# 最新化妆品促销活动方案(优质8篇)

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-09-08

*方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。化妆品促销活动方案篇一1、宣传...*

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。

**化妆品促销活动方案篇一**

1、宣传单肯定是要有的，宣传单印得精美些，多找几个人去发，最好统一服装，具有宣传效果。早晨到居民小区，上班时一看门就能够看到。中午晚上到小学门口，那些等孩子放学的妈妈们一般都很无聊正好用这时间详细看看宣传单，还有就是晚上散步的人，要有针对性的发，18到45岁之间的女性和20到30之间的男性，避免浪费。

2、找建设局协商，在街上悬挂一些横幅，能够用一些爆炸性的字眼：化妆品产品全市最低价！这样才能吸引别人的眼球。最好多挂一些时间。

3、找两辆小卡，把大幅的宣传彩页四面贴在车厢上，加上音乐，每一天在县城各条道路转，这个一般做宣传的都明白，很简单。

4、租两个打气球挂上竖条幅，在广场前期造势。

5、在县城的地方论坛发布软文广告，增加本店的知名度。

6、店面门口能够安上写有化妆品用后效果的跟踪事例，让消费者安心。

活动主题：您的美丽，由我们负责！

永葆青春，从我们开始！

活动资料：

1、利用顾客的便宜心理。你家店肯定也会有日化产品，像牙膏，洗发水，香皂之类的，一般这种东西利润不高，可是利用好了也能发挥很大的作用。这是家家都会用到的东西，首先你能够打出一个招牌：日化用品全市最低价！只是一毛两毛的就能吸引很多人光临你的店，县城里一传十十传百，这样就有了人气。最好是宝洁，联合利华之类大家都熟悉价格的产品，这样一来顾客就会觉得你家东西都比别家便宜，不管买什么都更喜欢到你这来。

2、你搞活动厂家肯定会有支持，你能够向哪一家要一些气球，一般上头有字的宣传气球质量也都比较好，五月底正好立刻六一，能够在宣传单上印上：凭此单进店有礼。来的顾客有小孩子就给一只气球，如果有厂家免费赠送一些袋装的试用装更好，能够给那些潜在顾客。

3、只要是活动期间购买品牌化妆品都赠送贵宾卡，声明贵宾卡平时是要花30——50元购买的，凭此卡购买品牌化妆品能够打9折，能够积分兑换奖品，制作一张贵宾卡使用说明贴在醒目位置。目的建立与顾客之间的长期关系。

4、抽奖活动。一般的活动都离不了。能够设两种方式，购买不一样价格的产品抽奖方式不一样。一：购买产品38元以上能够抽奖，奖券性质的，告诉顾客绝无空奖，人们才有购买的动力。一般是幸运奖一些试用装啊，四等奖30名，奖品牙刷，鞋油什么的，三等奖20名，奖品啫喱水，洗手液，沐浴露之类，二等奖5名，奖品功能锅什么的，（事实证明能够设一些化妆品之外的耐用型奖品，这样对顾客更有吸引力。）一等奖1名，奖品折叠自行车一辆。（奖项仅供参考。）二：购买68元以上品牌化妆品的能够参加抓现金活动，里面放一些一毛五毛的硬币，当然五毛的要少，在一个箱子里，顾客把手伸进去，抓出多少就送多少，能够把口剪得小一些，一般顾客抓出来的不会超过10元，大概就是5-7元之间，能够反复试验一下。新颖的方式更会引起顾客的兴趣。抽奖时间最好是固定在某一天的某一个时间，比如最终一天的上午十点开始，十二点结束。这样前几天的顾客都会在这一天聚在一齐抽奖，又构成最终一天的小高潮，抽到奖的顾客要胸带红花合影，反正尽量引起轰动效应。抽奖的最低限额不要太高，要接近县城居民的理解水平。

5、既然楼上有美容美体这方面服务，当然要力推。除了楼上产品也适用以上活动外，还要推出购买品牌化妆品满100元送楼上服务一次，美容，刮痧，手护，足疗等任选一样。一般有护肤意识的人都会研究的，免费赠送一次效果好的话，也就成为楼上的顾客了，这样带给店里的利润会更大。每位顾客最好留档案，以便日后回访。

6、要有美容师帮忙顾客分析皮肤，最好有皮肤测试仪免费测试皮肤和头发，顾客看到自我的皮肤有缺陷才会引起护肤的意识。注意不要说得太严重以免引起顾客反感。美容师皮肤要好，最好语音温柔，懂得顾客心理。如有厂家美容导师在最好，一般顾客都相信“外来的和尚会念经”，能够设置一块地方，像门诊一样，供顾客坐下来详细咨询，导师给予详细解答。

7、确定哪一天开业，以后每年的这一天就是店庆，最好想个主题，比如第一届化妆节什么的，比较有意义，顾客也比较记得住。既然是化妆节，肯定少不了彩妆，能够请一位化妆师给每位做美容的顾客或者购买品牌化妆品的顾客免费化妆，有需要彩妆的顾客，有了专业化妆师试妆，效果肯定也不一样。活动期间能够选店员或者有兴趣的顾客做示范，给顾客看化妆前和化妆后的区别，县城顾客对彩妆意识不强，但也在逐步上升，一般针对20——35之间的女性。

8、设置一些换购产品。比如平时15元的啫喱水，买够38元能够以10元价格购得。设立一个换购区。这样买够38元即能够抽奖也能够换购，顾客一般很难抵挡住这样的诱惑。换购的产品能够设置一些利润比较高的产品，仅有你一家有别家没有，没办法比较价格的产品。

9、因为立刻就是夏季了，肯定离不了防晒霜，能够针对防晒做文章，品牌化妆品购满多少加多少就送防晒霜。比如泊美购满200元再加10元送原价68的隔离防晒霜一支。具体价格可根据店内商品斟酌。也可准备一些遮阳伞，披肩，防晒手套之类的做礼品或奖品。

10、开店当然要有打折的产品，根据品牌利润确定打几折，满必须金额送什么赠品。

**化妆品促销活动方案篇二**

首先我们要让别人明白，我们在搞促销，所以我们能够制定dm派发方案，制定周围几公里内的，高档小区，进行dm派发活动，选择适合我们的目标客户群体，制定相应的dm数量，由专门的dm派发公司进行派发。（一）化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块能够机动组合，促销氛围易于营造，能够给店面带来直接的人气;消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、效劳，停留关注率高，能够用专营店品牌及产品品牌深刻刺激消费者的认识;专营店通常长短开放式状况，消费者入店后目的消费性强，店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通，从而成交率与客单量都能够大提升，销量天然能够有大的提升。可是在实际操作过程中，作为经营者，对促销活动总有不得其法的感觉，把握不住规律和要点，活动推广出去之后也反映平平，始终收不到预期的效果。

（二）店内促销活动易受店内面积限制，而专营店的化妆品消费会有时间段性，在入店消费者人多时假如接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。，因而做店内促销时，要想方法将消费者按时间段分流，不要流失消费者。确定好节假日促销活动方案项目：

节假日促销活动要想成功，促销活动方案中的促销方案项目要对消费者有极强的吸引力，促销的力度要够，知足消费者在节假日消费的需求。促销力度上要凸起节假日消费的不一样，普通来说为买赠力度和产品让利优惠力度，可利用单品特价或套餐赠送以及畅销产品的热卖来做焦点。(畅销产品在促销活动中的带动性才会很大。)专营店必须利用这种情势把顾客带进店面，引诱顾客应用店面的产品，发生现场的销量，同时为前期的跟进和销售做好铺垫。促销活动方案的力度决议了对消费者的吸引度，才能增加节日气氛和人气。

常用的促销活动计划重要有产品特价、品牌折扣、买赠、特价

专营店从品牌产品或是畅通流畅产品中选择几款消费者熟悉或较熟习的特定产品做特殊优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对照度会清楚，消费者能实在感触感染到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，由于消费者对产品懂得不深，是没有太大吸引力度的。

品牌折扣

应对自我熟悉的某些品牌，异常是具有吸引力的品牌，能够将全系列产品在促销期间打折优惠销售。能够敏捷集合人气，提升入店率，可是因为品牌产品的利润率原先就不是很高，打折后利润率则更低了，所以店内促销职员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向领导至专营店经营的主利润品牌上。

买赠

消费必须金额或是消费必定数目能够赠予绝对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜;买三款送一支护手霜加一个面贴膜;或是买满几金额送一支护手霜等等方法)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者能够赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，(如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等)。要提升消费者的入店率，专营店还能够对消费者展开免费化妆、收费征询、抽奖活动，更好地吸引消费者，合作店内促销活动，到达促销目的。

作为上海dm派发公司为客推荐以下几点

1、视觉手段：促销活动终端现场尽可能多的张贴pop广告。气球、巨无霸充气模型。横幅、条幅等。空中飞艇、热气球。整齐异常的着装。散发印有活动说明的小气球给带孩子来的消费者。或者散发能够利用的小型精美宣传品。特制的高帽子。

2、听觉手段高音喇叭。不停大声吆喝。麦克风、扩音器，播放欢快的曲子。电视录像或者重复播放录像录音。

3、现场表演秀能够事先找一些参与欲望很强烈的顾客，让其在现场表演、现身说法。也就是常说的托，可是最好不要用假托。让真正的消费者担任此脚色。用产品或者特制的展示包装物堆成各种形状的堆头，并在所有能插的地方插上气球。

做好充分的人员前期安排和培训观察肌肤快线的促销工作，工作人员有条理的分工和有序的工作现场都给人留下了深刻的印象，每个人都清楚自我的工作职责，各司其职，从而保证了细节都能执行到位。所以在促销活动进行前，必须要充分做好人员的安排和培训。

1、促销活动准备职责到人，跟踪检查工作亦职责到人。做好一切彻底、宣传、物品准备。

2、现场活动职责到人，事先预演可能出现的所有问题及其处理预案，以及应急方案，一旦出现问题，迅速按照预案或者应急方案处理。稳定现场局面。

3、前期对每个人的工作分工进行反复沟通培训，让每个人都能对促销活动主题、目的、意义、程序、注意事项等详细了解。并且做到一人多能多职安排，一旦人手不够就可真正实现一人多能多职。布置完任务后，让每个人复述自我的职责，出现问题处理程序和处理方法。

4、严肃纪律，统一行动，保证执行效果。

**化妆品促销活动方案篇三**

必须在开业气势上务必要一炮打响，体现宏大规模的.特点。迅速提高水莱雅补水专家的知名度，吸引消费者来参加开业活动。开业就有好的销售业绩。

策划吸引消费者的促销活动，让开业时，水莱雅补水专家就充满人气。

提炼诉求卖点，在促销推广中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

设计有诱因的促销活动方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

1、提炼诉求（宣传）卖点：

补水养颜；价格低、服务好、质量过硬

2、策划促销活动方案：

促销活动方案1：开业演出及开业仪式

利用演出来吸引消费者；全天演出。

促销活动方案2：向消费者告示水莱雅我的补水专家

突出理想也就是价格、服务；用报纸向社会公告；用巨幅向社会公告。

促销活动方案3：开业有礼，红包多多

以5元的代金券设计成红包的形式；开业期间，见人发一张。

促销活动方案4：每天推出特价产品1款

可以长期推行要推销售额大的，影响才会大。

**化妆品促销活动方案篇四**

必须在开业气势上务必要＂一炮打响＂，体现宏大规模的特点，迅速提高“水莱雅——补水专家”的知名度，吸引消费者来参加开业活动，开业就有好的销售业绩。

策划吸引消费者的促销活动，让开业时，“水莱雅——补水专家”就充满人气，提炼诉求卖点，在促销推广中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望，设计有诱因的促销活动方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

1、提炼诉求（宣传）卖点

补水养颜，价格低，服务好，质量过硬。

2、策划促销活动方案

1：开业演出及开业仪式，利用演出来吸引消费者，全天演出。

3：开业有礼，红包多多，以5元的代金券设计成红包的形式，开业期间，见人发一张。

4：每天推出特价产品1款，可以长期推行，要推销售额大的，影响才会大。

**化妆品促销活动方案篇五**

（一） 惊喜一：幸运100%，金钱一把抓：

活动细则：

1：凡在活动期间进店的女性顾客均可免费抓金一次中奖率100%

2：各美容院（店）及商场专柜需在前台设抽奖箱一个，奖箱内放糖块一箱，每块糖块上面均粘有5角硬币一枚及相应的奖项卡片。

3：奖项设置为：60%为价值20元的代金券，10%为价值18元的护手霜，5%价值68元的纯露，5%为价值99元的《非常6 1》超值体验卡，5%为价值50元代金券，3%价值100元代金券，2%价值386元的祛皱套盒，10%为其他小礼品。

4：顾客单手进行抓金，依单手的最大容量能抓多少抓多少，原则是手能顺利从奖箱中取出且不能损坏奖箱。

5：所抓奖品当场兑换。

（二） 惊喜二：空瓶换物

活动细则：

1：凡活动期间持某某品牌系列化装品空瓶，均可在店内或商场柜台进行相应的产品兑换，

2：兑换细则为：

一代产品（含同仁御颜系列）空瓶

3支空瓶可兑换价值18元的护手霜一支

5支空瓶可兑换价值66元的一代美白嫩肤洁面乳一支

二代产品空瓶

1支可兑换价值18元的护手霜一支

3支可兑换价值68元的纯露一支

5支可兑换价值145元的二代lps专业美肤洁面乳一支

（三）惊喜三：礼上加礼 好运连连

活动细则：

凡在活动期间进店（柜台）一次性消费满300元的顾客，均可获赠价值300元的年终答谢抽奖卡一张及大型沙龙联谊会入场券一张，届时可以贵宾身份参加我公司举办的大型年终答谢沙龙联谊会并有机会获得千元大奖，以单次满300元为一次机会依次类推，具体细则详见沙龙会活动方案。

化妆品店促销活动参考

“打折售卖”这是一种最为常见商品促销形式，将某种商品进行打折优惠，刺激商品大批量的销售。常用于处理商品（季末商品、清仓商品、近期商品、残缺商品）以及新上市商品，或者节假日特别优惠回馈顾客。

优点：真实打折力度大吸引大，不经常打折的商品或名品牌商品在特定环境下打折，效果更为明显。

缺点：打折频繁对商品伤害较大，打折力度过大，容易引起顾客的不信任。打折的处理品容易带来负面影响。

“买一送一”即购买某种商品免费加送多一件同样商品或买某种商品赠送另一件（或几件）商品，是一种较为常用的商品促销。赠送的商品通常以主卖品的关联商品为佳。

例如：顾客买婷美洗发水200ml送（同类型）婷美沐浴露60ml。

优点：促进顾客的购买欲望。

缺点：本活动针对的产品通常是新品或需处理商品，所以选择的赠送产品一定要具有吸引力，赠送的产品最好和主卖品具有互补性的关联商品或时下流行品。

“换购”是将名牌商品或季节性敏感商品以大力度低于市场价吸引顾客换购，换购需满足一定条件，常见的有两种方法 ，一是购买指定产品可优惠价换购另一产品，二是购满一定金额可优惠价换购指定产品。

例如：顾客购物满50元，就可以以9.9元换购指定商品（该商品市场价14.8元）

优点：有效提高购买客单价，刺激顾客消费。“换购”顾客的接受力很高，还可博得“价格便宜”的口碑。

缺点：换购的产品要有吸引力，是顾客确实需要的东西。力度越大，效果越明显。若换购产品顾客不感兴趣则活动失败。

“加一元多一件”购买指定商品加1元送多一件同一商品或多一件不同商品。

例如：买5元纱曼婷面膜加多一元就可以免费送（同类型）纱曼婷面膜一片。

优点：刺激顾客购买产品。加一元多一件，加1元送的东西对顾客要有吸引力，所以产品选择很重要。

“现金抵用券”是一种变相的买赠活动，在活动中顾客一次性购物满指定金额，或者购指定商品可使用现金抵用券。该券可以当场低用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

优点：刺激顾客消费，提升销售额，能够提高客单价，能增加顾客购物的额外惊喜，可使用顾客重复购买。

缺点：影响正常毛利。券的使用一般设有限制，会导致部分顾客不满，同时操作上容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，要有优良的监督。

“抽奖/摇奖”购物满指定金额就可以免费抽奖或摇奖，通常设置四至五个等级的奖项，特等奖或一等奖奖品设置比较诱人，能够调动顾客参与兴趣，奖项吸引力越大，活动越成功。可以现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方法。

例如：凡在娇兰佳人门店一次性购物满30元就可以免费抽奖一次，60元两次，最多限5次。 奖项：一等奖、二等奖、三等奖、纪念奖（欢喜奖）。

优点：增加购物的乐趣，满足顾客“博大”的欲望，一般是规定买满多少才可以抽奖，提高客单价。活动成功的关键环节是：奖品设置要有吸引力。

缺点：抽奖活动各行各业都在搞，比较泛滥，顾客的信任度不高。同时操作上需要有抽奖箱、摇奖转盘、奖券等很多道具物料。

“刮奖”购物满指定金额就可以免费刮奖，和抽奖有异曲同工之妙。该刮奖设置苦干个奖项。现开现奖，刮中什么奖，现场就奖励。

例如：购物满30元就可以免费刮奖一次

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、安慰奖。

优点：现开现奖，顾客信任度高，增加顾客的购物乐趣。且操作简单，这种形式顾客乐意接受。

缺点：大奖送出，其消息扩散范围不大，影响力不大。

“捆绑销售”将一种商品捆绑在另一种商品一起，再重新定价或按照以前某一商品价进行销售。这也是常见的商品促销手段，和“买一送一”形式差不多。主要是针对商品单品的销售。例如：沐浴露与沐浴球捆绑一起销售。

优点：能够刺激商品销售，提高客单价。

“限时抢购”指在指定时间以特别优惠价钱售卖商品。目的是拿名牌商品或敏感商品来吸引人气，显著的特点是：抢购的商品是大众化知名度高的商品，差价优惠力度要大，要根据店自身的情况选择时间段。

优点：极大地吸引人气，并能够博得低价的口碑。

缺点：抢购商品数量有限，不能满足顾客需求，可能导致顾客不满。由于让利比较大，对利润的损害比较大。

“买满就送”指顾客消费满一定金额可送（商品/现金券），是各行各业最普遍的一种促销方法，赠送的东西可根据当地实情制定，也是顾客比较喜欢的一种促销方法。

例如：买满30元送10元现金券；买满30元送护手霜一支。

优点：提高客单价，刺激消费，如果送现金券还可以刺激顾客二次购买。

缺点：送的东西如果没有吸引力会导致活动失败，赠送现金券如果不是现场抵扣，会导致部分顾客不满。

“免费送”也是一种常用的促销手段，多用于新店开业、节假日促销或者新品的推广等。免费送通常设定一个指定时间、指定数据来吸引人气，免费派送。

例如：每天开店前1小时到店顾客可以免费获得由门店派发礼品一份。

优点：吸引人气，带给大家免费获得赠品的惊喜心情。

缺点：赠送的东西一般价值较小，对顾客吸引不大。

“凭剪角换取”这是一种常用的在dm单或其它宣传品上剪取指定位置一角可以获得奖品（赠品/礼券）。

优点：能够让dm单或其它宣传品变得更有价值，特别是借助报纸或杂志，会传播较远，对扩大知名度或美誉度有较好的效果。

缺点：报纸剪角实效可能较差，较远的目标群来的可能性较小，剪角的覆盖率较小，广告的传播力就较小。

“价随量变”是一种常用的商品价格促销，旨在刺激商品单品的销售，价格随购买数量的增加而逐级递减。

例如：买某种商品1元1件，1.5元2件，2元3件。

优点：价格促销，能够刺激顾客多购买同样的产品，单品促销力度较好。

缺点：让利力度越大效果越明显，操作环节复杂，很多计算机没有这个活动操作的设定，所以需要计算机软件的相应支持。否则容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，手工操作要有优良的监督。

**化妆品促销活动方案篇六**

总所周知，在金融危机通货膨胀的客观环境下，开店创业的不在少数。化妆品店也越开越的，对本店存在竞争的不在少数。

一、给商品定位。 miss shot零售的化妆品消费群体集中在中青年，这一部分人对于爱美的渴望是非常强烈的，18到25岁的消费者大多喜欢日韩产品，对于价格虽然敏感，但冲动大于理性，上个季度彩妆的销量大过护肤产品！但现在越销售出现滑坡，我认为应该吧重点放在护肤品上面，马上进入夏季，护肤产品的需求量开始上升！所以我觉得应该吧护肤产品作为重点！把消费群体定位在18到28间！

见的多的无非就是产品做特价、加钱增购产品、有买有送、品牌享受折扣、周末定时限时抢购、和空瓶抵现换购等等。

方案一：产品特价促销

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的！认知度不够的产品最好不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力！

·方案二：品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上！提高销售利润！

·方案三：有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费就送湿纸巾！

·方案四：加钱增购产品

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

·方案六：空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以有买有送、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵现可作为附助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一起上）进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

d、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

**化妆品促销活动方案篇七**

（

1.活动背景:

爱美是女人的天性！

每个女人都希望自己能永远的年轻与漂亮。

美丽不是专利与独享的，是需要大家共同拥有与分享的。

赠人玫瑰,手留余香。你给了别人美丽，自己也会变得美丽。

碧波水护肤品就是把美丽送给你！也希望你能给你的朋友与家人带来美丽。

2.活动名称

美丽新佳人

3.活动主题：美丽之行不再是一件漫长与等待的事！

4.活动方：波碧水—荷泽店铺.

5.活动网址：具体就是10套产品和20贴面膜做一个活动， 2１天之后配合面膜效果就可以验证一个美丽新佳人出现了。

此次活动的人员仅限１０名。若是您符合我们的条件，也正好看到我们的消息，那么就赶快报名吧！报名请在下现跟贴。请留下您的联系方式与姓名。会有我们的专门的工作人叫与您进行下一步的联系。（还需要提供一张您皮肤肤质的照片，如若觉得在此不方便上传的话，我们可以通过其他的方式来了解您的皮肤状况）

1.报名需提交一张现在可以清晰看到皮肤肤质的照片，进行初步资料的登记。以做前后对照图的比照。

2.参与活动人员为１０人，报名采取按报名前后顺序进行登记。报名人员的信息确定保密，不外泄。

3.符合条件的参与活动人员需认真填写一份报名表格。（在线填写）

包括姓名、年龄、生日（以查明是否是水平座）以及活动需知：如何具体地使用方法及约定日期进行反馈的时间。

4.确定人员名单，告之活动的具体情况，承诺认真参与，约定如何取货（可选自取，也可选择快递：费用由对方承担）

5.在活动前签给活动参与承诺书：要信息真实、内容真实，详细按照试用装明进行使用。我们有权对顾客提交的照片进行统一管理。

6.必须保证每周提供一次产品使用过程具体的感觉与对比照。

7.对于使用产品中出现的反应与问题时进行反应与沟通，我们会及时的解答与解决。

8.保证每位顾客的手机畅通，以便我们在活动中可以与顾客因问题可以联系的。

9.对于没有参与上我们顾客的报名者，也需要详细记录与保留方式与信息，我们可以告之顾客：在以后的活动时，可以优先考虑这些报名者，并可在现有的活动中，享有一个优惠（这个可以由店家自己决定）此目的是让更多的人对本店的其他的商品进行了解，并将一些新品进行推销。

10.对于报了名却因个人原因退出的参与报名的人员，我们会自行安排其他的替代者，名额不进行保留。

活动中，预防活动中只是想着拿试用装但对活动本身并不感觉兴趣的人员，所以一定要参与人员上传自己肤质情况照片并在册登记，符合条件者才可认可为参加人员。提前告之活动中，做为试用装的参与者需要做的具体事情：按照说明使用，并与试用装人员达成一个承诺性的约定。并保证约定如约时进行。一定要让参与此活动的人前期对自己在参与过程中所需要做的具体的事情详细告之。然后再确定是否符合领取试用装人员！

建立参与人员的档案与联系方式。并对参与人员的情况进行详细的登记与记录。保证人有电话，前后对比照片。对活动过程是一直按照约定配合监督的顾客进行随时进行关注与沟通。记录每次通话内容，对发生的问题与情况及时解决，目标培养长期稳定的顾客群体。对于没有按照约定配合与上传照片的顾客，及时打电话进行沟通了解发生了什么情况，提醒之前约定，督促着顾客帮助我们完成这个活动。并对这些顾客的信息进行有类别的记录。对于信誉不好的顾客我们采取下次活动拒绝再参与活动的权力。并把这个可能出现的后果告之顾客，以后这种试用装参与的顾客，积极配合的，会成为我们长期的新品试用装的稳定人员。对于无法积极配合的人员，将以后不再享有此权力。详细保留每次活动参与人员的情况与出现的问题，不断的积累活动的经验。而且这也是维持稳定顾客的一个基本信息的掌握。

**化妆品促销活动方案篇八**

户外促销活动通常以促销台促销为主，场地足够，同时户外促销给消费者的视觉冲击力大，可以吸引更多的消费者;大型的促销活动会配以节目表演，走秀，大型现场抽奖活动。

冬季户外气温低，风大，消费者的停留关注率不高，促销人员与顾客的沟通度不够，户外促销活动以销售为主的话较难以达到预期目的，因而化妆品专营店在冬季节假日的”三节\"期间要慎重做场外大型促销，可用户外促销台配合店内促销活动。

店内促销活动

化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块可以灵活组合，促销氛围易于营造，可以给店面带来直接的人气;消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、服务，停留关注率高，可以用专营店品牌及产品品牌深入刺激消费者的意识;专营店通常是非开放式状态，消费者入店后目的消费性强，店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通，从而成交率与客单量都可以大提升，销量自然可以有大的提升。

店内促销活动易受店内面积限制，而专营店的化妆品消费会有时间段性，在入店消费者人多时如果接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。，因而做店内促销时，要想方法将消费者按时间段分流，不要流失消费者。

会议促销活动

在节假日期间，有些专营店会举办消费者答谢会或是会员联谊会、培训讲座，通过会议组织消费者在固定的场所进行促销。这种模式可以快速地将促销信息传递给来参会的目标消费群体，实现一对多的销售。同时通过会议的有效组织增进专营店与消费者之间的客情关系。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn