# 美容院活动方案(汇总8篇)

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2024-06-01

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。美容院活动方案篇一美...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**美容院活动方案篇一**

美容院通过悬挂标语的方式促销，醒目而有渲染力有广告语来吸引路人

2、开价促销

即在促销过程中，随意让顾客做x个系列的沙龙护脸疗程，使用沙龙中现有的品牌，指定的美容顾问，而不明确该服务的价格，让顾客在做完护理之后依照其感觉和满意程度任意付款(但一定要付款)

3、倒拍卖促销

在拍卖上又叫“凯恩斯促销法”，与正常的拍卖方法正好相反，是将x一件或几件化妆品在一次终端活动中拿出来拍卖，价由高到低，直到最终无人再报为止，一是搞活气氛，二则给顾客实惠和惊喜(但不可没价)

4、事后促销

5、给美容院命名促销

6、宗教促销

把美容院促销活动与一定的宗教节日结合，同时由于老板信佛，也给消费者以人为善的概念

7、幸运时段免费促销

可在行业的淡季或每天凌晨后做促销，以价格来吸引顾客的消费很好利用床位

8、返下次消费单

9、逆促销

10、人体彩绘促销

11、t字台促销

12、悬

13、恐惧促销

14、以旧换新促销

15、画画促销

16、赊帐促销

17、小偷促销

18、易货促销

先送顾客美容小饰物、小礼品，再由美容院返产品或疗程的一种互动促销活动

19、官司促销

20、找缺点促销

**美容院活动方案篇二**

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、不管她买的是什麽卡种，只要她愿意经常到我们美容院里来做美容，那麽，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和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和美容院提供；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。

**美容院活动方案篇三**

粽意香浓，情系万家

在一年一度的端午节假期中，美容院利用此节假日，进行一系列促销活动，不仅仅能够提高美容院的业绩，还能够所以提高美容院品牌知名度，起到一举两得的作用。

20xx年6月17日~6月22日

凡是在活动期间进店消费的顾客朋友们，都能够参与包粽子比赛，并且顾客朋友都能够得到由美容院供给的精美礼品。

1.与“粽”不一样

学习包粽子，凡是在活动期间进店进店消费的顾客，都能够参与此次活动。现场活准备好包粽子的原材料，邀请每日会包粽子的顾客参加。时间定在5点30分。不会包粽子的人，现场还有工作人员亲自教学。每一锅出炉的粽子评选出最佳粽子，获得由美容院供给的价值5000块的美容院精品礼盒套装一份。

2.端午送福献爱心

如何让美容院能够品牌名声能够最短时间有所提高，最好的方法必然就是举办公益活动。端午节是我国传统的节假日，也有必须的历史典故。而敬老也是我国传统美德，所以美容院在端午节期间，不妨联手一些品牌商家到敬老院中为老人们送福送健康。同时也为他们带去节日的祝福，送上香甜可口的粽子。还要为了突出美容院的优势，能够为敬老院的护理人员供给免费的按摩护理。

3.品味出“粽”

美容院在端午节期间，将每一款美容院产品、项目和不经过口味的粽子相匹配。只要在活动期间在本店参与试吃粽子的活动，或者只要在美容院有过消费的顾客都能够得到相应的端午祝福卡，刮开后会得到相应的粽子搭配美容免费体验卡美容产品推荐。

美容端午节院促销活动在开展前期，么容易必须要动员全体员工，对美容师们进行教育和培训工作，这主要的目的是为了强化员工对美容院促销方案的认同，和提高促销本事及服务说破。为了让端午促销活动到达良好效果，老板们可千万不要忘记培训和动员!

**美容院活动方案篇四**

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=120000(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。

**美容院活动方案篇五**

客服部，市场部，生产部，各连锁店

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

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。

1.省级代理商

进货二万元送15000面价产品，按全年的总销售额3%返回现金

进货一万元送5000面价产品，按全年的总销售额3%返回现金

2.市级代理商

进货一万元送5000面价产品，按全年的总销售额2%返回现金

进货5000元送20xx面价产品，按全年的总销售额2%返回现金

3.盟店.形象店

进货5000元送20xx面价产品，按全年的总销售额1%返回现金

**美容院活动方案篇六**

情意无价，爱我有奖

二、活动时间

20某某年某某月某某日至某某月某某日

三、活动对象

参与者及美容院会员的丈夫(或男朋友)

四、活动内容

某某月某某日17：00现场揭晓评选结果，评比出\"最动人情话奖\"、\"最有创意情话奖\"、\"最佳人气情话奖\"、\"最朴实情话奖\"、\"最幽默情话奖\"等五个奖项，获奖者均可获赠免费西餐厅情侣套餐(或免费情侣电影套票);同时抽出参加评选的中奖者若干名(奖项及奖品由美容院自定)。

五：活动宣传

1、 宣传重点时间：活动前五天。

2、 宣传手段：

a、派单(主题：致男士的一封信，);

b、悬挂横幅(活动主题);

c、海报某某张贴或某展架展示(活动内容说明);

d、夹报;

e、美容院女性会员宣传，要求带给其丈夫或男朋友;

f、其它。

六：活动备注事项

3、 制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

5、 可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力;

6、 此方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和美容院实际情况进行调整和补充。

**美容院活动方案篇七**

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，红包内的为代金卷并不是现金。

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。

**美容院活动方案篇八**

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。

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