

美容院活动方案话术 美容院活动方案(通用8篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。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。

美容院活动方案话术篇一

一般来说，美发店年终答谢会有以下目的：

- 1、年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户(点击进入美发店年终答谢会顾客邀请函)的形式加强顾客忠诚度。
- 2、制造美发店在当地的知名度。
- 3、带动销售，提高美发店业绩。
- 4、通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美发的观念。
- 5、以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。
- 6、通过督导老师的影响，加强美发师的销售意识，提高销售能力。
- 7、新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。
- 8、在愉快的气氛中培养顾客与美发店的感情，促使顾客和员工成为朋友。

联欢+娱乐+答谢+优惠政策

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。

s专业女子美发店s年暨s周年感恩答谢会

在活动主题的确定上，可以和喜迎s新年结合起来，给顾客留下更加深刻的印象。

s年s月s日，地点：

- 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。

终端答谢会的创意点主要体现在以下方面：

- 1、邀请函文案要设计巧妙，创意销售，环环相扣，为现场促单埋伏笔。
- 2、不一样的开场节目，知性、品味与员工展示甚至促单相结合，而不是毫无意义的各种舞蹈。
- 3、可以用各种原创小品、产品情景剧代替课程，精心创作展现美丽主题及产品卖点，美发师主演增添表现力和亲和力。
- 4、设计全新背景音乐，烘托现场气氛。
- 5、永远记住：用心比创新更重要。

将前期需要准备的细节问题都列出来，如会场的确定、节目的安排、奖品的准备等。

在终端答谢会举行之前，要将美发店全体人员组织起来，针对方案做一个细致的培训，保证人尽其责，共同促进答谢会的成功举行。

美容院活动方案话术篇二

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。

美容院活动方案话术篇三

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的美容院提供；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。

美容院活动方案话术篇四

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。

美容院活动方案话术篇五

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。

美容院活动方案话术篇六

七夕情人，真爱无限

1、通过美容院七夕情人节活动增加新的客源，巩固美容院老顾客

2、通过活动，让更多的人知道我们美容院，宣传我们的品牌

20xx年xx月xx日—xx月xx日

所有女性顾客

1、美容院促销活动期间，凡是男士进店给自己女朋友买产品的或者是陪女朋友来美容院做项目的，都可以在美容院免费领取情人节特别的玫瑰花和巧克力。

2、顾客凡是消费所有产品或者是项目一律在原价的基础上在折上折、全部在8.5折。

3、凡是在美容院购买“真爱无限活动”消费达到899元，只要是证明是送给自己的妻子（女朋友），以此充分表达自己的爱意的，美容院会为你的爱而证明，可以让自己的妻子或者是女朋友在美容院免费做面部护理三次。

4、凡是消费满1099元、可以获得免费赠送玫瑰花鲜花一束（9朵，颜色自选）和精美巧克力一盒，由专人送到指定人处。（附带贺卡、可写上你要写的内容）

1、活动宣传时间□20xx年xx月xx日—xx月xx日

2、宣传办法：

a□美容院前面放两个美容院七夕情人节活动方案详细内容的

易拉宝

b□在美容院门店上挂上美容院活动主题的横幅。

c□在附近可以张贴大海报，宣传美容院的活动方案。

d□在美容院附近散发传单。

1、活动的广告图必须设计的很有感染力，不然达不到吸引顾客的效果，以恢复青春为主题。

2、活动期间，美容院所有员工的行为举止必须规范，占有站姿，左右坐姿，见到顾客要同意微笑问好，要凸显美容院服务的专业性以及团队力量。

3、在美容院内部进行适当的布置，让美容院充满七夕情人节的气息。

4、可以联合附近的超市或是卖场做活动，将美容院的七夕情人节的消费券作为赠送。

美容院活动方案话术篇七

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的不做的话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。

美容院活动方案话术篇八

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。