# 皮肤管理中心经营中最常见的十大营销模式分析

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-09-13

*皮肤管理中心经营中最常见的十大营销模式分析随着时代的发展，美容业已成为我国发展最快的行业之一。美容行业的营销方式主要以教育营销、服务营销、情感营销、概念营销、会议营销、体验营销、网络营销、直销等营销模式大行其道，成就了一批批行业黑马。营销模...*

皮肤管理中心经营中最常见的十大营销模式分析

随着时代的发展，美容业已成为我国发展最快的行业之一。美容行业的营销方式主要以教育营销、服务营销、情感营销、概念营销、会议营销、体验营销、网络营销、直销等营销模式大行其道，成就了一批批行业黑马。营销模式是皮肤管理中心经营管理的重要组成部分，一家皮肤管理中心是否能做大做强，很大程度上取决于它所选择的营销模式。

一、网络营销逐渐占主角

对于快消品来说，网络营销无疑是一种先进的模式。而网络营销中如今最常见的便是微信营销，对于传统的网络营销模式来说，利用微信营销最大的一个亮点在于“圈养”。在管理中心方面，表现为管理中心建自己的网站、顾客微信群是最具深远意义的动作，与其投资广告公关费，不如“辛勤地默默地织一张大网”——织一张宽宏的、细密的、牢实的网络大网，让皮肤管理中心引进的任何新项目、新产品都能迅速地与目标消费者见面，迅速地让她们试用、购买，这比什么都重要。

二、服务为根本的服务营销

美容行业本身就是一个服务性行业，提倡服务营销对提高从业人员的服务意识和服务能力，都有十分重要的意义。服务营销是更深层次的营销，重点在以顾客满意为中心的价值链管理上。从产品质量入手，到售前、售中、售后服务，按照决胜终端的要求，在细节上做文章，才能树立起企业品牌知名度。

三、与社会主流结合的公关营销

近些年来，越来越多的皮肤管理中心已经发现了包括公益文化活动在内的公关活动在营销中的特殊作用。出色的公关活动，能使皮肤管理中心一举获得知名度和美誉度，而广告要同时达到这两个目标是相当困难的。公关营销的最重要的操作点在于执行力，公关手段下的企业品牌之路需要一种利器，少了执行力公关营销就像少了条胳膊少了条腿。公关营销还牵扯到社会效应，这就需要企业做好诚信，维护好企业自身形象和品牌形象的塑造。

四、以感性取胜的情感营销

成功的情感交流有助于客情维护，但并不能代替消费者对产品功效、品质、服务的需求，一味的夸大情感而忽视产品效果，反而容易造成顾客的被欺骗感。销售力比较强；对于帮助皮肤管理中心开展终端活动，增进与顾客的心理沟通，做好与客户情感维系等都起着很大的作用。

五、教育培训与企业文化结合教育营销以营销、技术专家、讲师、美容专家组成讲师队伍，通过演示会、产品发布会等形式，培育消费者的消费需求，激发加盟商的经销欲望。将教育培训和企业的经营管理思想结合在一起，邀请的专家权威、教授的课程热门、策划执行力强，这是他们的成功之处。最难能可贵的是，将营销作为一个系统工程来运作，而非单纯的一种手段，培养了客户对厂商的信任感和忠诚度。

六、体验营销为秘密武器

随着消费者感性比重的增加，体验营销在市场中的作用越来越凸显，拉近了与终端消费者的距离。它以体验为基础，强调与消费者之间的沟通，并触动其内在的情感和

情绪;以创造体验吸引消费者，并增加产品的附加值;以建立品牌、商标、标语及整体形象塑造等方式，取得消费者的认同。

七、事件营销

软性炒作与借势发挥已成为推广的又一途径被广泛认可，品牌传播需求多元化。关注公众话题与新闻事件，整合资源快速反应寻求借“事”造“势”。挑选的事件必须具备轰动性，才有可能获得媒体争相报道引起注意;其核心的技巧是抓住事件本质，做前人未做说别人未说，这样来打破人们记忆密集，借势炒作，在公众关心的话题中“插播”自己品牌的信息，促成记忆。事件的发展有不可预知性，往往会超出企业对事件策划的掌控能力，暗藏风险，企业立场不易明确;即时性很强，对操作者的执行力要求很高，预算弹性大。

八、差异化营销

皮肤管理中心需要凭借自身的技术优势和管理优势，生产出在性能、质量上优于市场现有水平的产品，或是在销售方面通过有特色的宣传活动、灵活的推销手段、周到的售后服务，在终端受众心目中树立起不同于他人的良好形象。

九、会务营销

见效短平快，把服务理念的贯穿于售前、售中、售后的每一个环节，通过完整可

行的时间安排开展会务，包括广告宣传、客户邀约、会址联系、人员培训、餐饮住宿等不同环节的完美配合，巩固客情关系、招商、推广和培训等工作，在封闭式的和谐环境中造出振奋的气氛，并迅速完成招商与市场培育。

十、多元化的组合营销

在熟练运用不同环节的单一模式之后，各取所长。一般可以是多种文化、多种管理方法、多种经营模式共同结合，互补协调，各取所长来达到最佳组合营销的效果。

单纯运用直销的模式来运作专业线市场，或许就目前而言还有些不现实。将直销和美容专业营销的一些基本状况结合，既充分利用了直销模式独特的优势，弥补传统营销的不足，又保留了传统营销的精华，深谙资源整合运用之道。

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