

周年庆活动策划案美容院(优秀5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

周年庆活动策划案美容院篇一

篇一

现在的消费者都变得很理性，象以前“活动一搞，生意”的时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是“促而不销”。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式(例如以前实行的会员卡充值加送30%消费)并不能真正打动消费，否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验，从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议，贵店可根据实际选择某些建议进行操作，也可打包组合。

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宜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宜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，在活动过程中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。

篇二

活动主题:回馈老顾客，欢迎新顾客;(暂定)

活动时间:一个月;

活动地点:美容店内;

活动内容:

- 1、“友情”主题卡新鲜出炉;
- 2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡;
- 3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节:

- 1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”;回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3500元以上(不含余额，即每人最

少充值额度为2500元);两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受“充值就送充值金额50%的原价消费”；回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为20xx元)；三人需同时办理。

3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额30%的原价消费”；回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2300元)；两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”；回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2100元)；三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2500元)；免费更换友情主题卡。

6、单个顾客(含持有疗程卡的老顾客)办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2700元)；免费更换友情主题卡。

单店活动预算：

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完整，忽略企业近期及远期成本。

1、30%原会员带一人：

$30*2*2500=150000$ (元)

2、20%原会员带两人：

$20*3*20xx=120xx0$ (元)

3、30%疗程卡顾客带一人：

$30*2*2300=138000$ (元)

4、20%疗程卡股卡带两人：

$20*3*2100=126000$ (元)

单店总收入:534000(元)

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在“主题卡”、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。

相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

周年庆活动策划案美容院篇二

如今的美容院已经不仅仅是美容、美体的专业场所，更是给人

身心放松、休闲及交流的生活会所,所以人文气氛的营造很重要,那如何策划好美容院的周年活动。下面是有美容院周年庆主题活动方案,欢迎参阅。

现在的消费者都变得很理性,象以前“活动一搞,生意”的时代已经一去不复返了,没有实质性的促销行动,往往是“促而不销”。按照贵店提供的资料来看,应该已经具备一定的客户基础,以前做过的活动方式也不少。因此我们认为,普通的买赠或打折方式(例如以前实行的会员卡充值加送30%消费)并不能真正打动消费,否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验,从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议,贵店可根据实际选择某些建议进行操作,也可打包组合。

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最佳礼品加以推广(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(最好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相同。

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，在活动过程中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。

本案撰写目的是美容店通过店庆活动快速积聚资金，并大规模发展公司会员，迅速扩张市场。由于雇主对经营的成本、回利时间没有具体讲明，故本案在写作的过程中忽略企业成本问题，通过参考雇主往年的活动信息制定可行性高的活动策划方案□

活动主题：回馈老顾客，欢迎新顾客；(暂定)

活动时间：一个月；

活动地点：美容店内；

活动内容：

- 1、“友情”主题卡新鲜出炉；
- 2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡；
- 3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节：

- 1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”；回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3500元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2500元)；两人需同时办理。
- 2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受“充值就送充值金额50%的原价消费”；回收原会员会员卡，并免

费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为20xx元);三人需同时办理。

3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额30%的原价消费”;回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2300元);两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”;回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2100元);三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2500元);免费更换友情主题卡。

6、单个顾客(含持有疗程卡的老顾客)办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2700元);免费更换友情主题卡。

单店活动预算:

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完整，忽略企业近期及远期成本。

1、30%原会员带一人:

$30*2*2500=150000$ (元)

2、20%原会员带两人：

$$20*3*20xx=120xx0(\text{元})$$

3、30%疗程卡顾客带一人：

$$30*2*2300=138000(\text{元})$$

4、20%疗程卡股卡带两人：

$$20*3*2100=126000(\text{元})$$

单店总收入：534000(元)

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在“主题卡”、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。

相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

一、活动背景

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一个美女？北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

三、活动主题

美从“心”开始

四、活动时间安排

(一)活动准备阶段

这个阶段就是宣传。目的是为了所有会员与疗程卡员都知道这个庆典活动。通过店外的pop海报来宣传这个店庆活动。活动准备阶段的主要事项安排：

1、活动时间的安排

2、活动场地的确定现金目标每个店是30万希望疗程卡的转会员卡吸引一些新的客人加入

3、确定参加的会员名单

4、活动所需要的物品

(二)活动实施阶段

2、活动地点：北京某某店

3、活动方式：自愿

五. 活动程序：

1、主持人开幕

2、经理上台演讲

3、节目表演

4、有关美容知识讲座。

1)什么是美?

2)什么是美容?

3)如何保养?

从心告诉会员们，什么是美。应该从哪些方面去注意去保养。这样就会让会员们受益匪浅。(美容知识的保养的内容由美容院自己选择，但是这个内容直接决定了以后的营业额)

5、中午的营养午餐

6、中午休息时间会员们可以相互交流美容保养的心得。

7、下午2点开始美容的课程。包括动作，知识，生活方面的美容。

8、会员的福利与优惠的说明

9、感谢词

10、结束

六、经费预算

经费的预算包括了资料的打印费，海报、横幅的制作费等等。

打印费：50元

海报制作费：200元

横幅的制作费： $2*80=160$ 元

中餐：1000元

总计：1410元

活动方案：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。

美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。

从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。

毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。

美从心开始。

周年庆活动策划案美容院篇三

美容院在周年庆中，可以做一些活动，带动客流量，从而提高销售额。现在就和本站小编一起来学习一下20xx美容院周年庆活动方案，如果你喜欢的话，记得分享给更多好友哦！

现在的消费者都变得很理性，象以前“活动一搞，生意”的

时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是“促而不销”。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式(例如以前实行的会员卡充值加送30%消费)并不能真正打动消费，否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验，从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议，贵店可根据实际选择某些建议进行操作，也可打包组合。

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宜的女性的最佳礼品加以推广(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(最好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。

随着20xx年春节的临近，人们绷紧了一年的神经得以放松，消费欲望也是日益高涨。所以美容院一定要迎合消费者的需求，为她们提供一个购物和享受的美丽狂欢平台。作为20xx年的第一炮，美容院春节活动必不可少。因此，芳享加盟中心策划了一场美容院春节活动方案，以供美容院老板朋友们借鉴、参考。喜欢就请关注吧(点击右上角“关注”)。

美容院春节活动必备品——新年大礼包

活动时间□20xx.1.23—20xx.1.29

活动主题：快乐猪年，美丽春节

活动对象：美容院的新老客户以及所有爱美女性

芳享美容院的活动礼品——景德镇瓷器一套

活动方案：

老客——折扣

折扣促销虽然很俗，但却是美容院活动中最实用的一种方式。再加上在春节期间，生活开支增大，而美容院的顾客大都是精打细算的家庭主妇。所以，必要的折扣是打动她们的重要原因。比如，美容院可以采取“一个护理项目8.5折”、“两个护理项目7折”以及特价项目等不同形式的促销方案□

芳享美容院的活动场景之一

新年大礼包

在有着丰富的送礼文化的中国，在春节送礼是一种独特的风气，也是一种时尚。所以，美容院也要为顾客们精心准备一份“新年礼”。比如，消费满xx元，就能得到美容院的精美春

节大礼包。礼包可以根据当地居民的喜好而定，但包装一定要精美、高端大气上档次。这样单单冲着礼品，顾客也会心动。

芳享美容院春节活动海报范例

新客——免费体验

在走亲访友的春节期间，打扮得新鲜亮丽也是女人们的一种乐趣。美容院可以为此制定一个拓客方案——免费体验。为迎接新年，美容院的主流客户——家庭主妇已经忙得晕头转向，而这时美容院为她们提供一次免费美容的体验机会，让她们跳出琐碎的家事，享受到美容院最真挚、最体贴的服务。如果美容院服务好，美容效果高，那这些体验客户很有成为美容院的忠诚客户了。

芳享加盟店会员卡蓝本

新年开卡——开门红

无论是什么行业，都会有月卡、季卡、年卡、金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、vip卡等等一系列卡项，这些都是稳定客源的一种必要方式。也是决定美容院新的一年客户进店率的高低的关键。为了打好美容院新年第一仗，各种美容卡项是必不可少的，什么卡搭配什么方案，月消费多少等都需要考虑在内。在春节期间，可以推送“预存1000送100”、“预存5000送800”等优惠政策，吸引消费者在春节期间成为美容院的开卡客户，为来年打下坚实的基础。

捆绑法：

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。

打包法：

在许多大店里面，计算顾客全年的消费，一年年卡20xx元，卖顾客20瓶产品，每瓶100元，共20xx元，共4000元，但是推销20次会让顾客感到特别不舒服，不如做一个顾客全年美容方案：全年护理卡4000元加自由选用产品20次(瓶)，要固定品牌。这样基本上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。

转卡法：

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。

双倍法：

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。

转介绍法：

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。

连环累计法：

滚动累计促销案例：

“18元包月滚动模式”介绍：用低价吸引客源增加人气后，通过滚动促销促进消费者增加消费。

“1000元充卡滚动模式”介绍：

用中等价位和较大优惠力度吸引客源，再通过滚动促销促进消费者增加消费。顾客消费1000元可获得：厂家赠送礼包：免费护理4次，含一瓶产品，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷一张(共价值 元)。

再消费季卡1540元可获得：前面所消费100元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：380元家居产品赠送，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷两张(共价值 元)。再消费半年卡2960元可获得：前面所消费1540元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：800元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷三张(共价值 元)。再消费年卡6680元可获得：前面所消费2960元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：2500元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷五张(共价值 元)。

注意：所谓“其他护理(任选)”指项目较高附加值的护理，

比如卵巢保养，背部开穴，护理中增加精油，淋巴排毒，美发、纹绣等等。（所有价格可以随当地消费习惯和终端商自身情况不同进行调整）美容院推出一项新的答谢老顾客的促销措施。其促销措施规定：凡在该美容院购买“年卡”和“半年卡”的顾客，若在20xx年继续购买“年卡”和“半年卡”则在“年卡”和“半年卡”的折扣基础上“半年卡”多折“0.5折”；“年卡”多折“1折”。而且，今后每年如此，直至折扣为“0”时，便可终生享受该美容院的免费服务，新顾客也可在未来的消费中享受该措施。（即：如果拥有20xx年“年卡”享受“6折”的消费者□20xx年购买“年卡”则享受“5折”□20xx年购买“年卡”则享受“4折”。促销措施宣布后的一周内，有100余消费者购买了该美容院的“年卡”和“半年卡”，同时仍有人陆续咨询该活动。

分级护理法：

美丽一生终极卡

只需花16888元，可享受价值服务32968元的服务，仅限8名。
服务内容：

开业三天内订购，可以成为终生永久性会员，此后下个年度开始凡于某某美容中心消费项目，可永久性享受护理项目7折优惠，产品8折优惠，某某医院整形项目7折优惠，（或8000元的第二年护理消费金。价值8000元）。

特聘为某某美容中心巡查顾问，及时检查本中心全面工作，有直接与美容中心资方沟通的权利与义务，宣传推广本中心，向本中心提供好的意见或建议，年度答谢获赠顾问特别奖励。

全年48次贴心保姆vip面部护理，价值100元/次，共4800元。
全年48次贴心保姆vip手部护理，价值50元/次，共2400元
全年48次贴心保姆vip颈部护理，价值50元/次，共2400元。全

年48次贴心保姆vip身体护理，价值150元/次，共4800元。

一次性全效性无菌极致护肤课程：美容袍、拖鞋、美容裤、束发带、床单以及酒精、消毒棉花、口罩、调理用套头等组成专用无菌组合包，一人一款，确保卫生。价值30元/次，二年，共2880元。

提供全年的美容服务整合方案，专门指定式服务，配备私人美容顾问和健康顾问。价值600元。

另外免费赠送全年护肤家居产品，视季节，肤质，与消费习惯，配赠价值4888元王牌精选产品。能满足全年家居护理定量需求。

全年优惠身体亚健康基本体检一次。价值1000元。

提供亲情卡2张，价值666元，每张亲密式体验服务4次。价值1200元。

另外高端美容院要将可能卡项全设计出来，如1万，3万，5万，8万，18万，28万，88万等，又如高端顾客1年卡，2年卡，3年卡全部内容事先都要设计好，不要临时搞出一些即兴的东西。

另再附些活动案例：

百分百有奖促销：终端会最后一个环节安排全情大抽奖活动，用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲，每一个与会顾客均可参与抽奖，奖项为一等奖、二等奖、三等奖，四等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七五折，二等奖为八折，三等奖为九折，四等奖为小礼品一份。或者说厂家的特价产品时，一等奖100元，可赠500左右元产品最好是套盒，4瓶加卡一张护理卡。通过事先核算成本，可将一、二等奖设计多些，用奖券的形式，也可用四色乒乓来做奖券。抽奖时尽量让新客人也能抽到奖；同时私底下满足一些客人想拿

一等奖的要求。

瓶瓶有奖，套套有赏：设计刮刮卡：顾客买若干产品可获刮刮卡一张，现场刮奖；有一种厂家操作的是：20变200的活动，顾客在购产品的基础上，额外加20元能获得200元的大礼包的形式；积分兑货：每一个产品标明积分，顾客通过会员卡确认，达到相等积分换相等物品；如果厂家的特价的时候，就可做这种升值促销方案。

客人可凭着邀请函去美容院做二十元现金券，每购一个产品从中划扣，如果是前店后院此种方法为宜。

集体抽奖：由省经销商或厂家牵头，在一段时间，该区域所有终端会发生消费的顾客在全省终端会活动结束后集体抽奖。由于参与人数多，奖项可以设计得比较吸引人，如奖品为日韩旅游，笔记本电脑，摩托车，黄金珠宝首饰，婚纱照等。

实物促销方面：从家用电器如电饭锅，到女性用品，如皮箱，女性发卡，胸针等小饰物，从化妆箱到棉被，枕套，如果真有心，去小商品批发市场，没准能找到一些物美价廉的东西。另外充分运用自己的社会资源，都会提供一些内部价格的优惠的礼品，再者美发产品，儿童产品，男士产品，美容小仪器也是个不错的方法。

周年庆活动策划案美容院篇四

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一个美女？北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

现金目标每个店是30万希望疗程卡的转会员卡吸引一些新的

客人加入

三、活动主题

美从“心”开始

四、活动时间安排

(一)活动准备阶段这个阶段就是宣传。

(二)活动实施阶段

2、活动地点：北京某某店活动方式：自愿

五. 活动程序：

六、经费的预算

活动方案构想：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以

达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。美从心开始。

周年庆活动策划案美容院篇五

回馈老顾客，欢迎新顾客；(暂定)

一个月；

美容店内；

1、“友情”主题卡新鲜出炉；

2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡；

3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”；回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3500元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2500元)；两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受“充值就送充值金额50%的原价消费”；回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为20xx元)；三人需同时办理。

3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额30%的原价消费”；回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，

即每人最少充值额度为2300元);两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”;回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2100元);三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2500元);免费更换友情主题卡。

6、单个顾客(含持有疗程卡的老顾客)办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2700元);免费更换友情主题卡。

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完整，忽略企业近期及远期成本。

1、30%原会员带一人:

$$30 \times 2 \times 2500 = 150000(\text{元})$$

2、20%原会员带两人:

$$20 \times 3 \times 2000 = 120000(\text{元})$$

3、30%疗程卡顾客带一人:

$$30 \times 2 \times 2300 = 138000(\text{元})$$

4、20%疗程卡股卡带两人:

$20 \times 3 \times 2100 = 126000$ (元)

单店总收入：534000(元)

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在“主题卡”、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。

相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。