# 2024年化妆品营销活动策划方案(四篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-06-05

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。化妆品营销活动策划方案篇一圣诞乐翻天，...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**化妆品营销活动策划方案篇一**

圣诞乐翻天，缤纷乐淘惠！

活动时间

20xx年12月1日—12月30日

活动目的

1、提高消费金额，增加化妆品店销售业绩；

2、加强与顾客之间的联系，巩固客户的忠诚度；

3、打响品牌知名度，宣传企业文化。

活动资料

促销活动一：完美圣诞节，大餐吃到饱！

圣诞节将至，最令人期待的不仅仅能够好好享受一下，同时还能够让你吃上一顿美味可口的圣诞大餐，法式、中式、日式……任你挑选，那如何能够获得吃大餐的特权呢？

请记住在本化妆品店圣诞节活动期间，凡是当天消费满xxx元以上的顾客均可获得吃三人自助圣诞大餐的特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

注：可选择当地酒店圣诞自助餐（提议价格xx元-xx元位）

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断！

每年的圣诞节，不论是商场还是旅行社都会推出情侣优惠活动，一些旅行社还专门为情侣们制定圣诞节旅游路线，不仅仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以化妆品店想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨研究和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客在本化妆品店开通会员卡，并且消费满xxx元的话，就能够和另一半享享受本化妆品店推出的圣诞节双人游活动。而已经是本化妆品店的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满xxx元也可获得双人游机会。

注：消费金额来决定去哪儿游！

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停！

圣诞节活动期间，凡在本化妆品店消费满xxx元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里成本划分不一样区域：500元、600元、700元、800元、900元、10000元代金券或者是产品。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑奖，永不落空，让你圣诞夜赚不停！

促销活动四：狂欢平安夜，领礼又免单！

1、12月24日、12月25日晚上18点20点22点整点和圣诞老人pk拿礼物喽！

细心了，圣诞节本化妆品店有圣诞老人出没，大家留意喽你们的福利来喽

和圣诞老人玩猜拳、掰手力，三局两胜制，由你来决定玩哪个项目。快和家人一齐来吧。获胜了圣诞老人身上的、拉着的小马车上的礼物可任你挑选，可别挑花了眼。是不是手痒了，那就快来（活动期间每人凭本店会员卡限玩一次，先至本店服务台领取圣诞游戏卡片）

2、12月24日晚上18点20点22点整点总计8个免单大奖，让你“88888888”

活动细则：消费即可参加抽奖，18点前消费的顾客可享有4次以上的免单机会哟，20点可享有3次以上免单机会，以此类推。免单金额最高达xxx元，以本化妆品店现金券形式返还。本店当天以现场公示牌、隔天官方微信公布的形式告知各中奖者，活动期间领取均有效。详情咨询本店工作人员。

异常微企划之一：微信达人奔过来

关注本化妆品店及参加活动专柜微信，可至专柜抢购微信特供款最低10元开卖喽！

特供款每一天微信会上新公告，下手要趁早。

活动细则：参与品牌及商品详见专柜海报明示及每一天微信公告每一天供应数量有限，抢完为止

异常微企划之二：圣诞幸运礼盒

关注本化妆品店微信，发送《我要收礼》进入游戏环节，每一天每个微信号均有一次金手指点开大礼的机会。礼物里边除了会出现iphone6手机套、化妆品圣诞礼盒、圣诞自助大餐、圣诞服饰券，活动期间更有一部iphone6等你手到擒来。哇哇，快用你的手指赶紧狠狠来戳我戳我————

活动细则：有中奖者请根据页面提示输入相应资料，凭有效证件于12月31日前到本店领取

活动注意事项：

1、在活动前期，店长需分配好每位员工的工作任务，为她们打气加油，提高她们的奋斗志气。

2、在活动期间，店员必须认真对待进店的每位顾客，不要给顾客留下一个不好的印象。

3、在活动结束后，记得整理一份这次促销活动的总结，方便认清还有哪些不足的地方。

**化妆品营销活动策划方案篇二**

活动主题

缤纷好礼，超值优惠

活动地点

xxx连锁店

活动时间

x月x——x日（3天）

活动道具

张贴告示、产品堆头、奖品摆放

活动人员

本店员+贴柜美导

活动目标

x万x千

活动奖励

1、完成个人销售目标的销售人员奖励现金xx元。

2、销售业绩最为突出的一位销售人员奖励xxx元。

活动方式

超值赠送、神奇抽奖、互动游戏

活动前准备工作

1、店面布置

（1）最直观的店门口宣传

（2）提前做门柱玫瑰花或彩带或气球装饰大门口

（3）拉起横幅（红底黄字）

（4）在开放区或产品陈列柜上使用小pop告示

（5）在卖场内上方做吊旗体现为活动优惠的宣传

（6）提前3天在产品展示柜上张贴活动具体资料的告示

全场由内到外、由上到下溢满着“缤纷好礼，超值优惠”的字样，到达视觉上的冲击效果！

2、派发产品dm单页

dm单页由各店店长活动期间安排人员轮流到店门口或附近派发。

3、电话、信息通知邀约

（1）采用电话告知、信息邀约的方式通知会员。

（2）最近已购买产品顾客暂不通知。

（3）每个店员负责发50条信息或者电话给自我的老顾客，并登记在册。

4、人员告知

正式活动前请销售人员在接待顾客销售产品时，将本店x月x号将举行“缤纷好礼，超值优惠”的消息告知顾客，注意宣传方式，不要伤害到活动前期的消费顾客。

5、信息平台群发信息

正式活动前两天，各店把会员信息（会员电话号码，必须有效）整理出来，平台群发！

6、qq群里发布公告和信息

活动前准备工作

1、会员积分礼品

此次会员积分礼品的兑换是我们引顾客来店的一个饵，顾客来店兑换礼品时我们再经过现场的氛围和人员的引导达成销售的目的。

会员积分礼品在兑换过程中，要注意现场跟踪到位，避免出现积分礼品送完，致使顾客等待的现象。

2、活动赠品

（1）赠品摆放必须醒目，夸张。活动开始前2日将活动赠品分类整理，使现场显得较为整齐，并且方便现场的销售。

（2）抽奖奖品及互动游戏奖品，保障奖品的充足。

（3）注意在活动中顾客要求追加或调配赠品的现象。

顾客要求追加或调配赠品是无法避免的，因些会前针对这样的情景要加强沟通与强调，避免中样的赠送量过多。过多赠送中样弊端是很大的，这样就延长了顾客二次返店的时间，对日后的销售是不利的。所以在活动中，应尽量避免产品的过多赠送。

（4）入店送小礼物。

小礼物的作用是使得来店的会员都不会空手而回，使顾客感觉我们做活动的目的不是仅仅想要她们消费，而是切切实实要为她们服务给她们实惠的，要给她们构成一种即使她们不消费我们一样很欢迎她们的印象。

活动前准备工作

热销产品的跟踪（确保不断货，备足货品）

对产品的库存要实时跟踪，尽可能避免出现断货现象。一旦出现断货现象，一来容易造成活动效果不好，二来业绩影响.当然，如果确实有个别产品断货了，应及时告知所有参与人员，让相关人员在推荐产品时能够转移到功效相近有库存的货品上，保证活动进行中不受干扰.

活动前准备工作

1、避免出现有的顾客进店后无人接待的现象。需要说的是，顾客无人接待的原因并不是都因为我们的销售人员正在为其他的顾客服务中，而是销售人员接待顾客的主动性不够强。

2、销售员站位及礼仪接待问题：这次活动很大程度上改变了以往活动中人员站位于柜台后的情景.避免人员多集中在店内。如可能有的顾客在门口驻足向内观望，却没有人员上前接待将顾客引进店内的现象。尽量安排销售人员轮流站立店门口迎宾。

3、当顾客多，现场忙时，要注意避免出现心里慌乱的情景：比如找不到赠品，甚至找不到产品等现象。而当顾客少现场闲时，及时主动的整理现场，清理前台以及补充赠品台和补充柜上商品陈列，主动的到门口派发传单寻找顾客。

4、必须熟悉产品。避免人员对产品的熟悉度不够，从而可能导致活动现场会出现人员找不到产品的情景，这对一场活动来说是很不负职责的。所以，会前培训较为重要，销售人员对整个活动流程必须清晰。

5、必须提高销售专业水平。对于这次活动，不仅仅取决我们销售人员的专业水准，更重要的是要表现出销售强势与销售信心，对销售目标的坚定性和对顾客心理的了解与掌握度。举个简单的例子，我们在销售产品时尽可能2瓶2瓶的推，不用担心顾客的承受本事，不用担心强势的推介会吓跑顾客。事实证明只要方法得当，顾客的承受本事远在我们想像之上。

回馈老顾客，吸纳新顾客并加入会员而异常准备的一项活动。

顾客购满68元即可参加抽奖！（只限一次，金额不累计）

一等奖：赠送100元的代金卷

二等奖：赠送50元的代金卷

三等奖：赠送30元的代金卷

参与奖：中样2支+铝箔袋试用装4袋

比赛规则：

在客流中选出五人，拿出五个气球，把五张纸条当顾客的面放入气球中，（其中一个气球内设置有奖项：赠送价值282元的星辰花系列任选3支单支）

规定时间1分钟内吹破气球，把奖项吹出来，超过1分钟吹出，奖项作废。

活动结束善后工作：

活动结束后必须回访顾客，各销售员负责回访自我的顾客，做好回访记录表。

如顾客购买产品7日后提示顾客“xxxx产品的正确使用是十分重要的。您都掌握了么？欢迎咨询电话xxxxxxxx”。这样的做法对我们来说无疑是一个很大的工作量，然而却能够让顾客感受到我们对她们的关注与重视。

加强日常与顾客的沟通交流。

加强日常与顾客的沟通交流，会使得在活动前对顾客的邀约不会显得那么突兀，不会给顾客造成一种“打电话给我就是要我买东西”的感受。充满人性化的做法有助于将顾客的心牢牢抓住，构成我们与其他店的形象区别。

对会员资料必须更正。

发现有部分顾客电话号码错误或已更换，无法通知到所有的顾客。各店长在活动结束后，当有老会员返店消费时，务必拿出顾客所登记的会员资料与顾客确认资料，为以后的活动做准备。

**化妆品营销活动策划方案篇三**

以“来就送、买还送、购物大派送”为活动主线，异常推出名优家电超低价竞拍活动，同时贯穿“银色狂想曲”大型文艺演出，极力营造节日的喜庆、狂欢氛围，经过轰动的社会效应，促进商场销售，提升企业形象。

时间：xx年12月18日-25日

具体资料：活动期间，全楼商品6折起销售，凡当日在打折基础上累计购物满30元，家电、彩妆类满xx元者（黄铂金、量贩、洁具及明示不参加活动的商品除外）可凭购物微机小票到一楼换卡处换取欢乐卡一张，多买多换。

时间：xx年12月24日时晚20：00-24：00

具体资料：活动期间，凡光临大楼的顾客均可获赠圣诞小礼品一份。

1、时间：xx年年12月24日晚20：00-24：00

2、具体资料：活动期间，凡在我楼打折基础上累计购物满xx元，可凭购物微机小票到各楼层礼品发放处领取圣诞礼帽一顶。

1、活动时间：xx年年12月24日晚20：00-24：00

2、具体资料：活动期间，凡光临我楼的顾客，均可到北门广场舞台参加现场名优家电竞拍活动。

1、活动时间：xx年12月24日晚20：00-24：00

2、具体资料：活动期间，我楼西门广场群星荟萃，联袂表演，以疯狂迪斯科、摇滚音乐及活力歌舞共同奏响“银色狂想曲”，为圣诞夜光临我楼的顾客献上一份圣诞大餐。

这只是某化妆品店搞的一个化妆品圣诞节活动方案，仅供参考，其中的详细资料，您能够根据自我店铺的需要而做随意更改，最终目标就是把商品售出去，还要客户对你的商品及店铺体验良好，能让客户在你的店里长久的消费才是最高明的哦！

**化妆品营销活动策划方案篇四**

选用方法：免费样品

（一）原因

1、应对竞争

在同类产品中，免费样品的赠送已经很普遍了。鉴于此种情景，我们就不能落后，要来留住老用户，在竞争对手试图用此利益点拉拢消费者的时候，我们也应给予消费者同样甚至更多的利益来吸引新用户和留住忠诚顾客。

2、新品试用

李医生一向致力与研发新的产品来呵护消费者的肌肤，所以，能够不定期地推出各种新产品，如近年来推出的水分美白的水果系列、纤润瘦身系列、洗发水和沐浴露以及婴儿系列等等。而免费样品的赠送就能够让消费者对其进行试用，消除其怀疑的心理障碍，降低其消费风险。并使其对李医生的品牌有个良好的印象。

（二）实施

1、时间：全年中的星期六和星期天以及五一、十一黄金周等热点消费时段

2、地点：xx市大型的有xx产品出售的超市和各专卖店，其中超市地点具体为专柜附近区域。

3、执行方式：派专人负责管理和发放免费样品。消费者凭购物付款小票到专人处领取一份试用装产品（10g份），并填写领取样品表格（只包含简单信息：姓名、性别、年龄、职业、电话、e-mail，其中后两项能够不进行填写）。

4、人员：每个超市卖点派一人，专卖店则为店员执行。

5、步骤

（1）、促销员到位，准备活动。

（2）、消费者购买xxx产品。

（3）、凭消费凭证到促销员处填写表格。

（4）、领取免费样品。

（5）、当天活动结束后，促销员清点免费样品数量，整理样品登记表信息。提交上级，下班。

6、操作难点：

（1）促销员用假信息冒领样品。

（2）消费者配合度可能会因为步骤略显烦琐而配合参与度有所降低。

（3）卖场的配合度可能不高。

（4）超市中信息的传达率可能不高。

（三）费用预算及效果评估

1、费用预算

（1）免费样品本身的成本.

（2）促销人员花费。

（3）卖场租用及相关费用。

2、效果评估

由于这种方法比较常见，所以可能不太容易引起消费者的注意。但对于那些购买产品的消费者来说是一种比较好也比较实惠的回馈方式，有利于建立品牌的忠诚度，和品牌的美誉度。可是，毕竟单凭这种方式是很难吸引新的消费者，不利于开拓市场。

选用方法：退款

（一）原因：

1、应对竞争

在同类产品中，采用退款的方式的厂家并不多。选用此方法能够让消费者觉得略有新意。

2、给我们的顾客实惠

xx的产品在中国市场上目前已经拥有良好的声誉，是消费者认为性价比较高的产品。为了答谢消费者，采用退款的方式能够让消费者感觉到实惠。

3、提升销量

采用优惠类促销能够直接拉动产品的销售，效果较梦想。并且，定为满xx元退x元的策略主要是为了促进xxx的中档产品的销售，其单品售价多为xx元至xx元之间，如眼霜、化妆水和一些面膜套装，多为日常保养中的必备品，消费者能够借此机会提前购买。而要想到达xx元的标准则还要加上一件其他产品如洗面奶，也是较为梦想的搭配，能够相互促进销售。

（二）实施

1、时间：x月x日至x月x日

2、地点：xx市大型的有xx产品出售的超市和各专卖店，其中超市地点具体为专柜附近区域。

3、执行方式：派专人负责管理和退还现金。消费者一次性购xxx产品每满xx元即可凭购物付款小票（等能证明购买李医生产品的凭证）到专人处领取x元的答谢退款（其中超过xxx元但未满xxx元者退五元，以此类推），并填写领取退款的表格（只包含简单信息：姓名、性别、年龄、职业、电话、e-mail，其中后两项能够不进行填写）。

4、人员：每个超市卖点派一人，专卖店则为店员执行。

5、步骤

（1）、促销员到位，准备活动。

（2）、消费者购买李医生产品满xx元。

（3）、凭消费凭证到促销员处填写表格，务必记录其消费凭证单号。

（4）、领取对应金额的退款。

（5）、当天活动结束后，促销员清点退款金额，并整理退款登记表信息。提交上级，下班。

6、操作难点

（1）消费者配合度可能会因为步骤略显烦琐而配合参与度有所降低。

（2）卖场的配合度可能不高。

（3）超市中信息的传达率可能不高。

（三）费用预算及效果评估

1、费用预算

（1）退款金额。

（2）促销人员花费。

（3）卖场租用及相关费用。

2、效果评估

由于这种方法没有直接的折扣等方便消费者可能参与度不高，但它能够在必须程度上提升产品销量。

选用方法：答卷后抽奖

（一）原因：

1、能够收集更多消费者资料，建立信息库，便于日后公关，巩固消费者忠诚度。

2、了解更多产品反馈信息，便于改善产品结构和加强产品质量，更好的满足消费者需求。

（二）实施：

1、时间：全年

2、地点：网站

3、执行方式：消费者登陆李医生官方网站，进行个人资料、购买xxx产品经历、感受等相关信息的填写。每月抽出10名幸运消费者，邮寄赠送价值xx元的xxx产品套装。

4、人员：网络管理人员，公正处公正人员，负责与中奖消费者联系和产品邮寄的人员。

5、步骤：

（1）、网络资源设置。

（2）、赠送奖品的确定：冬季（1、2、12月）赠送xxx补水面膜套装，主题“滋润一冬”；春季（3~5月）赠送xxx眼影套装，主题“缤纷春公主”；夏季（6~8月）赠送防晒套装，主题“阳光丽人”；秋季（9~11月）水果水分美白套装，主题“果然漂亮”。

（3）、广告宣传，可在各类广告中加入此抽奖信息，还要在包装上宣传此活动。

（4）、消费者上网填写资料。

（5）、工作人员以标准抽奖的形式进行随机抽奖，每月月初抽出中奖者，并由公证人员进行公正。

（6）、工作人员与中奖消费者进行联络，确认收货地址。

（7）、工作人员寄送奖品。

（8）、奖品收到的反馈。

（9）、以此收集到的消费者信息的整理和总结（定期）。

6、操作难点

（1）宣传力度可能不够。

（2）网络营销的参与度可能不高。

（3）消费者所填信息不实。

（4）消费者可能因对奖品不感兴趣而拒绝参加活动。

（5）加大了网络上的营销成本。

（6）四季奖品的总价值应当是相近的，不能相差悬殊，避免不公平。

（三）费用预算及效果评估

1、费用预算

（1）奖品费用。

（2）网络设置费用。

（3）网络管理人员费用。

（4）公正相关费用。

（5）其他工作人员（联络员、邮寄员）费用。

（6）邮寄费用。

（7）宣传相关费用。

2、效果评估

参与度成为了此项促销的最大问题，并且奖品的吸引力不够高，所以，其影响力可能不够大，效果可能不够明显。可是，网络在此刻的社会已经越来越具有影响力了，所以，还是要慢慢地进行这方面的尝试，以为在未来赢得更多消费者打好基础。

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