# 最新美发店活动方案标题(19篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-09-05

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。美发店活动...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**美发店活动方案标题篇一**

一间卖场内同时售卖我方全系列所有产品无疑是最佳方案。实际操作中，一方面个别卖场对入场单品品种数量有所限制，另一方面在谈妥相关费用的前提下，也可根据入场时的季节与气候，先入应季产品，其它产品次后陆续入场。

3、客情关系

② 顾客采购移动线(卖场主通道)两旁。

(二)现场观众可免费参与以下游戏节目：a/b/c

激励机制主要包括：薪酬、评选、晋升。

① 从同行业其它品牌或保健品、食品、饮料等快速消费品行业内优秀的现职业务员和促销员中挖角招募。

3、直销、团购与分销

(8)主持组：，负责活动主持、游戏及抽奖引导工作。

g:通过多种途径，谋求与关联性强的知名品牌进行联合促销，形式与“变相特价销售”相同，以借势生力，扩大产品渗透率。

h、帐期及结款方式

(一)活动形式：a/b/c(即促销方法)

① 顾客出入的集中处。

④ 应季主推产品陈列在与视线等高的黄金陈列线上(由下至上，货架的3—5层)。

③ 工作恳谈会(征求市场建议)、联谊会。

凡有消费投诉，应迅速处理，从维护卖场信誉、尊重消费者权益、打造品牌形象的高姿态出发，假设投诉者投诉正确，先平息事端，再查究原因。切忌日久迁延，另生变故，使已方陷于被动局面。

顾客关系管理是培养忠诚顾客，提升营销业绩的基础工作。新入市场启动之初，应注意顾客档案资料的收集与整理，经过一段时间的运营后，可采用定期回访、促销活动讯息通知、购物积分回馈(为顾客建立积分卡，每购20元积1分，累男生定位烫发型图片计积分20分后可换领礼品)、会员俱乐部联谊等多种形式开展顾客关系管理工作。

d、促销人员安排

④ 卖场中心地段货架或柜组的转角处。

虽然各形

态的终端卖场应根据商圈实际情况因地制宜，不必也不可能一拥而上，但是在一定程度上规模决定销量，销量大小决定市场占有率和产品渗透率，渗透率影响品牌知名度，而品牌知名度最终又影响经营规模与产品销量的入一步上升。

f、相关试用装、赠品及其它。

c、全场化妆品月度销售总额较大。

① 在有条件的卖场(主要是超市)，应上齐所有品类、品种，入行混合陈列，便于形成规模、气势，充分显示产品种类的丰富性与品牌实力，并促入系列产品成套销售。

h、有合适的产品陈列位。

d、简要介绍公司媒体广告支持计划。

③ 我方产品在该场销售量较为可看。

经营启动之初，由于经营组织自身相关手续、证照尚有待逐步健全，经营者本人市场运作经验相对不足，同时化妆品行业有一定的经营特殊性，因此应在以下环节谨慎操作，确保规范经营、稳健运行：

软终端促销的形式主要有：

② 销售提成。俗称销售扣率，有倒扣和顺加两种模式。以倒扣为例，化妆品类约为供应商全部产品月零售总额的15——25%;

营销团队的首要任务是占领市场、销售产品，而坚实的产品知识是促销的基础。

③ 其它宣传品。卖场门楼招牌、户外或室内挂墙灯箱及大幅喷绘、各型布标(横幅、垂幅)、室外巨型悬吊汽球等。

**美发店活动方案标题篇二**

一、活动主题：“ 缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期： 4 月 26 日 - 5 月 8 日

三、活动目的：

1 、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;

2 、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;

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前 5 名，低至 5.1 折

想烫就烫，活动期间每天前 5 名顾客消费原价 380 元的数码烫可享受 5.1 折优惠。

惊喜二：消费满 168 送 51 ，消费满 480 送 150

一次性消费满 168 元(或充值 200 元)送 51 元的现金券;

一次性消费满 480 元(或充值 500 元)元送 150 元的现金券。

惊喜三：加“ 51 元”=“ 88 元”

活动期间消费 80 元(或充值 200 元)，加 51 元可购买原价 88 元的产品，即省 37 元;购买 88 元以上其它美发产品可以优惠 37 元，具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精彩

2、 烫 280 元 + 染 280 元 + 护理 65 元 原价 625 元，活动优惠价 420 元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会;

2、具体 烫及原价多少请根据本店实际情况设定;

3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明 ：

1、惊喜二用消费满额送现金券刺激顾客高消费或充值，同时送现金券可以吸引顾客两个月内回头消费;

2、51 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月 18 日 - 7 月 18 日 ;

3、150 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月 18 日 - 7 月 18 日 。

4、消费满 168 或 480 均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受 150 元面值的现金券时，可以送三张面值 51 元的现金券代替 150 元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满 168 元或充值满 200 元可送 51 元的现金券，消费满 480 元或充值 500 元送 150 元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

1、惊喜三用加 51 元的可以购买 88 元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售;

2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价 88 元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“ 元”的爆炸贴，顾客买单满 80 元时接待人员提醒顾客可以加 51 元购买 88 元的产品;

惊喜四解释说明：

1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额

2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐;

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行;

4、套餐的设定以 2 - 3 个为适宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

备注：

针对以上五大惊喜,各店可根据本店经营方面的实际选择 2 大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜 ：清爽一夏，超值发型设计卡 100 元 /5 次

5 次发型设计 200 元，超值发型设计卡 100 元 5 次洗剪吹，省 100 元

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费;

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整;

3、发型设计卡 10 月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整!

六、活动的宣传：

1 、短信通知： 短信提示在活动前 4 到 2 天发送

a. 短信内容(发本店会员用)：“ 缤纷五一，尚艺 店五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，详情请电 8000008 或亲临本店”

b. 短信内容(发外部顾客用)： “缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构 路 店 8000008 ”

注： 发外部顾客可通过购买信息公司的移动 / 联通的用户平台发短信广告。

2 、户外派单： (详看附件)

a. 派发时间：活动开始前 3 天开始

b. 派发地点：分店周边范围 1000 米 以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、 大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c. 派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量;

d. 派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3 、 dm 单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围 5 公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。(注：店铺顾客资源有限，尚需吸引更多顾客的分店可选择dm单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭 / 报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作)

七、活动现场布置：

1 、门口：

1)、海报 /x 展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“ x 展架”或悬挂 / 张贴活动内容海报; (详看附件)

2)、横幅：门口拉 “ 缤纷五一，五大惊喜大放送 ，低至 5.1 折，满 168 送 51 ” 内容的条幅 (条幅建议用灯箱布材料) ;

a 、布条幅的设计效果：

b 、灯箱布条幅的设计效果：

2 、店内：

1)、海报 /x 展架：前台收银旁放置活动内容“ x 展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报; (详看附件)

2)、活动产品 / 项目：前台显眼位置放 88 元左右的产品，产品上贴 “ 88 元”或是涂上“ 元”爆炸贴标签。

八、活动培训及活动执行要求：

1、店长亲自主抓培训，向员工传达本次活动以“五大惊喜来吸引顾客关注”、再重点向顾客主推本店的某一项 “惊喜内容”的思想，务必让每一个员工都清楚了解活动的相关内容;

21、加强员工活动推销观念，重点以五一五大惊喜优惠来吸引顾客，并适当向其主推五大惊喜当中的重点主推活动内容;

3、店长根据 pop 海报内容与员工分析各项惊喜的操作方法，并指导员工如何针对活动对顾客进行相关的活动内容告知说明;

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话述培训;

5、店长活动前两天挑选好参与活动的外卖产品，并提炼产品的卖点，特别是着点突出顾客 夏日需要那方面的保养、养护等方面来提炼产品卖点， 做好外卖产品推销的培训 ;

6、店长活动前一天定好五一活动期间的营业目标，把目标分解到个人，同时分解好店的每天总目标，每天晚会 / 晨会上主管或店长对当天 / 前一天的促销活动情况进行总结分析，指出不足之处这，对完成好的适当的表杨，差的批评;

九 、费用预算

1、dm 宣传单页 (详看附件) 印刷制作费用： 5000 张=> 1000 元

2、现金券印刷费用：=> 150 元

3、dm 宣传单页夹报派发费用： 20xx => 300 元 (全部自已员工派发可省此笔费用)

4、促销海报、爆炸花、 x 展架、横幅等制作费用：=> 200 元

注：以上广告物料的数量根据本店情况增减，活动费用预算仅供参考。

**美发店活动方案标题篇三**

活动背景和主题： 自vvtv成立以来，承蒙广大客户的支持和关爱，因为您的的参与我们不断发展，不断前进，为了表示我们的谢意，特面向社会推出此次感恩活动。

活动宗旨： 通过此次活动让更多的人了解vvtv，让更多的人感受vvtv的热情和专业，让更多有消费潜力的女士成为我们的顾客，让每一名员工有更多的收益。

活动内容：免费赠送感恩卡一张，内含rmb肆佰捌拾元整，仅限女士烫染使用。消费时，高于480的烫染项目，需现金补足差额，低于480元时，此卡内余额不退，并限一人一卡一次，并需现金支付造型费用。

活动时间：x年x月x日至x月x日

活动期间推广事宜：凡在活动时间内持感恩卡来消费的客人，不推销产品，不推销高价项目，发型师在即将完工时，向客人询问对我们的技术和服务是否满意，并告知活动期间充卡有优惠，如果发型师没有说服，那么到收银台时由收银员继续推售，并展示相关赠送礼品。(切记要适度，不要让客人反感)，因为此次活动的宗旨只是为了提高人气，扩大知名度。

活动期间的卡级内容： 烫染卡(此卡仅限烫染护，并按价目表扣除，不享受另外优惠)

1、烫染卡20xx(存1200消费20xx)

2、烫染卡3000(存1800消费3000)

3、烫染卡6000(存3500消费6000)

4、烫染卡10000(存5000消费10000)

凡办卡者均有相关礼品赠送(如洗发水、护发素、发腊等)

通用卡：此卡可消费vvtv全场所有项目

1、500卡享受烫染8折，洗剪吹9折

2、1000卡享受烫染7折，洗剪吹8折

3、20xx卡享受烫染6折，洗剪吹7折

4、5000卡享受烫染5折，洗剪吹6折

均同样赠送相关礼品

活动期间注意事项：

1、每名员工要以高度的责任感和积极性参与此次活动，为达到活动效果，活动期间将严格执行奖惩制度。树立大局观念，不计较一时得失，共同谋求公司发展壮大。

2、强化服务意识，认真做好每位顾客的接待工作，如有顾客对活动内容不清楚，耐心做好解释，树立vvtv服务好，讲诚信的形象。

3、收银员做好登记工作，每位凭卡来消费的客人，都要记录姓名、生日、号码三要素，届时店内将用短信进行跟踪、回访。

4、每名发型师可持有本店此次消费卡20张，发给活动期间你认为有发展潜力的客户，一方面可以树立良好的客房关系，另一方面可以发展体验或营销，让顾客带动顾客。

5、如果短时间内出现客人井喷现象，将实行预约制。

活动期间店内布置：

一、店内悬挂气球、彩旗，营造温馨气氛，员工时刻保持笑容，店内单曲循环播放(感恩的心)

二、进门处设置海报，详细阐述此次活动的内容和消费注意事项

三、彻底清理店内卫生，物品摆放井然有序，卫生间要随时有专人打扫，保持时刻清洁卫生，并适当张贴一些标语和头发保养护理知识。注重管理的细节的人对卫生间的要求都是很高的

四、设置一处积分礼品兑换处，礼品要新颖独特，有眼球冲击力，一看就想有占有欲望的礼品。礼品按照积分等级进行摆放，让顾客能为最高积分的礼品而冲刺!

五、店内标语内容：

经济虽然危机，美丽不能出现危机

店里所有项目和产品都可以打折，唯有对您的美丽我们从不打折

我一直在这里，等待您的到来

愿以后的日子里，都有我们vvtv陪伴

**美发店活动方案标题篇四**

一到节假日，我们就可以看到美发店门前的促销广告语，如今圣诞节已过，美发店又该准备元旦促销活动方案，来吸引众多顾客的眼球。到底20xx年美发店元旦活动方案如何策划呢？下面盘点了20xx年美发店元旦促销活动方案，供美发店经营者参考！

20xx年美发店元旦促销活动方案

活动主题：

喜迎元旦，好礼大派送

活动时间：

20xx年12月28日—20xx年1月5日

活动目的：

1、利用节日促销，提升美发店年末业绩；

2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，巩固顾客忠诚度；

3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

活动内容：

一、冬季项目促销

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

二、100元大变样

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出“100元大变样”的促销活动，帮你打造一个20xx年最时尚的发型；该“100元大变样”项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

三、0元义剪

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

四、附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

活动注意事项：

（1）信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

（2）活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作；同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

**美发店活动方案标题篇五**

1、加5元送产品

a、适合用于新产品上市时的推广，让消费者用便宜的价格享受到高质量的产品，让消费者更了解产品，为产品今后的销售打下基础。

b、配合：产品展示架，宣传海报，产品手册，使用手册。

c、培训：针对发廊员工进行产品特性，活动内容，宣传方式的培训，训练。

d、活动内容：

a、产品选择：选择特定产品（一般为小包装：例如200ml的洗发水，发雕等）进行推广，要求：为单一产品进行活动，产品为新产品中的推广核心。

b、在发廊单次消费满一定金额：例如100元，加5元钱就可以购买原价××元的产品一瓶。

c、活动一定要有时效性，例如1周或者10天，让消费者明白这是新产品上市时的特惠活动。

2、全新健康洗头，加量不加价（现在发廊即可执行）

a、利用肯恩产品现在推出（5月~8月四个月时间）的买客用装送发廊大桶装的政策开展“夏日健康洗发”项目推广，以带动客用小包装（400ml）产品的销售。

b、宣传配合：利用公司赠送的大型宣传海报，在规定活动时间（5月）内实行不加价的原则，大力进行三温暖洗发、护发系列产品的推广。在第一期活动结束以后，公司将配合新的（6~8月）宣传海报，发廊可根据自己自身情况，调整价格。

c、要求：加盟店要对所有员工进行深入的培训，让员工对产品，对销售政策有深刻的了解。要将公司的宣传海报张贴在店铺内的醒目位置上，配合项目的推广。在店内提供一个位置进行产品的集中摆放。

3、烫、染、护套装促销

a、针对客人进行整体的项目推广，向客人推出健康烫、染的概念。

b、制作项目服务卡：烫、护卡，染、护卡，烫、染、护卡。烫、护卡烫发1次+局油护理3次——————价格为原烫发价格的100~125%

染、护卡：染发1次+局油护理3次——-价格为原染发价格的100~125%烫、染、护卡：烫、染发1次+局油护理4次——价格为原染发+烫发价格

c、廊利用项目卡的推出，让客人体会到头发健康的重要，同时能长时间保有客源。

4、顾客积分奖励

a、给长期忠实顾客的一种优惠。

b、客人在发廊没消费100元，给一定的积分，当积分达到一定的额度，给予客人相关的优惠或者物质奖励。

c、这种方式，现在很多行业，甚至很多发廊已经开始使用。他会给客人一种身份象征，同时平衡老顾客长期消费的厌烦心理。

d、要求：积分卡制作要精美，体现身份、价值。

5、忠实顾客联谊

a、在特定的节日如：妇女节、圣诞节、元旦节针对忠实顾客举办一些联谊活动，增加发廊与顾客的亲密度。

b、联谊会可以采用茶话会、酒会的形式，可以设立一些小游戏，提供一些小奖品，让客人官爵有所收获。

c、要求：制作精美的邀请函，让客人有身份感，

d、此外，可以给客人1~3分介绍卡，让他介绍最好的朋友，亲属来店消费，发廊将给予介绍人一定的奖励。

6、美发教育手册

a、针对客人进行消费教育，给客人一些健康美发的知识，增强发廊在客人认识中的专业性，权威性，增强对客人进行项目推广时的说服力。

b、产品手册的内容：

①、头发的整体知识，不要太复杂，让客人有一个简单的了解，头发健康的概念。

②、健康洗发、护发篇：交给客人日常如何有效的护理自己的头发

③、烫染篇：教给客人一些基础的烫染知识，烫染后头发护理的知识。

④、造型篇：教给客人一些基础造型品的使用方法及技巧，让他们在自己家里也能进行头发造型diy。

⑤、头发日常护理小秘诀（类似于偏方一样的资料）c、教育手册制作要求精美，发放一定要有针对性，以体现他的价值

7、造型教育、游戏

发廊人是否认识到这个问题，当设计师为客人设计了一个精致的发型，但由于客人自己不会打理而造成客人的沮丧，甚至导致客人的流失。这是发廊，是设计师的失职，因为你完全可以通过造型教育，产品使用培训而让客人的美丽发型保持持久，而且可以带动发廊造型、定型品及相关工具的销售。

a、设计师在为客人做造型的时候，要主动教给客人如何使用造型品才能保持美丽的发型，这要养成一种习惯。

b、发廊制作邀请卡，请客人于某个时间光临发廊，进行整体的造型训练，并举办小的比赛，游戏，让客人自己评分，优胜者给予一定的奖励。这种方法，可以提高客人的满意度，使发廊保持客源并吸引新的客源。同时，可以提高发廊的造型品的销售。（肯恩公司将推出全新的造型、定型系列产品，并针对加盟发廊设计师进行相关的优惠政策）。

**美发店活动方案标题篇六**

美发店冬季促销活动一：针对冬季头皮问题做美发讲座

进入冬季，季节的转变会出现很多头皮问题，如头屑、脱皮等。针对冬季头皮问题做一场美发讲座，请专家驻店促销，这是美发店可以考虑的一种促销形式。

促销对象：各终端顾客

促销特点：

●用专家坐诊咨询的权威性来烘托促销力度。

●用新的思路来进行促销活动的开展。

●一对一的解决顾客的头皮问题，提升顾客的好感度。

促销内容：采用讲师团的驻店咨询以讲座形式，配合活动当场的促销活动进行，以塑造权威的形象。

这种促销形式需要注意的是，专家讲师要能够保证一定的美发专业水平，要能够切实的为顾客解决问题。

美发店冬季促销活动二：美发店项目促销

针对冬季的头皮问题，美发店可以做一些有针对性的项目促销，譬如专业补水、保湿等，保证和顾客需求的紧密结合。

促销对象：各终端顾客各加盟美发店

促销特点：

●用项目推广出的形式来提高品牌的技术含量和专业性。

●用配套的促销活动来推动终端顾客的购买欲。

促销内容：

对美发店：促销期内美发店购入促销项目套餐中的产品可获价格优惠;可获得至代理商处参加美发师专家培训的机会，提高店内美发师的技能;同时为美发店组织终端联谊会，进行项目推广促销。

对终端顾客：促销期内顾客购买项目套餐将获价格优惠和超值项目赠送，在购买项目套餐的同时购买项目套装配套的客用产品系列时可获精美礼品赠送。

这种促销方式需要注意的是：

●参与本促销活动的美发店均需达到一规定进货量方可有资格参加促销。

●代理商负责美发店美发师培训的费用支出，在促销中的各种让利及赠品由厂家负责。

**美发店活动方案标题篇七**

一. 活动主题：新春感恩回馈大行动

新年新发型好礼送不停 超值行动火热进行中

二. 活动时间：20xx.12.25——20xx.2.7

三. 活动目的：提高客流量，增加烫染业绩，提高店面知名度

四. 活动利益：

1. 对于美发店：短时间内为店面带来很多新顾客，也让很多潜在消费者知道自己的店面，通过优惠券实在的优惠内容，增加他们来店消费的欲望，从而发掘一大批来店消费的新顾客。更可以通过本次促销活动，改变店铺原有一些项目消费金额少或消费顾客少的情况，强势带动店铺的整体项目消费的提升，并有效留住老顾客。

2. 对于员工：优惠券里包含洗护及美发的优惠项目，大量的客源可为员工带来提成的增高，使员工过一个丰厚的新年。顾客也为员工带来很多的操作机会，大大提高员工在专业技术，增加员工的凝聚力，也有利于店面发型的宣传推广。

3. 对于顾客：实实在在享受到优惠，满足顾客在节前打扮、改变形象的欲望。

五. 活动内容：派发优惠券

六. 活动细则：

1. 派发时间：活动开始前3天——活动结束前3天，建议上午时间派发，引导顾客下午来消费

2. 派发地点：分店周边范围500米内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及在政府部门、企事业单位、 大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校

3. 派发办法：

a) 由分店主管带领员工，大量派发，监督员工派发数量和质量。

b) 外聘派单人员，由店内派专人监督派单质量

4. 各连锁机构在接到开展优惠酬宾活动通知后，如果能开会讨论活动具体实施细则，成立活动小组，逐项落实、责任到人，活动效果会更好。

5. 活动小组负责人要亲自监督优惠活动《宣传单页》的发放情况，并提前面向下属做好现场推销环节有关培训。

6. 所有目标人群、附近商铺

7. 员工提成：

a) 如果由员工派单，建议分发给每个人的单编号，顾客出示优惠券时能了解由哪位

员工派发的宣传单，给予派单员工一定的奖励

b) 建议按员工产值计算，烫染护券可按优惠券面值计算(如烫发优惠券现价99元，

发型师和技师产值以99元计算)

8. 统计方法：每券上均附有号码，顾客持券来店消费，须把该券与水单钉在一起，活动结束后统计出持券消费的顾客数量，从而计算出本次活动为分店带来了多少新顾客。

9. 派发话术：您好，xx店送50元给您!(如果对方有兴趣，可进一步介绍：我们xx店新年优惠活动，撕下优惠券做头发便宜很多的，我们店在地方，1月31号前才有这种优惠哦，你赶快来吧!)

10. 活动布置：

(1) 印有新年庆logo的气球：店门口及二楼楼梯

(2) 印制新年庆特制条幅：店门口上方

(3) 新年庆特制绶带：迎宾佩带

注：场地有条件的分店可在门口放置升空气球、充气拱门、飘星等。

11. .广告布置：

(1).门头拉新年庆横幅

(2).门口放新年庆x展架或张贴海报

(3).门口用新年庆气球布置出浓厚的节日气氛

(4).门口或显眼位置设立促销台，上面摆放新年庆礼品。旁边放置x展架。

(5).员工穿着整齐工衣，佩带工牌，发型要求是店面最新发型，咨客或迎宾须佩带新年庆绶带。

(6).收银台布置参考门口布置，并放一个a4大小的海报。

(7).烫染剪发区张贴新年原创发型，天花悬吊周年庆促销吊旗

(8).洗护区张贴新年庆海报 12. 促销效果分析

假设店面印刷1万份宣传单，每张宣传单含20张优惠券，则优惠券共发出20万张，按20/80法则计算，预计10%的优惠券吸引顾客使用一次，则为店铺直接带来2万次顾客消费次数，其中每个顾客持续使用优惠券假设为10次，则本次促销活动直接派单带来的新客以及新客转介绍的客人总计达到20xx个。

(1) 活动期内预计新增顾客：20xx个

(2) 活动直接销售业绩：40万元

假设顾客的单次消费按20元计算，则：2万次×20元/次=40万元

(3) 活动新增的20xx个顾客一年内为店铺增加的销售业绩：184万

a、假设10%顾客一年在店铺消费4000元，则： 10%×20xx人×4000元/人=80万

b、假设10%顾客一年在店铺消费20xx元，则： 10%×20xx人×20xx元/人=40万 c、假设80%顾客一年在店铺消费400元，则：

80%×20xx人×400元/人=64万

(4) 假设店铺活动前原有日客流量为180人，月客流量为5400人次，按活动前单客

平均消费额45元计算，则店铺原有月度业绩为：5400×45=24.3万

由于活动优惠政策的刺激，按20/80法则计算，则老顾客在本次活动中产生的销售业绩为：

a、假设10%的老顾客平均每次消费金额为300元，则

5400人×10%×300元/人=16.2万

b、假设10%的老顾客平均每次消费金额为120元，则

5400人×10%×120元/人=6.48万

c、假设80%的老顾客与活动前的平均消费金额一样，则

5400×80%×45元/人=19.44万

d、则活动期间当月老顾客产生的业绩为：42.12万 e、比活动前增加的销售业绩为：42.12-24.3=17.82万 (5) 本次活动期间直接增加的业绩为：17.82万+40万=57.82万 (6) 本次活动期间为店铺带来的年度业绩增加184万

(7) 本次活动期间有效地留住了老顾客，为店铺增加了大量的新顾客 (8) 通过本次活动，店铺在当地的知名度和形象得到了有力的提升

还有更多更多的好处。。

13. 促销预算

(1) 宣传单印刷费用：1万张×0.15元/张=1500元 (2) 300元赠券印刷费用：5千张×0.20元/张=1000元 (3) 气球500个：500个×0.15元/个=75元 (4) 拱形门，租用7天：7天×300元/天=2100元 (5) 店内广告装饰：1500元

(6) 广告吊旗：20米×20元/米=400元

(7) 外聘派单人员工资：3人×15天×80天=3600元 (8) 横幅10米：10米×8元/米=80元 (9) 制作艺术字体促销海报：300元 (10)门口装饰：500元 合计促销费用为：11055元

各店铺可根据实际情况加减促销费用，但一定要保证店内的促销氛围和派单质量

14. 优惠券说明：

(1) 正面所赠的300元现金券，为烫染现金券，50元/张，共送6张。(300元的优惠

券可以联盟周边商家联合促销，购买店面的现金券。如影楼拍摄婚纱照满3800元，送300元尚艺的现金券)

(2) 正面右下角的50元现金券，有效日期为3月31日，目的为年后顾客还能使用该

券，锁住顾客烫染项目。

(3) 背面的撕券，有效期的设置有2种选择：

a：全部有效期为1月31日：顾客必须在节前来消费，短时间迅速提升客流量，

但节后业绩不能保障。

b：上2行有效期为1月31日，下2行有效期为3月31日：让顾客能在节后也能享

受优惠，套住一部分节后客源。

(4) 背面的撕券，价格可以修改：如果该店的洗头客较少，洗头凭券只需5元甚至

可以调整为1元洗头(但时间应缩短)，短时间内为店铺带来海量的顾客;如果剪发客少，剪发凭券只需15元;如果护理客较少，护理凭券只需38元;如果烫染客较少，烫或染凭券只需68元，甚至更低的价格，为该项目带来更多的顾客体验。

附：

新春时尚发型献礼：精剪(50元)+热塑烫(368元)+色彩调配(368元)+造型(20元)，原价806元，现只要298元，另赠现金券300元，超值!

凭新年庆优惠券消费，再送您50元现金券，更多惊喜请入店咨询工作人员。

新年年庆，新春感恩回馈大行动!入店即送50元消费券!

**美发店活动方案标题篇八**

顾客一个月来店内洗发十五次，免费为其烫发一次。

透过这样的促销活动，可达几个目的。

1.我们可以将免费烫发的价位定于300到500元，籍此可以改变往后顾客烫发的消费习惯，提高其消费水准。

2.缩短消费周期。顾客可能原先三个月烫一次头发，因为店内赠送免费烫发而缩短烫发周期，变成两个月烫一次头发。

3.老客人带客人。活动设计不限本人来洗头，而一个顾客一个月洗不到十五次，因此，旧客人会带朋友、家人来店洗头，这些人就成了新的客源。

4.增加设计师的指名度及店的知名度。旧客人如果对设计师服务满意，他带来的客人，必定会指名要某某设计师服务，如此即可增加指名度。推行这个活动时，可能要透过媒介作宣传(传单等)，如此，会造成商圈的震撼，口耳相传的结果，无形中店的知名度也会跟着提高。

5.这样的活动，势必会动员到店内所有的人力，客人来店洗头的次数增加，店内会更忙，但为了达到促销的目的，服务品质反而必须更加细腻。烫发虽免费，却反而要比平常更用心，全体动员之下，必然可以激励士气，达到增加团队精神的效果

6.整个活动做下来，员工技能必然有所提升。

许多人也许会置疑，免费送一次烫发，可能会造成店内的亏损，得不偿失。其实不然，因为顾客不会因为你免费送他一次烫发而减少烫发的次数，他可能由原先的一年烫发四次变成一年烫发五次。此外，老板仅需多负担烫发水及助理奖金费用，金额约在50到80元左右，花费如此少的成本却可收极大的效益，因顾客来洗头的次数大幅增加，所得的利润远远高过烫发的成本。

进行这样的活动，老板无须顾虑成本，反而可以提升业绩，设计师的业绩得以成长，助理的奖金可望增加。

**美发店活动方案标题篇九**

活动主题：冬季显风情，烫出好心情。新潮发型全能浪漫无损烫

活动日期：12月15日至1月8日

活动宗旨

(1)在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2)借此活动让顾客认同本店专业技术和服务，提升整个店的客单价，形成新的高价战略。

(3)通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神，并得到凝聚和发挥。

(4)创造达成个人和团队最好的业绩。

(5)脱离竞争压力,稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6)立体造势，大量吸引人。

(7)帮助员工认识到只有在会员卡、贵宾卡的保护下，才会有真正的不断的回头客。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8)帮助员工创造更多的烫发、染发、护发机会，稳定顾客群，更好控制顾客消费周期。

(9)激励团队以团队利益为出发点，营造一个\"比、学、赶、帮、 超\"气氛.

(10)争当【服务天使】【技术能手】【进步员工】的先进荣誉福利并举。 活动内容

(1)对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2)内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价高额业绩。

(3)规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4)凡活动期间来店烫发一律可亨受全能浪漫无损3或2折。

(5)凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如何能使用发型设计软件进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6)凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套 全能浪漫无损烫发原价ss元 + 靓点染发原价xx元。姜疗倒膜原价x元套餐优惠。

b套 全能浪漫无损烫发原价xx元 + 姜疗护发原价xx元套餐优惠

剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次x元，特价xx元，并送价值倒膜一次。凡在当日购买贵宾，可购买靓点青春染发，只需花 xx元(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)

活动前的准备

(1)进行活动前人员动员:告诉活动内容，做到人人皆知。

(2)准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3)最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：

a 拉条幅：看起来简单，但一定要做。

b 店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

c 员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4)最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾容手上，他定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

**美发店活动方案标题篇十**

1、促销政策宣传介质：发廊的每一项促销政策，都需要通过一种介质来传播出去。现在，大部分发廊将自己的促销政策写在发廊的大门上，或者是写在一个促销招牌上。一些有网站的发廊，通常会将促销政策放在网站上，还有一些发廊会印制一些宣传单面，介绍发廊的促销政策。宣传单，宣传招牌，这些促销政策的宣传介质，都需要发廊经营者准备。

2、收银系统：发廊搞充值优惠的活动牵涉到收银系统的调整问题，因为充1000元送xx元的活动，xx元赠送额必须调整收银系统才能进行。如果不调整收银系统，发廊的实际充值金额与收银金额会有一个非常大的悬殊。尤其是连锁发廊，如果收银系统没有调整，帐目必定会混乱。

3、促销活动宣传：每一个促销活动都离不开宣传，如何宣传，也是发廊经营者需要做的准备工作。通常情况下，发廊的促销活动，都是靠发廊顾客来宣传的。为了保证活动的效果，发廊还会组织一些人发放促销活动的宣传页，这个工作同样需要提前做。试想，如果明天就要搞促销活动了，今天发廊才去做宣传，这样的活动肯定办不好。

4、设备检修工作：发廊的任何活动，都要发廊有一个稳定的营业系统和融洽的活动环境。一些发廊在搞活动时，出现了美发设备的故障，很多参加活动的顾客纷纷离去。就这样，机器故障把一个促销活动搞砸了，发廊因此蒙受了巨大的损失。所以说，在搞促销活动时，发廊的加热设备、烫发机器、热水器、电路保险、空调设备检查工作是必不可少的。

除了机器检修工作之外，供电系统，供暖系统也需要进行检修。没有了电，发廊是无法正常经营的。虽然我国南方和北方的气温差别非常大，但春节前后的气温并不高，发廊还是需要一定的取暖措施的。南方地区的发廊大部分使用空调取暖，北方的发廊大部分使用暖气取暖，没有取暖设施，活动也会受到影响。

5、促销活动现场的布置：由于新年前后的节日比较多，每一个节日都需要对发廊进行一些装饰和布置。节日相隔都不远，短短几天的时间，发廊需要把圣诞装修的痕迹抹去，让发廊充满了新年的气息。严格来说，发廊促销活动的现成布置是关系到活动成败的重要因素，也是促销活动一项很重要的准备工作。

6、礼品的准备：一些促销活动可能需要礼品，发廊要提前准备好促销活动中需要的礼品。有时候，礼品不一定是送给顾客的，可能是活动中必须的礼品。总之，无论是活动中赠送给顾客的礼品，还是活动中需要的礼品，发廊都要提前准备好。

7、员工训练：搞促销活动还是要人做的事情，宣传、执行、操作、推销等等，员工不经过训练是不会掌握促销活动的细节的，不知道活动内容、不会操作活动的项目、对活动的目的和意义不清楚、对活动的激励方式不了解影响积极性等等，没有训练的促销活动等于空话!

随着发廊竞争的加剧，各发廊在节日时策划的促销活动也变得越来越复杂，这意味着发廊促销活动举办前有太多的工作需要去准备。诸如机器检修、活动现成布置、促销活动宣传等准备工作是每个活动都要准备的，对于一些特殊的活动，还要特殊对待。

**美发店活动方案标题篇十一**

一、活动主题：

“ 缤纷国庆节，五大惊喜大放送”

二、活动日期：

9 月 26 日 - 10 月 8 日

三、活动目的：

1 、利用国庆节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;

2 、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;

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：天天前 5 名，低至 5.1 折

想烫就烫，活动期间每天前 5 名顾客消费原价 380 元的数码烫可享受 5.1 折优惠。

惊喜二：消费满 168 送 51 ，消费满 480 送 150

一次性消费满 168 元(或充值 200 元)送 51 元的现金券;

一次性消费满 480 元(或充值 500 元)元送 150 元的现金券。

惊喜三：加“ 51 元”=“ 88 元”

活动期间消费 80 元(或充值 200 元)，加 51 元可购买原价 88 元的产品，即省 37 元;购买 88 元以上其它美容 / 美发产品可以优惠37 元，详细参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，漂亮更出色

1、美容超值体验套餐：原价 519 元，体验价 258 元 (每人限体验一次)

皇室 spa 松筋驻颜术 ( 188 元) +中医经络祛黑眼圈 ( 158 元) +全息身体理疗 ( 148-188 元) = 258 元

2、\_ 烫 368 元 + \_ 染 286 元 + \_ 护理 168 元 +水木年华高效润发 58 元 ， 原价 880 元，活动优惠价 580元

惊喜五：“新”的选择，特惠放送

尚艺式皇式洗护 88 元，活动期间尝新体验价 48 元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会;

2、具体 \_ 烫及原价多少请根据本店实际情况设定;

3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐，规划方案《美容美发店国庆节活动策划宣传方案》。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

2、51 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月18 日 - 7 月 18 日 ;

3、150 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月18 日 - 7 月 18 日 。

4、消费满 168 或 480 均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受 150 元面值的现金券时，可以送三张面值 51 元的现金券代替 150元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满 168 元或充值满 200 元可送 51 元的现金券，消费满 480 元或充值 500 元送 150元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

1、惊喜三用加 51 元的可以购买 88 元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售;

2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价 88 元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“ \_ 元”的爆炸贴，顾客买单满 80元时接待人员提醒顾客可以加 51 元购买 88 元的产品;

例如： 洁容卸妆洁面乳二合一洁面乳 118 元，消费满 80 元再加 81 元即可购买;

玫瑰纯露原 168 元，消费满 80 元再加 131 元即可购买;

家居阳光乳 178 元，消费满 80 元再加 141 元即可购买;

惊喜四解释说明：

1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额

2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐;

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行;

4、套餐的设定以 2 - 3 个为相宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

惊喜五解释说明：

1、“ ‘ 新 的选择，特惠放送”主要推广本店近段推出的新项目，可以设置 1 - 3 个新项目;

2、以“ \_x (项目)多少元 体验价多少元”的宣传设置，具体项目及价格自行设定。

备注：

针对以上五大惊喜各店可根据本店经营方面的实际选择 2大惊喜作重点的\'主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜 \_ ：清爽一夏，超值发型设计卡 100 元 /5 次

5 次发型设计 200 元，超值发型设计卡 100 元 5 次洗剪吹，省 100 元

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费;

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整;

3、发型设计卡 10 月前使用有效。

**美发店活动方案标题篇十二**

方案一：国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值 n元(洗护套装)1套+价值 n元(烫后护理精华)1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色拘油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套;另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款;男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡(老人可免费享受一次头发修剪)。

**美发店活动方案标题篇十三**

喜迎元旦，好礼大派送

xx年12月28日—xx年1月5日

1、利用节日促销，提升美发店年末业绩;

2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，巩固顾客忠诚度;

3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出“100元大变样”的促销活动，帮你打造一个xx年最时尚的发型;该“100元大变样”项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

(1)信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

(2)活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作;同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

**美发店活动方案标题篇十四**

一、活动主题：“ 缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期： 4 月 26 日 - 5 月 8 日

三、活动目的：

1 、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;

2 、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;

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前 5 名，低至 5.1 折

想烫就烫，活动期间每天前 5 名顾客消费原价 380 元的数码烫可享受 5.1 折优惠。

惊喜二：消费满 168 送 51 ，消费满 480 送 150

一次性消费满 168 元(或充值 200 元)送 51 元的现金券;

一次性消费满 480 元(或充值 500 元)元送 150 元的现金券。

惊喜三：加“ 51 元”=“ 88 元”

活动期间消费 80 元(或充值 200 元)，加 51 元可购买原价 88 元的产品，即省 37 元;购买 88 元以上其它美发产品可以优惠 37 元，具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精彩

2、 烫 280 元 + 染 280 元 + 护理 65 元 原价 625 元，活动优惠价 420 元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会;

2、具体 烫及原价多少请根据本店实际情况设定;

3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明 ：

1、惊喜二用消费满额送现金券刺激顾客高消费或充值，同时送现金券可以吸引顾客两个月内回头消费;

2、51 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月 18 日 - 7 月 18 日 ;

3、150 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期： 5 月 18 日 - 7 月 18 日 。

4、消费满 168 或 480 均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受 150 元面值的现金券时，可以送三张面值 51 元的现金券代替 150 元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满 168 元或充值满 200 元可送 51 元的现金券，消费满 480 元或充值 500 元送 150 元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

1、惊喜三用加 51 元的可以购买 88 元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售;

2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价 88 元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“ 元”的爆炸贴，顾客买单满 80 元时接待人员提醒顾客可以加 51 元购买 88 元的产品;

惊喜四解释说明：

1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额

2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐;

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行;

4、套餐的设定以 2 - 3 个为适宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

备注：

针对以上五大惊喜,各店可根据本店经营方面的实际选择 2 大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜 ：清爽一夏，超值发型设计卡 100 元 /5 次

5 次发型设计 200 元，超值发型设计卡 100 元 5 次洗剪吹，省 100 元

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费;

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整;

3、发型设计卡 10 月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整!

六、活动的宣传：

1 、短信通知： 短信提示在活动前 4 到 2 天发送

a. 短信内容(发本店会员用)：“ 缤纷五一，尚艺 店五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，详情请电 8000008 或亲临本店”

b. 短信内容(发外部顾客用)： “缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构 路 店 8000008 ”

注： 发外部顾客可通过购买信息公司的移动 / 联通的用户平台发短信广告。

2 、户外派单： (详看附件)

a. 派发时间：活动开始前 3 天开始

b. 派发地点：分店周边范围 1000 米 以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、 大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c. 派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量;

d. 派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3 、 dm 单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围 5 公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。(注：店铺顾客资源有限，尚需吸引更多顾客的分店可选择dm单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭 / 报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作)

七、活动现场布置：

1 、门口：

1)、海报 /x 展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“ x 展架”或悬挂 / 张贴活动内容海报; (详看附件)

2)、横幅：门口拉 “ 缤纷五一，五大惊喜大放送 ，低至 5.1 折，满 168 送 51 ” 内容的条幅 (条幅建议用灯箱布材料) ;

a 、布条幅的设计效果：

b 、灯箱布条幅的设计效果：

2 、店内：

1)、海报 /x 展架：前台收银旁放置活动内容“ x 展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报; (详看附件)

2)、活动产品 / 项目：前台显眼位置放 88 元左右的产品，产品上贴 “ 88 元”或是涂上“ 元”爆炸贴标签。

八、活动培训及活动执行要求：

1、店长亲自主抓培训，向员工传达本次活动以“五大惊喜来吸引顾客关注”、再重点向顾客主推本店的某一项 “惊喜内容”的思想，务必让每一个员工都清楚了解活动的相关内容;

21、加强员工活动推销观念，重点以五一五大惊喜优惠来吸引顾客，并适当向其主推五大惊喜当中的重点主推活动内容;

3、店长根据 pop 海报内容与员工分析各项惊喜的操作方法，并指导员工如何针对活动对顾客进行相关的活动内容告知说明;

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话述培训;

5、店长活动前两天挑选好参与活动的外卖产品，并提炼产品的卖点，特别是着点突出顾客 夏日需要那方面的保养、养护等方面来提炼产品卖点， 做好外卖产品推销的培训 ;

6、店长活动前一天定好五一活动期间的营业目标，把目标分解到个人，同时分解好店的每天总目标，每天晚会 / 晨会上主管或店长对当天 / 前一天的促销活动情况进行总结分析，指出不足之处这，对完成好的适当的表杨，差的批评;

九 、费用预算

**美发店活动方案标题篇十五**

主题：庆祝国庆，时尚烫发染发，大礼包。

目的：

1 针对五一的烫发染发顾客和8，9月剪发顾客的回笼，并为与打好元旦，圣诞作基础，稳定业绩。

2 针对五一顾客回笼，并控制顾客的消费周期

3 为脱离同行商圈的高争压力，造就更稳定而成长的业绩。

4 帮助员工造势，创造客数，产生不断的烫发染发客户。

5 使我们掌握和控制客人的消费周期。

6 让员工认识到，唯有会员卡的保护，才有真正的指定客人重复消费，固稳业绩。

7 激励员工，使全体员工都能增加凝聚力，建立团队精神，创造个人和团队高业绩。

8 使员工和客人都拥有一颗感恩的心。活动日期： 自定员工主推：烫发，代金卷，会员卡活动内容：

1 烫发，护发一律3。2——4。2折，吸引顾客，创造大量烫发客群。

2 内部设立烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价业绩。

(1)水能高弹理疗烫

a：烫发+天然醋疗精华原价 现价

b：烫发+染发 原价 现价

c：染发+天然醋疗精华原价 现价

d：烫发+染发+天然醋疗精华原价 现价

(2)凡单项满----元，均送一张价值----元的母亲感恩卡，可以任意消费

(3)母亲感恩储值卡原价228元 现价100元，可任意 消费

(4)凡购买倒膜一套原价元再送 元的储值卡一张

(5)凡到本店消费者一律送价值元的天然精华 倒膜6)凡购买我店任意产品的，均送价值 元的剪发

3 凡烫发顾客在当日护发一律同价免费。

4(1)剪发卡优惠办卡大活动

(2)洗剪吹三次 特价元，并赠送价值 元的倒膜1 次

(3)凡在当日购买贵宾卡的客人，可免当日消费

例：贵宾卡 元送倒膜 元

(4)凡做烫发套餐的顾客，可购买 烫发，只需花 元

(不含洗剪吹，有效期至 月 日)顾客的利益。

1 认识好的产品是由专业人员来操作完成的。

2 令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。

3 令顾客安心，信心满意的服务。

4 超值价值，超值服务。

活动前置要点：1 促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。

2 对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。

3 店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。

4 最新流行图片收集是否以全。

5 顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。

6 预约卷发放区和分配是否划分清楚。

7 发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。

8 发型师的图片手册

9 a现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫发染发护客人，让烫发染发护客人如何变为高单客户。

b 商圈拜访话术 c 预约单发放话述 d 顾客电话问候话术

e 烫发染发技术训练 f 8款——10款剪烫发型培训

10 a 红条幅 b 贴纸宣传背胶 c海报 d 顾客电话联络

e精神动员早会，提前营造时间1个小时 f 每天早晚会检讨前1日营业状况

11 任务奖励方式

(1)发型师套餐比赛 (2)推卡比赛 (3)总业绩及单项业绩最高

(4)助理套餐比赛 (5)助理推卡比赛。

**美发店活动方案标题篇十六**

目的：

(1)利用节目提升旺季业绩。

(2)让我们店在提升人气的同时，多了几分春天温暖的气氛。

(3)通过本次活动，促使我们美发师与助理的的团队协作精神。

(4)提升我们员工的技术，稳定客源。

(5)增加“大头率”，提升回头率。

活动时间：

20xx年9月26月到20xx年10月10日。

注意：搞活动不能太长，如果太长，让人觉得很假的感觉。10——20天正好合适。

20xx年十一节美发店的活动方案内容：

(1)活动期间“每天”来店剪头的“第一位”顾客或打烊的“最后一位”只收5.1元。

(2)活动期间“每天”来店染头的“第一位”顾客只收51元，或打5.1折(具体找多少折，看头办。根据实际而论，只要后面带个一就行了)。

(3)活动期间“每天”来店烫头的“第一位”顾客只收51元，或打一折。

(4)活动期间“每天”来店洗头的“第一位”顾客只收5.1元。

(5)活动期间累计(或一次性累计)消费达到510元的顾客，送价价值510元的护理。

(7)每天抽奖1名顾客，免费护理一次。

(8)一次性充值510元以上的顾客，免费送510元。

(9)代金卷：18元，28元，38元用于烫染。如何使用，如何发放，后面有详细说明。

(10)做烫染的给带小孩来的神秘礼品一份。

活动的实施

(1)、代金卷的发放

代金卷的发放以前我经常见到很多人在大街上发放，其实这样做，很让人反感，因为站街发传单的人实在太多了，而且体现不出价值来。为止这里有一个绝对好的主意告诉大家：代金卷的发放可以和其它非本行的行业合作，如果你在商圈，或一条街上，那么，你可以把代金卷送给那卖服装的老板或餐饮的老板，告诉他们购买了一件200元以上的服装的送一张价值28元的烫染卷，餐饮也类似，这样不同的行业联动起来，活动更有意思。同样你也可以告诉服装老板，他们的优惠卷可以放到你那里去。

(2)、节日音乐的播放注意事项：

a、网上下十首以上的音乐到电脑上播放。

b、建议不要联网我播放音乐。

c、不要同一首音乐反复放。

(3)、清洁卫生，过节了，人多了，清洁却不能少。

(4)、给消费高的顾客输会员卡。

(5)、员工奖励。活动的实施者是员工，为了让活动更加有效的进行，因此在实施活动方案的同时，一定要考虑员工的奖励，不然员工累了一半天，结果还是跟平常一样，那样的话，员工的积极性就不高了。

总结

(1)信息跟进反馈

我们多数美发店美容院把活动进行完后，就完了，后面什么也不做，顶多做一下分钱的事。其实是这样吗?不。其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢?这里告诉几种方法：

a、顾客来进行消费时，一定采用软件进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b、短信告知消费信息：不用说了，可以给你的顾客发一条信息。

c、电话反馈联系。

(2)活动总结

a、给每个员工进行业绩排名。并和去年五一节的业绩对比。

b、每个员工写美发店五一节活动总结和反思，如果只做活动，不总结不反思，那么就没有进步。

**美发店活动方案标题篇十七**

促销活动主题:

迎中秋庆十一，美发店献礼惊喜不断!

促销活动时间：

20xx年9月27日--20xx年10月8日

促销活动目的：

1、通过这次双节促销，提高美发店的知名度和品牌影响力;

2、增加新顾客，稳定老顾客;

3、刺激中秋国庆节顾客的消费欲望，提升美发店的营业额;

4、让顾客产生好感，提升品牌形象。

促销活动内容

(一)优惠大降价美发套餐

在活动当天，美发店推出188元的美发套餐，包括洗剪吹，染发，离子烫，造型为一体的美发活动，为中秋国庆进店客户打造全方位的服务，同时还附上一星期不满意，可免费在重做的声明，让顾客能享受到最优质的服务。

(二)限量美发套餐

现在不少商家喜欢做限量版促销套餐来赢得顾客的青睐，的确很多顾客都会被“限量”所吸引。至此美发店也可以在活动当天推出进店前十名的顾客可享受100元的美发套餐，包括剪发、陶瓷烫、护理，当然还会赠送美发店精心挑选的小礼物。

(三)团购美发套餐

时下很多年轻人喜欢上网团购一些东西，不但价格优惠，而且质量也是有保障的。所以一些美发店也会在团购网站上做节日团购促销，所以做好促销内容才是吸引顾客团购的欲望。

美发店可以在中秋国庆双节打出消费蛮200元返还50元的促销活动，或者进店前20名的顾客可享受美发店提高的高档美发产品。

(四)全家美发套餐

殊不知我们每个人都需要剪发，护理头发，所以美发店可以推出全家美发套餐，让爸爸妈妈带上自己的小孩一起来理发，美发店也可以让理发师设计一些母女发型，或者是父子发型，来带动全家一起来理发的欲望。

促销注意事项

1、在美发店举行促销活动之前，要确保所有的美发产品质量安全，避免给顾客安全造成危害。

2、美发店所有工作人员都得提前做好岗位工作职责的认知，也就是知道在促销活动中自己做啥工作，避免造成人员混乱的局面。

3、美发店制定好促销方案后，要先开始做一些活动宣传，比如制作展架，海报，或是微博推广，让顾客了解美发店的促销内容。

**美发店活动方案标题篇十八**

中秋节是我们传统节日之一，民间认为中秋节是家人团圆的日子，所以又被称为团圆节。美容院可以利用中秋家人团圆推出特惠主题活动，在活动中利用富有人情味的活动来打动顾客。通过中秋活动，发扬中国传统节日文化的同时，更好的维护美容院与顾客之间的关系，也可以借此更好的拓展新顾客，扩大美容院知名度和口碑。

活动主题：

月美人更美

活动时间：

x年9月6日～x年9月8日

活动地点：

天黛美容院直营店及加盟店

活动对象：

天黛所有消费者

活动目的：

中秋佳节，以“美”的名义向天黛消费者送节日祝福。借此传播公司旗下美容院的经营理念，同时与顾客建立起一个和谐、温馨的沟通平台。不仅让天黛得到宣传，而且能可以借此提升美容院的整体形象。

活动宣传：

1、可以在天黛官网、微博、微信平台上提前一周发布活动信息。

2、在人群密集的场所、街道以及商业主干道发放活动宣传单及中秋节优惠卷;也可以在写字楼的宣传栏上粘贴宣传海报。

3、在旗下各美容院门口张贴海报，挂横幅等。

注意事项：

1、节假日期间，直营店内要尽量营造节日气氛。店内的装饰要以温馨为主题，以淡黄色为主。

2、活动期间推出的一系列优惠仅在中秋节活动期间使用，有效期限可设为为一个月，但不能与其他活动叠加使用。

3、记得为中秋节天上班员工准备精美的礼物和月饼，同时让员工感受到企业的“美”。

活动内容：

中秋作为中国传统的团圆的节日，很多在外工作的子女都会利用这个时间与家里的父母团聚。所以，美容院可以推出一些家庭套餐服务。比如：亲子套餐、双亲套餐、全家福套餐等。

1、亲子套餐

亲子套餐是在美容院活动中较为少见，这种较为新型的美容院套餐活动，是为了让夫妻二人在美容院消费时，随行的孩子也能够享受到尊贵的服务。可以在美容院内设置儿童专区，供顾客的孩子能够在内玩耍，为顾消除后顾之忧。

2、双亲套餐

现在过节不再推崇送礼，而是送健康。天黛作为美容养生会所，养生、护理、水疗spa等技术都能为广大的顾客送去健康。双亲套餐实施一人满额消费，随行家人消费减半。即为父母送去了健康，也尽到了孝心。

3、全家福套餐

在中秋节当日，在天黛美容院店外搭建小舞台，通过全家都能够参与的游戏找到默契度的家庭，得分的家庭将送出美容院特定的服务套餐。同时参加游戏的家庭还有能够参与美容院抽奖活动，有机会赢取天黛提供的中秋特惠大礼包。

**美发店活动方案标题篇十九**

活动主题：201x冬季显风情，烫出好心情

全力推出201x年新潮发型全能浪漫无损烫

1.活动日期：20xx年12月8日至201x年1月8日

2.活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务;创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6) 立体造势，大量吸引人。

(7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9) 激励团队以团队利益为出发点，营造!“比，学，赶，帮”气氛。

(10) 争当“服务天使”“技术能手套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

在这里作者通过自己美发店真实的运营，建议使用目前大家认可的《旺点美容美发管理软件》里的短信群发功能，里面群发有几十种功能，完全满足目前美容美发店的需要。

5.顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。 (物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。 (热情，主动，舒适)

4) 享受超低价格，超值服务。

6.员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5)借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识刨造新客群是不易，则应珍惜客源;更应做好服务。

(6)提高员工收入。

6.活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期( 月 日完成)。

(4) 顾客资料整理.电话通知客人，三天工作期( 月 曰完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开( 月 日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8) a：店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“全能浪漫无损烫周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)

第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)

c：活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元。l号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率，l号发型师本月应得奖金400元。

中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

如1号发型师本月实际完成80套，既完成率80%.那么l号发型师，本月店内罚款40元。各级周冠军店内另奖多少元，各级月冠军店内另奖多少元 ，各级最后两名各罚多少元

12、活动总结

(1)活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢?这里告诉几种方法：

a、顾客来进行消费时，一定采用软件(这里推荐大家使用《旺点系统美容美发管理软件》)进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b、短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c、电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

(2)活动总结

a、给每个员工进行业绩排名。

b、每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找