

女士美容

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/167746322865343.html>

范文网，为你加油喝彩！

司马迁史记-体育教学目标

做自己的梦，
走自己的路，
过好自己的人生。



2023年2月27日发(作者：游园游戏)

美容院做活动方案(5篇)

篇一：美容院做活动方案

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仪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

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：美容院做活动方案

年底各大美容院也都忙碌了起来，开始策划一年一度的终端答谢会。

顾名思义，答谢会的目的是要进一步拉近和顾客之间的关系，为下一年的

经营做一个良好的铺垫。为您整理出美容院年终答谢会方案要点，仅供参

考。

一、有效邀约顾客

活动前一个月在店外悬挂“终端会”主题横幅及宣传海报，在店内摆

放、展示终端会奖品，并在产品展柜上突出做会品牌，整体营造终端会氛

围。

能否有效邀约顾客直接影响终端会成败。对有较好客源的美容院建议

出售邀请函，凭邀请函参会赠送产品及服务项目。一来可以确定人数并减

轻做会成本负担，二来可以培养终端顾客先付出的心态，有利于活动现场

的促销。

对客源不是很好的美容院，免费派送邀请函无疑更为实际和有效，可

以通过老顾客带新顾客或者小区内派单来邀约顾客。总的来讲邀约顾客还

要根据美容院的实际情况，无论是“卖”是“送”还是先“卖”后“送”、“送”“卖”

结合，都需要充分考虑后实施。

二、做好详细的规划

终端会前三天，应该基本确定参会名单。针对参会名单上的老顾客，

调出档案，充分了解顾客现在在美容院的消费情况。对于新顾客，要注重

引导，根据其回执单反馈的信息：如年龄、职业等尽可能提前做好销售规

划。根据信息总汇去考虑终端会的主讲内容及创意流程，制定好详细的答

谢会方案。

美容院年终答谢会的主要目的是为了联络和顾客的感情，答谢美容院

的老顾客。在实际的操作中，美容院年终答谢会常常会有这些误区：

1、目标不明确，不清楚真正要的是什么？

很多美容院在策划答谢会的时候，既期望能够让顾客尽兴，又想能够

促进美容院的销售，还想着能够扩大美容院的影响力，殊不知，如果什么

都想好，其实什么都好不了。一场答谢会必须有一个固定的主题，或者是

答谢顾客，或者是美容项目的优惠。有了明确的目标，才能有针对性的组

织起一场成功的答谢会。

2、过分依赖讲师，终端会不等于讲座。

有些美容院的答谢会往往会过分依赖讲师，整场答谢会下来，除了听

讲师讲以外，就没有其他的内容支持。这样的答谢会，并不能够引起顾客

的好感和兴趣，参与度也不够。

3、规划不细致，漏掉细节。

一场答谢会是要考虑到很多细节问题的，具体的流程、准备的物料、

宣传手段、会场安排等等，都是需要事先准备好的。做好细节，是终端会成功的必备因素。会场的音响好坏？邀约顾客是否备档？会议流程是否环环相扣？准备物品是否齐全充分？这些都需要美容院认真、全面的规划和执行每一个环节。

4、促单时间及力度不够或商业色彩太浓。

一场成功的终端答谢会必须要让顾客感觉到舒服，不能显露出太浓厚的商业色彩，让顾客反感。

篇三：美容院做活动方案

一、美容院举办年终答谢会的目的和意义：

一般来说，美容院年终答谢会有以下目的：

1、感恩顾客——年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户的形式加强顾客忠诚度。

在愉快的气氛中培养顾客与美容院的感情，促使顾客和员工成为朋友。

2、全客覆盖——一次会议锁定90%老顾客，让顾客不在流失。

3、业绩倍增——带动销售，提高美容院业绩，短时间成就大业绩。

4、消费升级——30天B客升A客，C客升B客，通过终端会的交

流，引导、教育顾客消费及健康美容的观念。

5、推陈出新——新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。

6、大量纳新——80%的老顾客为我们介绍新客户，以各种促销活动留

住老顾客，开发新客源。

7、绝对成交——老客户80%以上成交，新客户50%以上成交

8、圈定员工——30天员工创收3倍以上，利于团队稳定，通过督导

老师的影响，加强美容师的销售意识，提高销售能力。

9、锁定未来——80%的客户牢牢锁住，巨大的行业影响力，制造美容

院在当地的知名度。

10、盘活沉客——80%的沉睡顾客被激活产生再次消费

二、美容院年终答谢会的各种举办方式

活动形式：联欢+娱乐+答谢+优惠政策+充值消费+带动人潮+抽奖+聚

餐

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。

三、各种美容院年终答谢会的主题

活动主题:感恩答谢会、会员狂欢日、养生文化节、美容养生论坛、

美容艺术节等等。

四、美容院年终答谢会设计方案

(一)、主要活动目的:确定活动的真正目的，明确希望。顾客答谢、感

恩会议、文化节、企业宣传、专家论坛、新项目推广。

(二)、活动目标:制定活动要达到的标准和业绩额，店面形象以及顾客

积累程度。一定要数字化，标准化，可衡量。

(三)、活动内容:根据活动主题制定相应的活动内容，可以是单一形式

也可以是组合形式。

(四)、活动宣传方式

1、内部宣传:

(1)、美容院店内悬挂横幅宣传，粘贴广告，目的吸引顾客;

(2)、美容师给顾客宣讲，传递活动信息。

(3)、悬挂美容院全年活动计划广告，让顾客明了店内全年活动方案。

(4)、利用短信平台，给顾客发放短信，告知顾客活动方案。

(5)、美容师给顾客打电话，进行电话营销。

2、外部宣传

(1)、在店外进行促销活动宣传。

(2)、发放宣传单及邀请函宣传。

(3)、进行网络广告宣传。

(4)、广告媒体、报纸、电视台宣传。

(5)、外联联谊会宣传。

(6)、市场宣传人员外部市场宣传。

(五)、会议政策

1、会前营销——确定会议实施前活动优惠政策，事前准备事项及目

标业绩。

2、会中营销——制定会议活动方案，活动细节，活动优惠活动内

容。

3、会后营销——会议结束后针对未成交顾客的优惠政策及实施办法。

法。

(六)、活动参与对象

(七)、活动支持者

活动支持者主要指美容院产品供应商，以及一些联谊方。一次好的会

议，必须有厂家的大力支持，对顾客的吸引力才具有较大的优势。

(八)、活动举办时间

美容院年终答谢会一般会安排在年度结束时，也就是12月末，很多

人也会安排在下一年度元旦，或者春节前后，但是对于各行各业都要举办

各种顾客活动，特别是一些商超，提前进行促销活动，为了让顾客的钱在

进行其他消费时，提前在自己美容院消费，所以时间安排在12月份及1

月份为。

(九)、活动所需物料及附件：略

篇四：美容院做活动方案

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。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。

二、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巨大；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

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元卡就有区别，因为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。

六、划点法：

自由划卡式消费：中大型美容院普遍采用的一种销售形式，即将美容

院所有项目计算成积分，通过顾客划卡划点式消费。但也有问题，就是积

分与具体金额划等号，顾客很清晰单次的价钱，一般地改良的方法为：

如顾客存入1万元，送积分2800分，共__个点，泡浴28个点，花茶10

个点，精油开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，

很容易做消耗。说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

七、现金法：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒;2、美容院年卡2000

元，7折优惠，同时送700礼品套盒3、美容院年卡2000元，做到10次

时，返现金600元或旅游，同时赠送同时送700礼品套盒说明：三种方

案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让

顾客产生注意力，容易达成。

八、体验法：方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个

人，老顾客可以花18元体验其它项目(一般都是丰胸等高价位服务)，老

顾客介绍的新顾客可以花18元体验基础护理，或从在淡季时1号到31

号，每天花1到31元来美容院选择项目做。a案例：某美容院开业之

际，在周遍社区散发6000余张宣传单，宣传其推出的“1—30元钱，就

能买年卡”的促销活动。促销活动规定，在促销活动期间美容院每天低

价销售30张美容服务年卡，其售价，根据

消费者来店购买顺序依次定为1元——30元。售完为止，其它服务

项目均按原价销售。某美容院为吸引消费者，赢得市场竞争，推出了

“0—25元体验价，体验后，根据感觉付款”的促销活动。活动规定，

凡在本店体验任何美容服务项目，其最高体验价格均为25元，且消费者

体验完毕后，可根据自身感受酌情付款。就是本人促销百法的感觉定价拓

客。说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来

说，到现在还是有很多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯

得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有此种方法的影子

九、特价法：北京一家设在某医院附近的化妆品零售店，为达到招

揽生意，同时清理库存的目的，在5.12护士节期间，举办了为期十天的

“只要你是护士，就可享受3折”的凭证优惠促销活动。凡是医院女性

护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的

20余种产品。说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品

种不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

十、超值法：活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外

加20元，可获赠价值_x钱的礼包：送一个大礼包包括：____产品价值

148元。 _x沐浴露价值130元，旅行包价值36元。购防晒套装+16元

就送简约套装+防紫外线伞+68元购买原价380元脊椎保养经典套又

如：顾客购家装专业丰胸套装特卖2680元(定价2880元)，特别赠送手部

年卡(或美甲一张)，打时间差，用来锁定顾客全年来美容院;说明：这是

我们厂家许多年前经常用的一种方法，不能过20元礼包赚钱，而通过它

带动300元产品销售，当然美容院也可以去一些大市场购一些类似东西，

自己来做促销。到后来演变成与会员制结合的，办一张卡，再加98元

钱，可每月有礼物，价值3800元，但礼物不能是产品，只好是沐浴露，

口手，香薰挂瓶，或者一些非常规销售的产品十一、抽奖法：美容院举

办了“月月有抽奖，季季送大礼”活动，每个月抽出小奖，每季抽出大奖，

小奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费

者均有机会参加现场抽奖活动，奖品有十余种，其中吸引力的大奖是一辆

嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额一个。

十二、抵价法：也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾

客，均可参加“精油空瓶抵现金活动”纤体项目服务卡：2000元/10次(无产

品)推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香(?元)

腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香(?)元)关于精油空瓶的相

应抵用金额：1.抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭

油、甜橙油)2.抵用70元的空瓶有：天竺葵、薰衣草、洋甘菊、檀香

油，抵用100元的空瓶有：玫瑰油

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开

卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数)，同

时享受正常开卡优惠政策;凭其它品牌护肤品空瓶(或包装盒)在美容院购买

相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优惠，二个空瓶(或包装盒)可

获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三

个);说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客

觉得价值。

十三、捆绑法：

三合一活动：

全价购面膜280元一套半价购眼部特护一套455元三折购夏季养

膜一套572元

篇五：美容院做活动方案

活动主题：大声告诉你心仪TA

活动时间：2020年12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2015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。

更多 实用文体 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/93_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发