

# 化妆品营销策略有哪些

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/171113950559117.html>

范文网，为你加油喝彩！

2024年3月23日发(作者：客户感谢信)



化妆品营销策略有哪些

古代作战都讲究策略，商场如战场，销售也需要讲究策略。在和

客户销售时，销售人员只有熟练的掌握了各种销售技巧，才能对成功稳操胜券。那化妆品营销策略有哪些呢?下面，就随店铺一起去看看吧，希望您能满意，谢谢。

化妆品营销六个策略：

### 化妆品营销策略一、独特卖点

要在众多同质化产品中脱颖而出，宣传定位上独特的卖点和主张必不可少，其承诺利益点能否切中要害。事关一个产品在市场到底能走多久，能否给目标消费者留下有效记忆。如大家所熟悉的一句广告语“白大夫，就是让你白”，在众多化妆品还在懵懵懂懂时期，就明确的提出了自己的卖点，就是针对祛斑，就是让你白，一句话便深入人心，让销售者印象深刻。

### 化妆品营销策略二、体验营销

以体验为中心为顾客创造全新美的价值的营销形式，通过消费者围绕产品带来的切身体验与感受，让人从中领略产品功能上的物质收获与情感享受。一般通过试用、试服、试饮等服务顾客的方式来展开，由于满足了个性化的需求，建立起了双方的沟通互动，使产品的功能被消费者迅速的接纳，省下了许多广告费。正如露华浓创始人所说：“我们出售的不是口红，而是希望。”

### 化妆品营销策略三、促销创新

可采面贴膜、眼贴膜在一上市时便打着要做“中国薇姿”的战略，此后业绩飘红，奠定了自己在国内中草药基础护肤领域的品牌的地位，但随着西藏红花、泽平、可贝尔、海洋传说、素儿、等面贴膜的相继问世，对其品牌构成极大冲击力，为此可采采取了一系列的创新促销手法。

#### 化妆品营销策略四、重新确定目标

蓝哥智洋认为这也是品牌再定位的方法之一。当已有的品牌形象和功能诉求不能吸引原有消费者时，重新寻找目标消费者，即寻找那些对本品牌提供的好处感兴趣的人，以他们为目标，也能使品牌获得新的发展契机。当然，这需要对产品对市场的充分了解，不然即使重新定位，没有找准目标，还是无济于事的。

#### 化妆品营销策略五、服务营销

一些化妆品通过服务订制的市场契机，以顾客需求为导向，以服务创新为根本，在盘活现有资源基础上，强调为个别客户设计产品、服务、沟通方式的能力。这需要营销人员对前来购买的顾客进行细致的观察，能一语中的的说出消费者所需要的产品，让消费者产生信服，突出自己的专业性，进而向消费者介绍产品才能使其产生认同，并且购买自己的产品。

#### 化妆品营销策略六、差异化诉求

考量一个产品是否具有营销优势，自身与众不同的宣传手段是否对消费者产生强大的冲击力与杀伤力，除了在竞品包抄中寻求宣传突围，另辟蹊径外，关键在于差异化是否能够通过宣传的拦截来凸现身品牌辐射带来的功能延展性。

化妆品营销促销技巧：

### 一、特价

特价或折扣，就是通过直接在商品的现有价格基础上进行打折的一种促销手段。普通的折扣的幅度从5%至20%不等，幅度过大或过小均会引起顾客产生怀疑促销活动真实性的心理。而且，这种特价促销通常是有时段性的，一般会注明特价时间段和地点。当然，这里不包括五折清仓之类的特殊价格促销。

### 二、优惠券(代金券或折扣券)

优惠券是厂家和零售商对消费者购买的一种奖励手段。比如，顾客消费达到一定额度时，给消费者发放的一种再次购物折让的有价凭证。通常这种优惠消费券只能在指定的区域和规定品类中使用。通常只能购买那些正常价格内的商品，而不能用于特价销售品种。在使用该种券时，价格超出部分需要顾客补现金;优惠代金券不能作为现金兑换，使用时不足部分不得退换成现金。

### 三、赠品





更多 在线阅览 请访问 [https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发