# 理发店新店开业策划（共5则范文）

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-08-19

*第一篇：理发店新店开业策划（共）新店开业的活动内容设计，第一取决于所经营得店面的整体定位，比如：顾客档次定位、团队水平定位、店面的装修风格定位、店面经营模式定位等。以下是小编精心收集整理的理发店新店开业策划，下面小编就和大家分享，来欣赏一...*

**第一篇：理发店新店开业策划（共）**

新店开业的活动内容设计，第一取决于所经营得店面的整体定位，比如：顾客档次定位、团队水平定位、店面的装修风格定位、店面经营模式定位等。以下是小编精心收集整理的理发店新店开业策划，下面小编就和大家分享，来欣赏一下吧。

理发店新店开业策划1

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：

20\_\_年9月27日——20\_\_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。

理发店新店开业策划2

(一)促销成功案例：

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。

(二)促销失败案例：烫发打六折。

原以为可以提升业绩的打折活动，具有以下几个缺失：

1减少店内收入。烫发原先定价可能是200元，因为打六折的关系，变成120元，店内少了80元收入。

2.打折产生不了吸引力。对于老顾客来说，绝不是因为打折才来店里烫头发，他很可能是原本就想烫头发，对于新客人来说，打折的魅力不大，因为，类似这样的打折活动实在太多了。

3.消费水准下降。原先客人可能习惯烫200元的头发，现在只需付120元，如此一来，他的消费习惯可能会变成烫150元的头发，消费水准就此下降。

4.周期延长。客人原本每经过一段时间就需要来店烫头发，但因店里每年定期举办促销打折活动，客人会刻意等到打折期再烫头发，无形中烫发的周期就会延长。

打折活动需掌握的要项

促销活动如果设定失当，不仅无法达成促进销售的目标，且极可能会导致反效果。但是，如上述[烫发打六折]的案例，也并非完全行不通，若能掌握几项要件，依然可以化阻力为助力，化负面为正面，达到提升业绩的目标。

1.提高顾客的消费水准。顾客原先习惯烫200元，这时可建议他改变500元，他不用多花一毛钱，却可以享受更好的服务，从此种提高的消费单价的方式，来平衡打折的损失，这样店内的收入才不会减少。

2.必须要老客人生老客人，即是客人带客人来店消费。在打折期间，必须设法让老客人带新客人来，如此，这个活动的推行才有意义。

3.不要预先告知顾客。如果打折的消息预先让顾客知道了，很可能顾客会等到打折的时候才来烫发，消费周期因此延长。

如果客人来到店内才知道现在是打折期间，很可能会提前烫发，而缩短了消费周期，如此一来，打折促销的目的才能达成。

打折活动如果无法掌握上述三个要点，即注定了失败的命运，还不如不推行，免得得不偿失，过去许多发廊推行的打折促销成功，有的却失败，原因就在于此。此外，打折促销可能会让当月客源的急速增加，前后两个月的客源却明显减少，这是推行打折活动时所必须谨慎顾虑的问题。

理发店新店开业策划3

发廊开业前期：

理发店开业活动举办之前我要知道整个活动明确的时间，地点，服务对象以及什么样的开业形式等，针对发廊周边的小区做开业活动的时候事先要和小区相关部门沟通沟通。

开业所需道具及人员

既然要做活动，道具以及现场服务人员肯定少不了桌、展架、影音设备、宣传资料、横幅、饮用水、赠品、节目道具、商务礼仪人员及宣传促销人员等这些都必须弄列出个单。礼仪促销人员在发廊开业还未开始之前要培训一下，内容包含活动目的站位、礼仪美发知识讲解、顾客沟通等方面)

开业方案部分

针对发廊周边小区的开业活动中，一切准备工作就绪之后，发廊的开业活动就可以开始了。

1、宣传陈列：小区产品宣传陈列展示吸引路人和居民来参加，让他解发廊，开业的重点在于让大家了解美发知识及我发廊的特点。

2、开业活动的开展：活动开展之后要注意观察现场的人员涨动及观众和促销礼仪人员之间的互动性。发放关于开业活动资料的时候要注意发送的对象要看重点。同时注意现场的秩序及在讲解与美发相关信息的时候注意收集有兴趣意向观众的联系信息。

3、活动结束：发廊的活动结束后需要对整个活动进行总结分析，然后对重点意向客户进行回访、跟踪服务。

开业促销活动

1、开业前几天只要是发廊购买某种特定的用品就可以免费享受我发廊的1元烫发或1元染发服务;

2、只要来店消费就送护发素或洗发水;

3、开业前7天开通会员存100送20存300送80并享受打折优惠服务;

4、凭发廊的开业宣传单就可以享受电发、拉直发减免10元的优惠;

5、最后一点就是可以和周边的某些服务行业的企业进行合作，例如凭借某酒吧的消费抽奖卷在发廊开业活动期间可以享受某些项目的5折优惠(只有10名)。

理发店新店开业策划41、活动名称：型秀大赛(暂定名称)

2、活动主旨：以“清新时尚校园秀”为主旨

3、活动目标：

(1)学生方面：丰富大学生活，提供新鲜、展示自我的平台，让学生积极参与，以达到交流平台的效果。

(2)客户方面：以亲善的一面进入校园，以互动的方式和学生促进关系，从而更好地打入校园市场，提高本身知名度。

4、活动具体流程：

(1)提前至少半个月，以《校园风尚》报纸和《追慕校园吧》网站为媒介，大力宣传此项活动，为活动开始做好前期铺垫。

(2)专业组：拉拢各家符合校园消费水准的理发店，在报纸上以半价优惠给予固定版面大小的广告位，商家提供自己店内设计的发型(以在校学生为模特，这样会更好地被学生认可，以便学生真正参与，提高可信度)，将照片并列展示在我公司报纸上，并且配有店名(此处同时也是为商家做广告宣传)。届时我公司将专门提供活动专栏。(商家也可提供简短的文字介绍设计理念)

(3)非专业组：让各校学生参与进来，自己设计，颜色、发型自己随意发挥，但是务必要以“清新时尚校园”为主旨，通过手机或其他数码产品，拍摄照片并且署名发送到我公司专门接收图片的手机、邮箱或者网站上面，发送后留下自己的具体联系方式，以便获奖后我们能及时联系送出奖品。

(4)全民互动参与，我公司保证报纸的印刷发放，在举办活动期间，凡是看到此信息者皆可参与此活动，投票参与方式为：选出自己认为的设计，专业组和非专业组分开评比，并且每个人都有投票权(但是每个手机号码或者网站会员每天只能投一票)，我们将以“透明”的方式计票，各商家及学生皆可监督。

(5)活动开始时定好截止时间，在活动截止之后所投选票皆无效，已截止时间为期限，根据票数定出本次活动的获奖者，票数者为冠军。

5、奖项设置：

冠军奖：专业组与非专业组各一名优秀奖：非专业组3名

6、奖励内容：

专业组：可以免去活动期间的广告费，相当于免费宣传，提高知名度 非专业组：冠军奖可以获得专业组冠军店家免费提供的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_优秀奖可以获得其他理发店提供的相应礼品。

理发店新店开业策划5

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\_\_元。姜疗倒膜原价\_\_\_元套餐优惠。

B套 全能浪漫无损烫发原价\_\_元 + 姜疗护发原价\_\_元套餐优惠

剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次\_\_\_元，特价\_\_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\_X\_(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。

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)让顾客感受到髙品质，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。

2.6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，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源;更应做好服务。

(6)提高员工收入。

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，沟通训练足否到位。

(3)员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日究成)

(4)顾客资料整理，电话通知客人，三天工作期(月日完成)

(5)广告发放(店内)期前三天展开(月日完成)

(6)发型师可联系的客人由四天前通知。

(7)元旦画在活动前一天布置完毕。

A ：店内销俾语术形成文字。

a.剪发怎样说成“全能浪漫无损烫\"。

b.烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

C.染发顾客如何元加一个挑染色。

d.如何让顾客购买“剪发卡

E如何让顾客购买产品?

广告发放语术训练。冷烫技术训练。染发技术训练 护发技术训练。统一问候客人语术。

G ：最新发型发表(布置店堂的挂画下，喷写元旦快乐〉

(8)店外广告(写真，喷绘)发布月日完成美丽卡发放：\_\_月\_\_日完成纸巾发放：\_\_月\_\_日完成海报贴：\_\_月\_\_日完成每日早会检查前一天状况，布置当日工作

奖罚方法

此活动以业绩达成数的结果为比赛基础

A：发型师套餐达成及业绩目标达成数

B: 助埋贵宾卡，护发达成数及业绩同标完成 第一周比赛冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)第三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。1号发型 师本月实际完成200套。完成数除以3标数等于完成率，1号发型师本月 应得奖金400元。中小工同上只是降低奖罚数，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I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。

活动总结

(1)活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完丫，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：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。

理发店新店开业策划

**第二篇：理发店开业宣传策划（范文）**

润客开业宣传策划

利用端午节造势宣传：（端午节在周一，考虑提前一天进行活动）

1）店门前搭棚组织抽奖活动：人人均可参加，其中奖项一般定为价位不等的代 金券、免费获赠会员卡等。

为活跃现场气氛，设置游戏环节。【eg：完成某项任务才可抽奖，现场献歌等各种互动活动。现场一定要有音响等，气氛一定要嗨，吸引客源。】

举例互动小活动：①七拼八凑——各对情侣之间或各小组之间（具体根据当

场报名参与人数确定）收集物品，最先集齐物品小组获胜。Eg眼镜，手表，皮带，一毛钱，糖果等。胜出者与失败者分获价位不等奖励。

②踩气球——一男一女搭配，左右脚捆绑三到四个气球，活动开始后，互相踩对方气球，并保持自己的不破或破的最少，则胜出。失败者获得鼓励奖（低价位代金券），胜出者逐级积累，分获价位不等代金券或各种价位护理等。

2）凡入店消费者均可获赠“皇朝爱心粽”。

3）宣传页：当天在校门口意大利广场发放，发放人员需说明地址及活动

提前在学生寝室发放，发放人员需说明地址及活动 4）西亚斯团购网宣传。

5）开业几日内，前几名入店者获赠„„

宣传方式

Ⅰ.条幅：300元/条 一周 Ⅱ.展板：300元/块 一周 Ⅲ.宣传页：

地点：学生寝室以及活动当天校园门口

费用：500元5000张，其中宣传页由皇朝提供。

内容：宣传页上一定要表明当天的精彩活动——人人均可参加，各奖项分别几名以及最高奖项，各种发艺优惠和免费活动，会员生日当天派送小礼物并进行优惠或免费活动。

**第三篇：新店开业活动策划**

新店开业活动方案

一、活动目的

1、确立门店的公众形象，赢得消费者的关注。

2、通过开业活动聚集人气，展现门店形象，提高知名度。

3、通过独特的活动形式、吸引公众视线利用公众自媒体提高传播效果。

二、活动目标

微卡会员

名冲刺

名、9折卡目标

名冲刺

名、8.5折卡目标 名冲刺

名

三、活动内容

1、前期造势：提前3天微信后台推送新店开业活动，会员转发积赞。每赞一元积满25个赞立减50.（凭微信截图，发放代金券，仅限抵扣店内正价商品）短信推送现有会员告知新店开业活动。

2、活动当天门店气氛营造：

①：开业当天请一名瑜伽教练身着安踏运动服在店门前表演瑜伽，并设置5个不同难度瑜伽动作，过往顾客均可参与其中。完成三个动作即可获得运动卡一张，完成5个动作即可获得冠军卡一张。限额10名。

②：在儿童店内设置红毯走秀场，任意顾客在购买商品后儿童愿意参与走秀即可享有折上在打九折的优惠。（购买鞋子可有店内搭配服装，购买服装可搭配鞋子，其他配件也可。）增强顾客体验感提高连带消费几率。

③：活动期间顾客购买商品折后满350元并且尾数为6的赠送安踏运动短袜一双，尾数为8的赠送运动内裤一条。

④：设定会员专属产品，购买该产品即可获得双倍积分。

3、终端布置：

①：店内设立迎宾和导购。

②：开设业务宣讲台，摆设活动宣传品、礼品，配备专人提供咨询、注册微会员、发放奖券和赠品。

③：门口设立卡通篮球人偶展架（可拍照人脸）和活动内容展架（易拉宝），顶端悬挂POP挂旗。

4、终端物料筹备

①：店外易拉宝或X展架，注明活动主题：时尚新店、好礼相见

②：卡通篮球系列人偶KT板一副（可立式）

③：POP广告置于所属产品系列的陈列区域

④：瑜伽区域拱门设置

⑤：儿童走秀区域红毯及气球布置

⑥：业务宣讲台布置（礼品台，含微信公众号二维码POP）

**第四篇：新店开业活动策划**

三店开业活动策划

活动主题：

五店店同贺，千人同心，万人同庆

活动目的：

通过开业庆典，向禹州全市市民传递万家福平价便民店（三店）开业的喜讯，吸引公众的注意，扩大万家福商贸有限公司的知名度和社会影响力，使顾客产生“购物就去万家福”的消费理念！传播万家福便民店购物规模大、品种全、质量好、价格优的良好形象和万家福“万家福，福万家，心系你我他，诚信服务为大家”的服务理念。

活动广告语：

情系万家福 福至千万家

购物万家福 方便你我他

相聚万家福 共享开业情

好运福气多多在 万家福里您常来

活动时间：

4月 号——4月 号

活动地点：

万家福平价便民店（彩虹桥南临）

活动道具：

彩虹充气门、条幅（活动广告语）、鞭炮、军乐队

活动内容：

1.开门红——开业大庆典 购物您有礼

凡于开业活动期间，购物满38元即可送印有“万家福商贸有限公司”字样的盒抽；

目的：使顾客拿回家使用的时候也能注意到“万家福商贸有限公司”的字样，无形中对万家福商贸公司进行宣传。

2.开门红——购物三天折 先买得先机

开业当天，头10位进店消费的顾客，可享受所买商品价格的9.5折优惠。

开业活动期间，在门口一个橱窗尽可能多的张贴特价POP的宣传单，使顾客产生开业大酬宾的印象，尽可能多的吸引顾客光临消费。

3.开门红——“红”运当头 福运临门

在开业活动期间，单张小票购买满50元即可参加抽奖活动。

在店门口设抽奖箱，内放印有一等奖、二等奖、三等奖、四等奖、五等奖字样的小球，顾客如抽到相应数字的小球，即可获得相应的奖品一份。（具体奖品依仓库库存而定）

注：一张小票只能抽奖一次，抽奖后小票进行标记或销毁。

4.开门红——积分卡大派送 您买我就送

凡于开业活动期间，购物满10元就送万家福的积分卡一张。

张贴积分卡兑换细则于店外，使顾客对积分卡累计有更深的认识！注：特价、折扣、烟酒概不参与此活动

**第五篇：新店开业策划方案（最终版）**

本方案是新店开张宣传活动策划的指导性专案策划，在围绕此纲要的前提下，结合当地店面规模、人文、风俗、季节、竞争环境、消费习惯等特点适当调整，但策划项目的基本原则不能改变。

作为品牌体系，如何确保“首战必胜”是新店开业的首要问题。解决成功开业问题必须采取“人气——商气——商机”层递法，即在理念上采取三个操作步骤：激发人气，营造商气，沉淀商机。激发人气主要依靠三个方法：礼宾举措，庆典活动，新闻造势。营造商气就要紧紧围绕着“销售额=交易笔数\*客单数”公式，在礼宾、会员、幸运、娱乐等概念上大做文章。沉淀商机可以通过“底买高送，交易延伸”的方式实现。上述三个理念整合，同一时间实施策划，新店的开业就会体现出知名度、惊奇度、美誉度效果，同时也可以提升销售额。

一、新店开业的目的

“促销活动”被消费者普遍认同接受，而医美行业又是“以人为本”的产业，这样才符合消费者和企业双赢的原则。但促销核心矛盾焦点在“销售额——毛利——顾客实惠”这一问题，所以新店开业必须采取“舍弃毛利，确保顾客人流、销售额”以确保“人气”为策划之根本。

1、聚集商气：有了较为充足的人气，随之而来的各种商气就有了产生环境，商气的形成，也就必然为今后商机的产生提供最大的可能性与几率。可以说是为商机做了良好过度。

2、延伸商机：商机的最终形成从某种程度上来说是在雄厚的人气的基础上产生的结果。

3、传播品牌：每个品牌都有不同的特色文化，传递企业及产品文化是对消费者对品牌认可的关键一步。

二、新店开业活动行为

作为新店开张的宣传行为，目的是在本地区打响扩张知名度第一仗，必须具备高档次、高规模、高格调、高影响的特点，为营造迅速提升知名度的平台打好基础。因此，针对美容整形医院行业的特点，着重突出以下几个特点：①鲜明时尚②易识别③易传播④奢华度⑤冲击性

主要行为：

1、告知：将店面地址、属性、品牌文化做一个系统告知与宣传，从而第一信息传达给消费者。

2、影响：利用新店开张的第一次活动，将内涵、产品特点传达给消费者，借助新闻热点增强潜在消费者对自己产品和企业的信任和认可。

3、促销：促销方式一定要尽量脱离买卖关系，利用新通路让消费者感受产品，借此进行适当的促销活动，最大可能的吸引消费者的注意力，刺激他们的消费欲望，并树立好感。

4、形象：通过新店开业活动迅速提升企业在当地的知名度，给潜在消费者注入消费欲望，提升在消费者心里的定位，为占领市场提供先机。

三、活动细则

1、活动主题

2、活动时间

4、活动目标对象

5、活动内容

一、前期宣传造势

二、制定购买产品优惠政策、抽奖政策、试营业期间优惠政策。

三、试营业酬宾

四、开业庆典

五、区域性招商会

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