

(合集) 美容院活动方案

(合集)美容院活动方案

美容院活动方案 1

一：免费会员卡

是美容院基本的促销手段，也成为主要的促销方式之一，如：月卡、季卡、年卡；如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。作用：稳定住忠诚老顾客运用方法：在顾客护理期间，为顾客办理此卡比每单次消费的费用低；办理年卡比办理月卡总和消费要低；购买产品享受优惠及折扣，享受院内各种优惠项目。场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、女子生活会馆。

二：折扣促销

作用：吸引注意刺激购买欲而且具有即时的效果。运用方法：据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，带动其它商品的销售；或某一新项目推出时，尝试后享受折扣。特别提示：院内持久经营项目和基础保障项目，尽量不要打折；开发项目或配套产品，可以适当的打折扣以促进消费。场合对接：适用于任何类型院家

三：免费试做促销

作用：吸引新的顾客群体，或推出新项目，先感受再消费运用方法：为有需求的群体在即定的时间集中免费试用，先体验效果再培养成为主顾客（一般四次左右）。然后再做好客户跟踪，电话回访，再试做，再沟通。场合对接：适用于小型、中型院家

四：消费积分

赠品促销作用：回馈老顾客老顾客在消费达到一定的金额后赠送一些礼品，促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。运用方法：先设定一定积分，达到一定额度返一定的积分（50，80，100——30 积分等），然后兑换产品、礼物、项目，疗程等，还可以参加其他的`优惠活动。特别提示：其额度不需太高（年终归零）场合对接：任何类型的院家均可

五：次数促销

（消费后的附带促销）作用：稳定住即将成为老顾客的人群（让顾客感受到美容院更多的优惠）运用方法：在第几次护理后可免费进行一次指定的项目或疗程，第几次做护理后又是免费，若干次为一个促销段，以此来设定。场合对接：适用于中、小型院家。

六：活动促销

作用：短期内使销售量激增。利用各种节假日，院家可运用方法：利用各种节日请一些专家、名人通过某些活动项目进行此类大型的促销活动。其中包括：动联谊促销、专家促销、名人促销、旅游促销。场合对接：适合规模较大的大中型美容院或会所等。

七：有奖促销

作用：激励消费的手段（在顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后）运用方法：赠送一些小礼品如：小饰物，小礼品，眉笔、丝巾、工艺品等；或在店内设定某一时段的摸奖活动（据消费后的金额）场合对接：各种院家都适用。

八：派单促销

作用：吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度运用方法：将有美容院形象的宣传单，体验单在美容院附近派单、美容商圈内定点派单、送到商圈住宅的顾客信箱内等特别提示：在派单上可印制院内免费试做的项目，激发顾客的消费尝试欲望，促使顾客登门进行更多的咨询和服务需求。场合对接：小、中型美容院，大型院家开业

九：人情促销

作用：打动消费者，建立长期稳定的顾客群体。运用方法：如：联谊会，周年酒会、问候促销（利用电脑或手机在各大节日送去问候）、顾客档案节日问候（顾客生日、婚庆日）等促销活动，让顾客感到关怀，拉近距离。场合对接：据院内经营的实际情况来选择

美容院活动方案 2

20xx 年 11 月 11 日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，当然店铺也相信，各位光光们也不想单身下

去。也希望能够有“脱光”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：

20xx 年 11 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 20xx 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。

三：略

美容院活动方案 3

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，则两人都享受“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，则三人都享受“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 2000 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，则两人都享受“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,则两人均可享受“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:

$30 \times 2 \times 2500 = 150000$ (元)

2、20%原会员带两人:

$20 \times 3 \times 2000 = 120000$ (元)

3、30%疗程卡顾客带一人:

$30 \times 2 \times 2300 = 138000$ (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:

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。

美容院活动方案 4

活动主题：

低碳护肤庆五一

活动时间：

20xx 年 4 月 30 日——5 月 7 日

活动内容：

随着近年来空气质量不断地恶化，人们生活备受雾霾的困扰。所以“低碳生活”逐渐成为时下最为时尚、流行的一种生活方式。不得不说，美容院加盟店为了满足一切消费者的需求，必须要一直走在流行的前沿，所以普丽缇莎在五一期间特别推出了“低碳护肤”这一美容概念，引进新型美容护肤概念吸引消费者，组织相关促销活动。

注：以下所有的活动都仅在五一活动期间限定促销

1、与自然协奏曲

相信所有女性每天必备的功课就是护理自己的肌肤，而在美容院加盟店中在五一期间特此推出了低碳护肤的方式，使用了最为简单、环保的护肤品之外，顺应季节性和气候的变化对肌肤进行合理呵护，减少肌肤因为季节性转变而带来的伤害。

虽然现在正值春季，但是气温变化较大，最容易触发肌肤过敏的症状。因此在美容院加盟店中特此在五一促销活动期间推出专业的敏感肌肤保养限定护理，只有在五一期间才能够享受到此活动的优惠和服务。

2、用天然生物重塑美丽

当人们开始追求美丽的过程中，越来越重视健康、天然的`护理。普丽缇莎认为来自大自然的生物才是成功塑造美丽的最佳保养品。在产品的护理上，如果采用最天然的生物进行美容，才是最为健康和环

保，这样的护理方式与化学、医学方式是不同的。

普丽缇莎的产品是中科院鉴定的唯一能够吃的化妆品，产品采用了先进的真空高速微乳化技术，超微纳米纯化提取技术，超微屏氧滤化分子技术，生物载体技术，提取三百多种美容药用天然植物精华配制而成，能在最快的时间内被肌肤吸收，被皮肤吃进去，让皮肤倍感清爽、服帖、细腻、滋润，用后能够让肌肤如丝般柔滑。

3、顺应规律塑造完美身材

“四月不减肥、五月徒伤悲”，减肥可谓是女性终生的革命。没有一个女性会不希望自己拥有窈窕的身材，而普丽缇莎美容院加盟店五一期间推出低碳减肥活动，顺应机体的基本规

律的美体方式——中医经络减肥。

中医经络减肥通过对穴位的刺激调整人体内分泌，从肥胖者病因着手并结合现在高科技美容仪器一起，通过辨证施治。既能够减去身体表面的脂肪，又能够削弱身体内部五脏六腑的脂肪，达到治本的作用。

美容院活动方案 5

元旦快来了，美容院现在就可以提前准备好元旦的促销方案。那么美容院如何做好元旦促销活动呢？下面白丽人品牌化妆品为大家整理了一个实际案例，希望能对大家有所启示。

一、活动背景

xx 美容院位于郑州市农业路，开店时间有两年多，营业面积 100 平方米左右，15 张美容床位，员工 20 人左右。现有固定顾客 500 人左右，平均月营业额达 10 万元左右。从规模上讲，顶尚属于中档，但从顾客群来讲，所辐射的家属区范围分别是河南电视台家属区、河南财政厅家属区、河南农科院家属区及河南日报报业集团家属区，都属于高素质群体，比较侧重档次和品位。希望通过世纪良谋营销策划机构的帮助，元旦促销活动用一万元左右的开支来增加新顾客 300 人，营业额突破 15 万元，并且大大提升顶尚美容院的知名度、美誉度和顾客的忠诚度，从而塑造良好的社会形象。

二、活动主题：爱心分享 炫彩元旦新年

主题阐述：在本次活动中，爱心的分享和传递将贯穿始终，每一项的优惠活动都不是庸俗的买赠而是有一种爱的感觉在里面，最终让大家在新的一年里都有一份美好的心情。

三、活动内容

1、向卖火柴的小女孩献爱心 万人签名大行动

i，飞雪圣诞平安夜，我们在欢庆平安、幸福的时刻，可曾想到在我们的同一星球、同一个城市、在我们的周围，还有靠拾煤渣、“卖火柴”和靠乞讨换取一块面包维持生计的孩子，在飘雪中、寒风里瑟瑟发抖的孩子…，让饥饿、寒冷远离平安夜，我们共同伸出双手献一份爱心给“卖火柴的小女孩”。

ii，如果您有一份爱心，只需付出 2 元钱，即可在顶尚美容院领取小礼品(免费美容护理卡)一份，您付出的 2 元钱将捐献给市福利院的被遗弃无父无母儿童和救助站其他急待救助的孩子们。让他们过上一个远离饥饿寒冷远离平安夜，在顶尚美容院设点，动员购顾客或其他社会群体参与，动员捐款，同时由市妇联出面，联系当地社区，在小区家庭，小孩不再穿的衣服、用品捐献，社区设点，捐衣服、用品，留姓名，送给捐献者金伯利钻石 xx 店台历，收集捐物。

iii，时间： 12 月 24 日前

主办：市妇联

协办：顶尚美容院 当地主流媒体

公证：市公证处

iv，安排捐助仪式活动，实施捐赠和爱心签名仪式，时间：12 月 24 日

v，捐助人员全部留名媒体统一刊登(郑州晚报)或(大河报)或(东方今报)或(河南商报)等)

举办此活动的目的的一方面是为了造势，即：制造新闻，让社会各界都知道顶尚美容院是一个充满责任感和爱心的美容院。同时，也为下一步的促销作好铺垫。

2、回报贵宾顾客 豪礼大满罐

凡是活动之前的所有老顾客，只要累计消费达 3000 元以上者，均

视为贵宾顾客，通知她们统一来领礼品，礼品为零售价为 500 元左右的三件套妆和一张价值 200 元消费卡。组织她们现场排队领奖品，然后合影留念。在活动当天购买满 3000 元者，也将视为贵宾顾客，享受贵宾待遇，即可参加领礼品与合影留念活动。

举办此项活动的目的是，在老顾客当中形成极好的口碑，通过口碑相传来吸引新顾客。

3、白白美一回

选中新款美白套装，在活动当天限 100 名，购买新款美白套装者，一年后可以赠送价值相同的套装产品。此项活动一方面为了推广新款美白套装产品，另一方面也是为了促进新顾客购买。

4、你结婚我送花 浓浓祝福进万家

凡是今年要结婚的准新娘，只要来顶尚美容院登记，顶尚美容院就会在结婚当天送鲜花过去和试用套装。此项活动主要为了拉近与潜在顾客的距离，吸引新客源。

四、活动执行及活动进度

本活动共分为四个阶段：

第一个阶段：制造新闻，迅速出名

主要措施就是通过举办“向卖火柴的小女孩献爱心 万人签名大行动”；在12月24日之前一周内在媒体投放广告3次，告知活动内容；12月24日当天举

行仪式，地点：顶尚美容院向前 20 米联通广常同时组织店内员工 10 人向现场观众散发关于后边三项活动的宣传单页。

第二个阶段：传播口碑，赢得信任

实施第二个活动，即：回报贵宾顾客 豪礼大满罐！在元月 1 日前 3 天，通过利用手机短信群发功能告知老顾客，属于有针对性的传播，不必做广告。在元月 1 日当天，让顾客在美容院门前排队等候领礼品，然后分批合影留念，形成一道靓丽的风景！

第三个阶段：趁热打铁，出击销售

实施第三个活动：白白美一回！在元月 7 日前投放 3——5 日的报纸硬广告或者报纸夹页广告。在活动当天(元月 8 日)同时把 100 套新款

5 个人负责接待，5 个人负责沟

通谈判。

第四个阶段：抓住结婚高潮期，锁定潜在消费者

一般来讲，阴历腊月 and 阳历元月是结婚的高潮期，可以把送鲜花和使用装作为对新娘的一个切入口，尤其是家在美容院附近的。一方面可以每隔两三天投放一次报纸硬广告，在元月 20 日前投放 3——5 次即可。通过电话咨询进行登记，店里可以专门抽出 2——3 人负责送花。

五、 注意事项

1、 这四次活动进行时，销售行为实际上贯穿始终，只是在不同的阶段重心不一样而已。

2、 进行每一项活动时，首先要对美容院全体员工进行培训达到能够正确领会活动意图。

3、 活动准备工作最好都要提前进行。

4、 提前准备好营销话术，以便应对顾客提出的各种问题。

六、 附件

(一)美容店内、外的销售气氛创造

店内道具：

吊旗、挂轴 pop、x 架、圣诞树、小礼品、吉祥物(小圣诞老人)、下载专题圣诞 mp3 音乐，圣诞 flash 小影碟等。

店外道具：

条幅、易拉宝、卡通造型、圣诞老人服装、圣诞树、门窗、橱窗处理、dm、捐款箱及捐助 pop 等。

店外活动(门口)：

圣诞 mp3 音乐、

6

一、低门槛法

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。

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。

二、限时限量法

如：“三八”妇女节只需要花 38 元的促销标语，美容院全部服务项目“38 特价优惠一周活动。如建国六十周年，还可以与当地单位搞个 666 元提供 66 位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

三、透支法：

1、储值卡：现有许多美容院用储值卡来做销售，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 1 万元给美容院，其护理，项目五折，产品六折。可能还有八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美容院利润来说损失具大；

2、保值卡：消费者预存 2 万，2 年后基础护理后，2 万现金全部退回，号称美容股票；

3、任选卡：消费者缴纳 1 万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选自己喜欢的各类服务。

4、终免卡：将美容院项目拆分，进行终身免费的服务，如油压终身卡；基础护理终生卡；

说明：其实美容本身就有融资的'性质，以下几种方法手段不过突出一些，美容院最常见的一种方法，

5、“消费储值”模式：消费储值方式通过变相返点返现的形式，可以提升客户的消费附加值，并可留住顾客长期消费。

四、对比法：

1、美容院年卡 1800 元，同时下半年赠送送价值 600 礼品套盒；

2、美容院年卡 2000 元+1 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。

如美容院设计 1000 元卡 3000 元卡，与 1280 元卡与 2880 元卡

3000 元相对 1000 元，最起码要 3 倍以上的好处才能打动顾客，而与 1280 元卡与 2880 元卡，在顾客看起来相当于 2 倍，如果有 3 倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

五、撕单法：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚腩到手臂到大腿，一次就做了十个地方，全套下来只相当于做了十次而已；

二、如果顾客现场能成交，根据不同消费者会有多达五六种礼品赠送，层层加量，如迷你装，小礼品，加次数，多项目，抽奖券等；

三、案例如：美容院常见促销政策：年卡：2000 元，送 1000 元产品，额外再送手护 10 次，卵巢保养 10 次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上。

鉴于美容院开年卡相对较难，这个政策可转化调整为：

第一步：美容院半年卡 1500 元，送产品 1000 元，限活动当天开卡有效；

第二步：如果顾客再加 500 元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。

第三步：如果顾客再愿意，手部护理 5 元/次，限 10 次，卵巢保养 10 元/次，限 10 次

说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

7

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：

a. 利用五一期间活动吸引更多的新顾客进店消费，从而扩大顾客群，提高店铺的'整体营业额；

b. 同时通过一系列的促销活动适当引导顾客向高附加值的项目消费或多项目消费，提高客单价及利润；

c. 让顾客产生好感，提升品牌形象。

活动的具体实施方案：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/375341020132011241>