做任何一款美甲随时都有折扣，这样就锁定了顾客，就相当于薄利多销了。

3、最新美甲项目促销。美甲店为了竞争，都会定时引进新项目来吸引顾客。不妨在七夕情人节，将引进的新美甲项目进行促销，让前来的顾客有所了解，因为这时她们有时间。

促销活动的注意事项：

1、注意培训员工，从迎宾到美甲师都得进行技术培训、销售技巧培训。

2、考虑与美容院、健身中心等单位进行合作，相互推销对方的产品，共同分享客户资源是获得客户经济快速的方式。

3、与周围其它经营好的美甲店相比，看看差距和优势。

美甲店活动方案及价格篇六

2、美甲店年卡20xx元的'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。

撕单法：

其政策大致如下：

方案一：一天一块钱美甲，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38次以上，年底返1000元。

方案三：手足5元一次（仅限一次）然后推广全年手足卡，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。

透支法：

其政策大致如下：

储值卡：现有许多美甲用储值卡来做销售，在没有新品牌新项目新顾客的情况下，其促销政策为：凡是消费者缴纳8000元给美甲，其护理，项目五折，产品六折。可能还有八千，六千等。

美甲店活动方案及价格篇七

xxx美甲专门店新老顾客。

20xx年年12月24日——20xx年1月3日。

礼爆圣元旦欢乐无限多。。

- 1、手（足）部护理项目，买1送1。
- 2、一次性消费满100元，8折优惠。再送精美礼品一份。
- 3、一次性消费满200元，7折优惠。再送精美礼品一份。
- 4、会员到店充值，即送精美礼品一份。
- 5、凡在xx年12月24日——xx年1月3日期间到全国xxx美甲专门店消费的顾客均可参与xxx美甲专门店的促销活动。

6、注：活动期间，会员不享受折上折，最终解释权归本店所有。

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞、新年节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣元旦节日促销宣传海报□x展架在店面宣传。（12月22日前贴出去，提前宣传）

3、制作促销宣传单张，12月23日前开始在店面周围进行派单宣传。（公司提供统一的促销宣传单张和海报等，需以成本价购买）

1、质量促销

美甲促销活动要注意三保和五保，如保质、保量、保中奖、保功效等和服务有关的内容。你可以把三保和五保的内容做成一个招牌，放在店内及店外，打响质量服务的招牌。另外，可以设置投诉环节，顾客对服务不满意可以投诉并获得一定的补偿，通过真正推行促销来增强顾客的消费信心。美甲店可以利用名人和明星效应，将名人和明星到店里消费的照片保留后做宣传。这种方法通常很有效果，可快速提高美甲店的知名度和销量。

3、活动联谊促销

美甲店活动促销，可以充分利用人们爱热闹需要感情宣泄的心理来举办活动进行促销。活动期间可以谈论顾客喜欢的、有兴趣了解的生活课题，加入幽默笑话、故事来活跃气氛，增进交流，结交新朋友。活动结束后，可以将参与活动的人员的资料整理入库，并赠送每人一份名录，并附上合影照片。

美甲店活动方案及价格篇八

xx美甲专门店新老顾客

20xx年年xx月24日~20xx年1月3日

礼爆圣元旦欢乐无限多

手(足)部护理项目，买1送1

一次性消费满100元，8折优惠;再送精美礼品一份

一次性消费满200元，7折优惠;再送精美礼品一份

会员到店充值，即送精美礼品一份

凡在xx年xx月24日--xx年1月3日期间到全国xx美甲专门店消费的顾客均可参与xx美甲专门店的促销活动。

注：活动期间，会员不享受折上折，最终解释权归本店所有。

广告宣传：

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞、新年节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣元旦节日促销宣传海报□xx展架在店面宣传□(xx月22日前贴出去，提前宣传)

3、制作促销宣传单张□xx月23日前开始在店面周围进行派单宣传。(公司提供统一的促销宣传单张和海报等，需以成本价购买)

美甲店元旦促销活动注意事项

1、质量促销

美甲促销活动要注意三保和五保，如保质、保量、保中奖、保功效等和服务有关的'内容。你可以把三保和五保的内容做成一个招牌，放在店内及店外，打响质量服务的招牌。另外，可以设置投诉环节，顾客对服务不满意可以投诉并获得一定的补偿，通过真正推行促销来增强顾客的消费信心。

2、名人促销

美甲店可以利用名人和明星效应，将名人和明星到店里消费的照片保留后做宣传。这种方法通常很有效果，可快速提高美甲店的知名度和销量。

3、活动联谊促销

美甲店活动促销，可以充分利用人们爱热闹需要感情宣泄的心理来举办活动进行促销。活动期间可以谈论顾客喜欢的、有兴趣了解的生活课题，加入幽默笑话、故事来活跃气氛，增进交流，结交新朋友。活动结束后，可以将参与活动的人员的资料整理入库，并赠送每人一份名录，并附上合影照片。