# 2024年护肤品新店活动方案(十篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-07-11

*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。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需...*

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。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**护肤品新店活动方案篇一**

1、圣诞节、元旦双节将至，正是化妆品销售的旺季，本活动可以提高日销量，促进店内的整体销售。

2、本活动方案u

3、本次活动对进一步提升\*\*店在当地的知名度会有较大的促进作用，同时也会帮助该店在与其它竞争对手的力量对比中占据比较有利的地位。

4、本次活动会有利于经销商规划店内的品牌，有利于全店的精细管理。

活动对象：

\*\*市内及周边的化妆品消费者

活动主题：

迎双节 纯美情动女人心

⑴活动方式：

\*\*化妆品店可采用几店联动的连锁促销方式，以四条线作为活动的`有序开展模式。

具体环节：

a、以迎双节为主线，以纯美情动女人心，圣诞元旦送炫礼这个主题为第一条线，突出纯美化妆品店的整体特色，建议印制纯美丽人储蓄卡，只要在店内消费48元的顾客均可赠送本卡一张，成为本店的会员，同时获得精美礼品一份，这样的储蓄卡可以建立贵店与顾客的长期合作关系，并在一定程度上打造纯美化妆品店的形象。本卡可根据顾客的消费情况抵现使用。

b、以“ 迎双节 盛券在我”为主题，两种促销模式

⑴ 68元+1元=168元

购物满68元+1元送价值100元产品（此产品以厂家或代理商免费配送的产品为主，增大刺激性）

⑵ 200元=400元赠代金券

购物满200元赠总价值200元代金券

（此代金券以购买指定产品为主，在购买指定产品时可冲抵现金使用，可选择要处理掉的产品为主）

c、以买赠为第二条线，突出纯美化妆品店对支持和关爱的顾客朋友的真情回馈，以利益吸引消费者进店购物。

主打品牌的赠送以买28送8元，买98送18元为主。

d、以各品牌的独立赠送为第三条线，各品牌可以根据自身的条件提出赠送方案，这样可以巩固本品牌的老顾客，也可吸引一些新顾客，但需要注意的是尽量使各品牌的赠送力度达到一个动态的平衡，这样才能保持多品牌齐头并进的态势，对于维护品牌的长期生存具有重要的作用和意义。

⑵确定刺激程度：促销要取得成功，必须使活动具有刺激性，能刺激

活动时间和地点：

广告配合方式：

一次成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法，选择什么样的煤体炒作，这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

根据本次活动的情况，建议经销商印制dm宣传彩页，幅面以a4大小，双面四色铜版为宜。dm彩页要设计精美，更能吸引消费者的目光。

同时建议店方在店内将参加活动的产品，及赠送给消费者的产品做形象堆头，并在适当地点摆放各品牌的x展架，最好用汽球、小挂件等装饰店内空间，为本次活动营造温馨喜庆的购物氛围，从消费心理上刺激消费者的购买欲望。

前期准备：

⑴人员安排：要“人人有事做，事事有人管”，各个环节都考虑清楚，无空白点，也无交叉点，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

⑵物资准备：对活动需要的赠品、代金卷、中样、试用装、抽奖用品及其它备用品要准备妥当，用单子罗列出来后，按单准备，确保齐全，否则必然导致现场的忙乱。

⑶方案实验：本方案是在经验的基础上确定的，因此有必要进行实验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。

中期操作

中期操作的主要内容是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件。在方案中就对参预人员各方面的纪律做出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，做到忙而不乱，有条不紊。同时，在实施过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

后期延续：

鉴于其它精品店的成功经验，建议王姐在发展会员方面再下一番功夫，因为会员数量的多少能对贵店的发展起到至关重要的作用。

活动达成销量：

按40%的利润点计算，此次活动的销售量应在40000元以上，那么利润为15000元左右，以上活动方案的投入比率应该达到利润额的30—40%。

意外防范：

每次活动都可能出现意外。比如天气变化导致促促销活动的无法进行、城管等政府部门的干涉等无法继续进行，所以必须对各种可能出现的意外事件做出必要的人力、物力、财力方面的准备。

效果预估：

预测这次活动达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功经验和失败的教训。

如果各个环节配合默契，本次活动应该能够达到预定的销量。

**护肤品新店活动方案篇二**

一、路演的时间，地点选择恰当

至于什么样的时间，地点才算恰当，要看企业路演活动所针对的目标公众而定。并非周末，节假日才是恰当的时间，也并非市内黄金地段才算恰当的地点，要充分考虑目标受众的活动习惯，活动地点。如中国移动20xx年为推广动感地带策划了很多路演活动，地点更多的选择在大学校园内。

二、活动现场的气氛吸引人

首先，活动现场的布置必须有吸引力，近可能用气球，彩带，音响来提高现场气氛，如果所推广的产品外包装比较耀眼，也可将包装拼起来美化现场或直接制作一大型包装。

活动开始前先来一段吸引人的节目（如活动针对老年人可先来一段京剧，活动针对年轻人可先来一段活力四射的街舞）将人群聚集到活动周围，主持人趁机介绍企业，产品及开展此次活动的目的。

活动进行当中，可派人到活动周围散发精美的dm单，吸引消费者到活动现场；更好的办法则是制作大型的产品气模，请人穿上在活动周围四处游动，吸引人群。蒙牛集团在重庆的某次路演活动就曾经请了两头“奶牛”，大大聚集了活动现场的人气。

活动的内容最好有创新，不要一味的唱歌，跳舞或是模仿电视上的游戏节目。

三、产品与活动有效融合

很多企业为了聚集人气，一味的选择歌舞，游戏等活动，却忽视了对产品的宣传。为了吸引人群驻足观看，适当的文艺演出必不可少，但必须注意与产品的有效结合，不能搞成一场纯粹的文艺演出活动。

首先，现场的布置与产品结合。如要宣传产品是来自大草原，活动的背景可设计成草原风光，包括现场的工作人员穿上大草原特色的服饰。

其次，活动的内容必须与产品水乳融合。即使文艺节目或观众参加的游戏也要加强对产品诉求点的宣传。如通过跳一段蒙古舞来加强蒙牛牛奶是大草原的奶；通过剥花生比赛来加强鲁花以花生为主。

重庆知名房地产公司�d�d龙湖集团为推广龙湖北城天街曾在重庆市中心解放碑实施过一次路演活动，其中一个小品（演绎了龙湖一位业主身患绝症，邻居纷纷前来关照，鼓励的情节）即突破了一般文艺活动以唱歌，游戏为主的局限，又成功的将龙湖业主相互关爱，“湖大家庭善待你一生”的理念展示给观众。

最后，赠品的选择也要与产品相结合或就是产品本身。笔者前几天曾经看到统一集团为推广泡椒牛肉面开展的路演活动 ，观众参加游戏后，统一送出的赠品是圆珠笔，餐巾纸等，如果将赠品换成一包统一泡椒牛肉面即节省了买赠品的麻烦有相当于做了一次免费派送样品，让观众不但参加活动还品尝了产品，一举两得，效果更好。如果无法将产品作为赠品至少也应该选择与产品有关联的（如化妆品送美容手册，电脑送软盘等）或在赠品上印上企业名称作为流动广告，时刻提醒消费者。

四、活动细节考虑周到

无论策划什么活动，细节的考虑非常重要。

策划时要考虑活动实施那天气候如何；安全工作如何确保；发生意外事件（突然停电，人群拥挤）如何处理；活动时间是否合理（一般2－3小时）。

活动开始前工作人员提前到位检查一下：

舞台高度是否合理，舞台上悬挂的装饰品是否牢固， 舞台是否牢固，音响是否准备就绪，赠品是否准备妥当；宣传品是否准备妥当；演员、主持人是否就绪。

一般在户外开展的路演活动要事先到当地城管办好手续，做一些必要的沟通工作，笔者以前策划实施的一次路演活动，因企业事先未与当地城管搞好工作，结果活动实施一段时间被迫停止，大大损害了企业形象。

最后，要强调的是执行问题，策划的再好的路演活动如果得不到有效执行

所有的工作全白搭。因此事先与执行活动的工作人员有效沟通是十分必要的。而且策划者最好亲自参与到活动实施现场，指导实施，必要时做一些调整工作。

**护肤品新店活动方案篇三**

为作出\*\*俱乐部经营特色，充分体现\*\*“奢糜仙镜、party盛宴”的经营风格，本部门特依照目前公司经营情况、\*\*娱乐市场变化，针对七夕情人节消费群体，作出如下活动策划。

一、活动主题

七夕情人节\*\*全新时尚主题派对活动

爱情冲击波寻找你心中的女神

二、活动时间

8月15日、16日(星期日、星期一)

三、活动目的

1、通过本次活动，提高\*\*俱乐部在周边同行业市场的品牌号召力;

2、提高20%的日均营业额。(例：日平均营业额15万元\*20%=18万元)

(活动结束后，由财务部向董事会汇报活动结果)

四、活动构想

的调配方法控制，相信一定能制造出一种欢快、新鲜的夜吧生活模式。(具体控制方法见策划案第六项爱情冲击第一波)

五、活动方法

1、整合公司各部门客户资源，统一以短信息的形式向客人发布活动信息;

3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫、优美的节日气氛;

4、本活动以passion大厅为活动中心，ktv包房为辅;

5、凡16日光临\*\*女宾，均可在咨客台领取玫瑰花一支

6、大厅开台随台赠送巧克力两枚。

六、活动内容

爱情冲击第一波：“寻找你心中的女神”(要注重考虑)

①、活动口号：坚决同陌生人说话;

③、客人开台/卡后，随开台/卡小食送给客人交友卡，让客人自行填写;

④、客

人可通过观察，然后委托服务员将交友卡送给心仪的他/她;

⑤、如果双方有意，可通过服务员从中双方沟通后开始约会。

⑥、为活跃活动期间大厅的经营气氛，公司可考虑安排没进房的dj服务员着便装参加活动。(具体实施安排另行决定)

爱情冲击第二波：“炫自己，火辣mm召集令”(此计划含大厅

及包房)

由公司总监以上级干部对当晚到场女宾进行观察，如发现有青春靓丽的女生，可通知下属邀请她于公司特定时间上台做简单表演(主持人、表演时间另行安排)，表演结束后可领取公司特制鸡尾酒卡一张，凭酒卡可到鸡尾酒吧领取唐会指定鸡尾酒一杯。

此项活动的评选由公司总经理或总监签批为准。

爱情冲击第三波：“真情告白”

凡是七夕情人节当晚光顾\*\*之热恋情侣，公司可为他们提供走上dj台，大声表达爱意的机会。并可获赠唐会香槟酒一支。

(特殊的`日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他)

爱情冲击第四波：“浪漫jq”(此计划含大厅及包房)

活动期间7月15日-16日，凡消费一打啤酒以上或消费额满150，均可获7月16日0：00分现场抽奖券一张，依此类推。凭抽奖券现场抽奖。

一等奖：三名\*\*酒店豪华客房一间/一晚

浪漫装饰及香槟酒一瓶

退房时间推迟到下午四点

二等奖：三名数码mp4各一部;

《1》《2》

三等奖：十名巧克力各一盒

(具体实施安排另行决定)

七、场景布置

1、大门口：

①、大门对面：米\*米广告牌两块，注明活动信息;

带着你们甜甜的爱情，现场飙舞、传情。)

②、大门玻璃：贴心形及玫瑰花图案;

③、大门：粉红色气球点缀。

2、大堂：

①、大堂正中用木板做心形签名墙，用玫瑰花包围;

③、楼梯扶手点缀红色玫瑰花;

3、大厅：

②、围大厅三周上空围墙雕刻银色反光字。大小不一：

唐诗1：乞巧楼前雨伞晴，弯弯新月拌双星;

邻家少女都相学，斗取金盆

卜他生。

唐诗2：七月七日长生殿，夜半无人私语时。

在天愿做比翼鸟，在地愿为连理枝。

宋词3：纤云弄巧，飞星传恨，银河迢迢暗度。

金风玉露一相逢，便胜人间无数。

柔情似水。佳期如梦，忍顾鹊桥归路?

两情若是长久时，又岂在朝朝暮暮。

③、大厅各条立柱用玫瑰花及心形图案点缀。

4、ktv包房：

①、各包房每张台面放置玫瑰花一支;

②、各包房放置活动计划及细则一份。

八、活动安排

②、工程部按图纸于20日前做好广告架的制作、安装工作;

④、财务部做好抽奖券及奖品的安排、发放工作及活动用卡的购买;

⑥、总办于20日前联系广告位位置、\*\*酒店，做好房间及餐饮安排，最好联系到珠宝商及红酒商共同举办此次活动(如可行，另出活动合作方案给合作商)

⑦、策划部于20日前推出活动广告(含户外、电脑)，并做好各种用卡的设计。

九、结束

每个企业都是一个合作的机体，各部门的通力配合才能达到最好的经营效果。一个活动也是一样需要各职能部门全力的合作，才能达到我们预期的最佳的目的。

**护肤品新店活动方案篇四**

去超市的顾客，主要从西门进去，然后从西门直接出去，而不光顾正门，因为在西门可以存包，而且服务台位于西门附近。

去春天百货的顾客，从正门进去，这也是我们重点开发的顾客，怎样挽留这部分顾客，将是我们研究的重点。

进入到美食林后，这些顾客会做什么?购物、上收银台交款、上厕所、上三楼吃饭，在顾客进店后的过程中进行插缝宣传。

2、怎样让所有进美食林的女性顾客都知道靓佳人

正门宣传：在积分处、在正门外、在消防栓处，放置靓佳人的\_展架，展架内容以促销产品为主，汉字说明为次，设计要点是：人看上去就有购买欲望;也可以派人利用空闲时间在门口进行宣传品的派发。

西门宣传：利用店内空闲时间，派员工到西门进口处，发放靓佳人三折页，进行当场促销宣传。

收银台宣传：在收银台放置靓佳人的宣传品;在收银台放置靓佳人的换购卡(购物满多少元可以获得一张换购卡)，目的不是为了增加销量，而是利用美食林的客流进行口碑宣传，让更多的人传播靓佳人化妆品，让更多的女性朋友知道靓佳人。

女性厕所宣传：在厕所内安放讲究卫生标语，附加靓佳人的形象标语(考虑与美食林合作)。

存车处宣传：存包处我们没有办法宣传的话，可以在存车处宣传，让存车师傅穿上靓佳人的衣服，印上靓佳人的标语，或者直接委派员工在存车处进行定时派发三折页。

3、怎样让更多进美食林的女性顾客都购买靓佳人产品?

3.1：活动促销平面宣传：展架摆放，店前人流量很大，所以有必要在每次活动的时候做2个展架，放在显要位置，展架内容以：特价产品、名品折扣为主，文字少一点，图片多一点。海报和三折页，海报杂志成本过高，三折页活动要与邯郸市6家店活动区分开，武安店的活动要一波接一波，活动不能断，因为美食林内部的活动和阳光商场的活动过于频繁，不搞活动促销就失去了销售卖点。

人化妆精品店的声音，范例：靓佳人化妆精品店活动促销员听到广播后，请抓紧时间回店内，顾客等你。(一是让人知道靓佳人化妆精品店，二是告诉听众，靓佳人正在搞促销活动)

3.3：活动促销电视宣传：门头六块电视屏幕+凯芙兰岛柜一款电视，都应及时播放靓佳人促销宣传广告片，让春天百货一楼尽可能多的出现靓佳人三个字，进行疯狂乱炸。

3.4：活动促销短信宣传：根据录入的会员手机信息，有针对性的发送手机短信，扩大靓佳人的影响力。

4：怎样让更多的武安市女性购买靓佳人产品?

4.1三折页平面媒体发放区域：

4.1.1从双马顺着中兴路到建东街，这是重点发放路线，两边门市、街上人流都是发放的重点对象。

4.1.2从美食林春天百货顺着放射路到建材市场，这离美食林比较近，虽然算不上繁华，但是附近居民对美食林都比较认可，也应该是我们发放的重点对象。

4.1.3从桥西路东头顺着桥西路、体育路到体育路西头，这是武安市又一商业街，周边小区比较多，适合发放。

**护肤品新店活动方案篇五**

夏季将至，防晒成为绝大多数女生的首要任务，然而一系列的防晒产品尤然而生，防晒的观念也被越来越多的中国女性所认可。曾有人对我市的女性进行了一次普查，占一半以上的人都开始注意皮肤保养，夏季进行防晒措施。我公司设计推出的“清凉夏季，不再怕晒”系列防晒护肤产品，专为广大爱美女士贴心设计，我公司准备在一年一度的端午节来临之际，面向广大消费者隆重推出我公司防晒护肤系列“买一赠一，多买多增”多重好礼相送活动，在此期间，我公司将面向我市各大超市、商场进行宣传促销，欢迎各位爱美女士以及要为各位佳人送礼的男士登陆我公司网站查阅最新相关信息，最新活动资讯详情请关注我公司官方微博，扫描二维码还有机会获得我公司赠送豪礼大奖哦活动策划！

二：内容

1.策划目的：本活动主要针对夏季防晒产品进行宣传，让广大女性了解更多的防晒产品，并针对自己的肤质选择适合自己的产品。

2.产品介绍

珍珠防晒乳霜：

作用：全面美白日间使用防晒珍珠乳霜，即刻增白，更能全面隔离，有效防止肌肤被晒黑晒老。夜间使用美白精华露，既能修复肌肤在日间受到的伤害，又能达到全方面的美白效果。

用法：白天外出前取适量均匀涂抹于面部、颈部。

喷雾型珍白防晒乳霜：

用法：白天外出时可随时喷于面部及全身裸露部位皮肤上，喷后用手揉开至吸收。

冰凝全频防晒露：

作用：集防晒、补水、修护三合一型护肤品，质地轻盈，富有透明感，不会增加肌肤负担，防晒成分迅速融于皮肤表面，能隔断日常生活中紫外线对皮肤造成的伤害，防晒功能持久。

用法：于日间使用，每次取适量在整个面部均匀涂抹，也可用于肩及颈等裸露部位。

三：市场环境分析

近年来，化妆品行业，新技术、新原料不断涌现并运用于实践，科技的重要性再次凸现出来。打造好的产品，没有捷径可走，只能靠科技创新。无疑，天然、植物、安全将会是美容化妆品技术革新的总体趋势和潮流。要实现这一目标，目前我们可感知的新技术主要有4个方面：生物工程技术、纳米技术、太空工程技术和天然植物萃取技术。

在这个经济日益发展的市场上，防晒也成为一种健康保护，因此防晒观念已深入人心，防晒产品品种也不断增多，价格不断变化，有上百元的稍高端产品，也有五至六十的中等产品，又有二十至三十的低端产品。规模巨大，种类繁多也成为一种无形压力。

四：竞争对手分析

目前市场上有很多的产品，销量口碑都非常好，比如：欧莱雅、雅芳、珀莱雅、曼秀雷敦、相宜本草等等一系列产品。

欧莱雅：欧莱雅1907年创立于法国，1996年进入中国建立苏州有限公司，之后扩展至中国各个地方建立销售点，品牌由此建立。具有高雅，有气质，有活力的形象。

雅芳：雅芳是一家具有独特价值观的企业，在中国给人的印象区别于同类竞争者，显得那么独特。雅芳的形象广告是从雅芳直销员的角度呼吁女性参与“雅芳这个大家庭”这正符合25岁女性的特质，具有独特、信任、尊重等形象。

相宜本草：创建于1999年，总部在上海。是一家国产天然本草类化妆品品牌，该产品进入市场化运作时间较短，市场认知度较低，但是产品拥有良好的品质和口碑。

五：swot分析

优势：

1、规模最大，实力最强，是最具发展潜质的美容、化妆品企业之一。

2、品牌形象好，深入广大女性的喜欢，符合人们的需要，有遍布全国的健全的市场网络营销基础。

3、员工凝聚向心力较强，有高瞻远瞩的领导团队，发展战略先进，发展潜力大。

劣势:

1、产品研发费用较高，同类型的产品数目品种繁多，市场竞争压力大，对手强。

2、该品牌的市场认知度较为低下，宣传力度不够强。

机会分析：越来越多的人对防晒意识增强，防晒产品需求量大，以女性及年轻人主要销售对象的化妆品在网络上销售的潜力很大。化妆品已经成为众多爱美女性不可或缺的旅行家居必备品。

化妆品行业成为在互联网上销售收入排名第三的行业,市场潜力巨大,众多女大学生、女白领喜欢和习惯在网上采购化妆品。

威胁分析：其他的品牌产品在网络上的口碑营销很成功，其在网络已抢占先机，各品牌越来越重视网络这一传播平台，各品牌各出奇招，网络上化妆品市场竞争越来越激烈。

六:营销活动

活动目的：

1.得到防晒霜市场广大消费者的了解和认可。

2.打响我公司防晒霜的名声,扩大公司影响力

活动时间：

活动地点：株洲市各大超市、商城、商场

活动主题：“清凉夏季，再不怕晒”

活动对象：我市广大消费者

促销活动流程:

选择株洲市最著名规模最大的几家超市如:株洲百货、步步高、家乐福、平和堂等等，人流量大，形象好，货架位置好的场地摆设我公司防晒护肤品专柜。然后我公司与超市进行有效的沟通，争取得到超市方最大支持。

我公司的“清凉夏季，在不怕晒”系列产品以“新品上市”、“迎端午”“周年店庆”三个为促销主题，设计合理的广宣品，选择合适的赠品，培训具有良好素质的推销人员为促销做准备。

活动程序

1.顾客签到；

2.发资料；

3.促销前表演；

4.主持人宣布促销仪式开始；

5.剪彩鸣炮；

6.负责人致辞；

7.现场表演（中间穿插有奖问答）

8.邀请函上写上数字：现场抽奖

奖项：

1等奖、1个补水套装

2等奖、1个68元纯露

3等奖、1个10元系列特价品

促销思路：

1策划吸引消费者的活动，让开业时就充满人气。

2提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

3设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

促销方式：

二、赠送类促销；1礼品促销，2买一送一，买多送一，送红包，送积分，买多送多。

四、临界点促销；1最低销售折扣，比如低至五折，最低2折。2最高额促销，比如最高60元，80元封顶。3极端式促销，全城最低价。

五、回报式促销；1免费式；免费试用，免单。2回扣返利；满就减，返现金3拼单；满几件就送，团购价。

六、产品特性促销；1新品促销，新品九折，2效果促销3产品卖点，质量优越效果好。

促销活动销量提升注意事项：

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

宣传

1、专柜海报：（活动内容）

2、条幅：庆六一迎端午送大礼

3、电话邀约老顾客

4、电视飞字：100送30

5、社区及各人流密集处以小条幅宣传，内容如上。

人员安排

策划人员：1人

场地物资申请员：2人

物资采购员：2人

主持人：2人

迎宾人员：8人

现场布置人员：4人

促销人员：10人

安全员：1人

物资回收人员：2人

活动注意事项：

1、人员的活动前培训：包括接待礼仪、活动内容

2、人员分工明确，各负其责。

3、做好详细地活动登记表，建立顾客档案。

促销活动费用预算：

1网络广告宣传费用：46万元

2公共关系费用：8万元

3促销人员费用：6万元

4活动费用以及奖品费用：4万元

合计：64万元

七：结束语

本次活动策划促销面向的是我市的所有消费者群体，我们的目的是全面开拓防晒霜市场，培养众多忠诚的顾客。进一步的提高我企业的知名度和美誉度，本次活动策划的经验将作为我们今后的实践促销推广活动中的素材加以改进和学习。

**护肤品新店活动方案篇六**

目前，大多数厂家把化妆品专卖店的促销看作是一种即时见效的营销战术，导致市场上的促销活动又多又滥，使消费者眼花嘹乱，并逐渐对中、小型的纯粹的促销（折价，赠送）活动失去兴趣。

要想在众多的促销活动脱颖而出，迅速引起消费者的关注，必须在活动创意上下功夫，力争符合sp活动的“三新四性”原则（此部分内容另有专稿）。

a、三新方针：新概念、新卖点、新活动形式

b、四性原则；促销性、公益性、权威性、新闻时事性。

2、 前期宣传造势到位

促销活动的开展，需要更多人了解、认知，甚至直接产生行动――购买产品，自然要众多的人知道并参与这个活动，才能达到我们的宣传和销售目的。

因此，必须要将活动通知最大面积地散播出去，这必须需要广告的配合， 活动电视字幕预告、广播活动用dm、报贴、海报、终端包装物上印刷活动通告（如台卡、立牌等）。而且的，在发布活动通告的同时，进行产品功能机理的宣传，比纯粹的产品广告更引人关注而有效果。

3、政府公关到位

所有的sp（尤其户外）活动，均要与众多的政府主管部门主管部门打交道，活动能否顺利举行，与他们的支持关系甚大，一个部门出现卡壳，即可能导致整个活动改期或流产。因此，我们在下面举办大型活动前，必须与经销商有个沟通过程，该申请提前申请。一般来说，凡户外销售宣传性活动，首先须选定场地所有权部门的同意，获得工商局广告管理科的审批，取得环保、城建、交通、卫生等部门的“准行证”才能保证活动正常开展。因此，各市场人员从一进入当地市场起，均需要与客户沟通好该问题。工作做到面前，以防患于未然。

4、组织分工到位

●活动准备期一般有下列事项：

① 与相关方面协商、对当地政府部门进行申报等；

② 活动通告的发布（韩束新干线、户外宣传、小报投递等）；

③ 活动用宣传品及礼品准备；

④ 货物准备；

⑤ 活动现场的提前勘测与布置；

⑦ 与各销售终端进一步联系沟通，力争产品陈列面宽、展位突出、沟通到店老板到营业人员的全力配合。能在店中进行全面的导购，并在终端形象下功夫，烘托销售氛围。

●活动执行：

① 提前布置好现场，货物堆列、彩旗、横幅、展板、海报及其他宣传品，做到现场气氛浓烈、庄重。

② 人员分工明确：专人为店面拉人，专人迎接顾客，专人介绍产品、专人发放dm，有活动现场指挥一名，负责全局监控、局面控制、现场调度等事务。

③ 人人仪态端庄、大方，人人均有引导和产品介绍的义务，人人均有维持现场次序、人流引导、环境卫生的义务。因此，需要促销及业务、宣传人员均熟知产品知识、了解目标人群基本护肤的常识掌，握竞争对手的优缺点，以便向消费者作诚恳、理性的产品介绍。

④ 把顺服力强的促销人员塑造成韩束专业美容顾问，周围人尽量把顾客引见给该促销人员，让专业美容顾问向消费者进行产品推荐。

⑤ 有优惠销售、试用装作为产品赠送时，以此作为维持现场气氛的手段：

现场人少时，向顾客送活动气球、小红旗、吸引人群；人较多时，选择向他们介绍产品；赠送看起来有价值的商品还必须严格按预约登记发放，以免出现争抢、场面混乱的现象。

● 活动后期工作

①追踪活动过程，摄影师在活动过程中拍摄有主题含义的照片，或拍摄活动过程。

②由活动负责人召集全部参与活动人员进行活动得失分析与

总结

。并在后面的几天密切关注活动后终端走货状况，完成书面活动总结报告。

由于所述，促销活动是最考验各市场部管理的条理性、工作的细密性、人员的团结性的，营销市场主管及员工应不断总结、不断提高，更好地推动市场的发展。

5、现场气氛到位

促销活动的现场气氛，靠我们的宣传品布置、人员形象、现场组织来营造，现场气氛的优劣，直接决定了活动的引人注目性、聚人的多少、销售量的大小及宣传效果，不容忽视。

① 现场宣传品一般有：

a、横幅：要有主横幅（活动主题）（韩束走进终端搜寻榜样顾客造星活动）一至两条，产品横幅（功效及特点）数条，若节日需要祝福用横幅数条，除主横幅可略长，宽外，其余横幅均要求色标一致，字体统一、长宽一样、悬挂高度基本一致，横幅间距相当，具备优秀视觉效果。

b、彩旗：不同色彩间插，但字体、字样相同，距离相当，对活动桌椅、人员区形成半弧形包围或矩阵包围。

c、展板：展板摆放在活动用桌椅两侧或斜前方，用展板表述下列内容：产品介绍、企业简介、活动须知等。

d、桌椅：桌椅摆放整齐有序，统一用专业促销台。

e、其他：现场可将小挂旗，海报用绳子连成一串悬挂，烘托气氛。

在现场占地选择上，注意夏天避阳（阳光直射，消费者停留不久，自己员工也受累）避雨、冬天避风。同时，位置要显眼，现场可聚集人容量大。

② 人员形象（促销人员全部身着公司统一制服）

a、发放宣传品人员必须要有礼貌，不能胡乱塞给消费者，而是・面带笑容，说一声：・您好，某某产品优惠促销，同时用手指向活动现场・。

b、礼仪人员挂带绶带，大型活动时礼仪人员可着礼仪服装（不特别要求穿公司促销服装）以显示隆重气氛。

③ 现场组织

现场组织与调度主要有以下职责：

a、让现场人群整齐有序；

b、监督指导宣传人员及礼仪人员工作；

c、现场促销及宣传气氛的把握；

d、 活动进程时机的控制；

g、防止竞争对手促销人员的干扰和捣乱。

6、人员培训到位

① 业务销售、宣传人员：

b、活动意义，重要性的讲述，提高士气和责任心；

c、讲明各人须完成任务及分工情况。

7、终端建设到位

活动前后，均须进一步加强终端建设，因为：

② 活动后产品知名度提高、认知面扩大，终端建设的到位程度将直接决定促销活动的后效应。

8、新闻报道到位

公益性活动的新闻预告，各种活动后的新闻报道及评述要抓好，将进一步有利于企业与产品的形象提升。还有一点要强调的是，在确定活动时间和场地后，密切关注天气的情况，雨水量多或可能下大雨的季节，应考虑活动侯选场地，一旦天气不好时，可尽量减少减低活动效果因素。

一般来说，每次活动若均能接上述几个“到位”去贯彻与执行，都能获得较好的促销成路演活动应要注意的问题。

时下盛行企业“路演”。路演不仅被企业成功地移用，其概念和内涵已改变和延伸，成为包括媒体发布会、产品发布会、产品展示、产品试用、优惠热卖、以旧换新、现场咨询、填表抽奖、礼品派送、有奖问答、卡拉ok比赛、文艺表演、游戏比赛等多项内容的现场活动。现在很多企业的产品或服务都开始积极采用路演的形式通过和消费者面对面的交流来宣传推广产品，相对动辄几十，上百万的广告费用来讲，路演的费用要低廉的多，但对于提高产品知名度和促进产品销售却有不可估量的作用。

**护肤品新店活动方案篇七**

二，活动时间：20xx年4月26日------20xx年5月5日

三：活动内容

(一)惊喜一：幸运100%，金钱一把抓：

活动细则：

1：凡在活动期间进店的女性客户均可免费抓金一次中奖率100%

2：各美容院(店)及商场专柜需在前台设抽奖箱一个，奖箱内放糖块一箱，每块糖块上面均粘有5角硬币一枚及相应的奖项卡片。

3：奖项设置为：60%为价值20元的代金券，10%为价值18元的护手霜，5%价值68元的纯露，5%为价值99元的《非常61》超值体验卡，5%为价值50元代金券，3%价值100元代金券，2%价值386元的祛皱套盒，10%为其他小礼品。

4：客户单手进行抓金，依单手的最大容量能抓多少抓多少，原则是手能顺利从奖箱中取出且不能损坏奖箱。

5：所抓奖品当场兑换。

(二)惊喜二：空瓶换物

活动细则：

2：兑换细则为：

一代产品(含同仁御颜系列)空瓶

3支空瓶可兑换价值18元的护手霜一支

5支空瓶可兑换价值66元的一代美白嫩肤洁面乳一支

二代产品空瓶

1支可兑换价值18元的护手霜一支

3支可兑换价值68元的纯露一支

5支可兑换价值145元的二代lps专业美肤洁面乳一支

(三)惊喜三：礼上加礼，好运连连

活动细则：

凡在活动期间进店(柜台)一次性消费满300元的客户，均可获赠价值300元的年终答谢抽奖卡一张及大型沙龙联谊会入场券一张，届时能够贵宾身份参加我公司举办的大型年终答谢沙龙联谊会并有机会获得千元大奖，以单次满300元为一次机会依次类推，具体细则详见沙龙会活动方案。

化妆品店促销活动参考

一、打折售卖

“打折售卖”这是一种最为常见商品促销形式，将某种商品进行打折优惠，刺激商品大批量的销售。常用于处理商品(季末商品、清仓商品、近期商品、残缺商品)以及新上市商品，或者节假日特别优惠回馈客户。

优点：真实打折力度大吸引大，不经常打折的商品或名品牌商品在特定环境下打折，效果更为明显。

缺点：打折频繁对商品伤害较大，打折力度过大，容易引起客户的不信任。打折的处理品容易带来负面影响。

二、买一送一

“买一送一”即购买某种商品免费加送多一件同样商品或买某种商品赠送另一件(或几件)商品，是一种较为常用的商品促销。赠送的商品通常以主卖品的关联商品为佳。

例如：客户买婷美洗发水200ml送(同类型)婷美沐浴露60ml。

优点：促进客户的购买欲望。

缺点：本活动针对的产品通常是新品或需处理商品，所以选择的赠送产品一定要具有吸引力，赠送的产品最好和主卖品具有互补性的关联商品或时下流行品。

三、换购

“换购”是将名牌商品或季节性敏感商品以大力度低于市场价吸引客户换购，换购需满足一定条件，常见的有两种方法，一是购买指定产品可优惠价换购另一产品，二是购满一定金额可优惠价换购指定产品。

例如：客户购物满50元，就能够以9.9元换购指定商品(该商品市场价14.8元)

优点：有效提高购买客单价，刺激客户消费。“换购”客户的接受力很高，还可博得“价格便宜”的口碑。

缺点：换购的产品要有吸引力，是客户确实需要的东西。力度越大，效果越明显。若换购产品客户不感兴趣则活动失败。

四、加一元多一件

“加一元多一件”购买指定商品加1元送多一件同一商品或多一件不同商品。

例如：买5元纱曼婷面膜加多一元就能够免费送(同类型)纱曼婷面膜一片。

优点：刺激客户购买产品。加一元多一件，加1元送的东西对客户要有吸引力，所以产品选择很重要。

五、现金抵用券

“现金抵用券”是一种变相的买赠活动，在活动中客户一次性购物满指定金额，或者购指定商品可使用现金抵用券。该券能够当场低用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

优点：刺激客户消费，提升销售额，能够提高客单价，能增加客户购物的额外惊喜，可使用客户重复购买。

缺点：影响正常毛利。券的使用一般设有限制，会导致部分客户不满，同时操作上容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，要有优良的监督。

六、抽奖/摇奖

“抽奖/摇奖”购物满指定金额就能够免费抽奖或摇奖，通常设置四至五个等级的奖项，特等奖或一等奖奖品设置比较诱人，能够调动客户参与兴趣，奖项吸引力越大，活动越成功。能够现场抽奖或集中在某时刻一起抽奖等方法。

例如：凡在娇兰佳人门店一次性购物满30元就能够免费抽奖一次，60元两次，最多限5次。奖项：一等奖、二等奖、三等奖、纪念奖(欢喜奖)。

优点：增加购物的乐趣，满足客户“博大”的欲望，一般是规定买满多少才能够抽奖，提高客单价。活动成功的关键环节是：奖品设置要有吸引力。

缺点：抽奖活动各行各业都在搞，比较泛滥，客户的信任度不高。同时操作上需要有抽奖箱、摇奖转盘、奖券等很多道具物料。

七、刮奖

“刮奖”购物满指定金额就能够免费刮奖，和抽奖有异曲同工之妙。该刮奖设置苦干个奖项。现开现奖，刮中什么奖，现场就奖励。

例如：购物满30元就能够免费刮奖一次

奖项：一等奖、二等奖、三等奖、安慰奖。

优点：现开现奖，客户信任度高，增加客户的购物乐趣。且操作简单，这种形式客户乐意接受。

缺点：大奖送出，其消息扩散范围不大，影响力不大。

八、捆绑销售

“捆绑销售”将一种商品捆绑在另一种商品一起，再重新定价或按照以前某一商品价进行销售。这也是常见的商品促销手段，和“买一送一”形式差不多。主要是针对商品单品的销售。例如：沐浴露与沐浴球捆绑一起销售。

优点：能够刺激商品销售，提高客单价。

九、限时抢购

“限时抢购”指在指定时间以特别优惠价钱售卖商品。目的是拿名牌商品或敏感商品来吸引人气，显著的特点是：抢购的商品是大众化知名度高的商品，差价优惠力度要大，要根据店自身的情况选择时间段。

优点：极大地吸引人气，并能够博得低价的口碑。

缺点：抢购商品数量有限，不能满足客户需求，可能导致客户不满。由于让利比较大，对利润的损害比较大。

十、买满就送(商品/现金券)

“买满就送”指客户消费满一定金额可送(商品/现金券)，是各行各业最普遍的一种促销方法，赠送的东西可根据当地实情制定，也是客户比较喜欢的一种促销方法。

例如：买满30元送10元现金券;买满30元送护手霜一支。

优点：提高客单价，刺激消费，如果送现金券还能够刺激客户二次购买。

缺点：送的东西如果没有吸引力会导致活动失败，赠送现金券如果不是现场抵扣，会导致部分客户不满。

十一、免费送

“免费送”也是一种常用的促销手段，多用于新店开业、节假日促销或者新品的推广等。免费送通常设定一个指定时间、指定数据来吸引人气，免费派送。

例如：每天开店前1小时到店客户能够免费获得由门店派发礼品一份。

优点：吸引人气，带给大家免费获得赠品的惊喜心情。

缺点：赠送的东西一般价值较小，对客户吸引不大。

十二、凭剪角换取

“凭剪角换取”这是一种常用的在dm单或其它宣传品上剪取指定位置一角能够获得奖品(赠品/礼券)。

优点：能够让dm单或其它宣传品变得更有价值，特别是借助报纸或杂志，会传播较远，对扩大知名度或美誉度有较好的效果。

缺点：报纸剪角实效可能较差，较远的目标群来的可能性较小，剪角的覆盖率较小，广告的传播力就较小。

十三、价随量变

“价随量变”是一种常用的商品价格促销，旨在刺激商品单品的销售，价格随购买数量的增加而逐级递减。

例如：买某种商品1元1件，1.5元2件，2元3件。

优点：价格促销，能够刺激客户多购买同样的产品，单品促销力度较好。

缺点：让利力度越大效果越明显，操作环节复杂，很多计算机没有这个活动操作的设定，所以需要计算机软件的相应支持。否则容易出现漏洞，比如收银员的舞弊，手工操作要有优良的监督。

**护肤品新店活动方案篇八**

1、需求分析：挖掘隐性需求。众所周知，人的需求有很多种，其中隐性需求是我们认为最值得去挖掘。如何挖掘顾客的隐性需求是我们这个羡慕成功的关键。但在这里我们要说的是，虽然这个项目并不是我们发现存在明显需求的情况下建立的，但我们经过分析认为，这是一项值得我们去挖掘的隐性需求需要我们做一些营销活动和宣传来合理地引导广大学生建立这种需求意识，从而培养学生顾客的认真度和忠诚度。

2、目标顾客分析：目标市场要有所倾斜。毋庸置疑，我们的目标市场就在经济管理系、财经系以及外语系等，由于我们所要销售的产品是护肤品，具有美容、减肥的功效，所以我们的业务将有所倾斜到这些女生较多的系。当然,男生的市场我们也不会忽略，如在恋爱中，男生们都在为送什么给女生而发愁，护肤品这种小巧的产品，正符合女生的心意，再加上我们周到的服务(免费帮客户写真心话、包装、送货)。这样我们的目标客户面就会大大的提高。

是否选择护肤品进行消费

会选择：53%

不会选择：47%

从我们的调查结果中，我们可以得出这样的结论：护肤品在南洋学院这个市场里面，有一定的潜在的市场需求，过半的消费者选择了护肤品进行护肤保养，之所以做出这样的选择，是因为他们了解到护肤品的疗效，例如护肤品具有护肤美容的效果，同时对减肥也有一定的疗效。而另一半之所以没有选择，很大的原因是他们对这个牌子产品的疗效还不够了解，要把另一半的市场也打开，就要加大宣传，将护肤品的疗效推广下去。这样的话，护肤品在南洋这个广阔的市场的发展前景是可观的。

二、营销活动及策略

1、创业初期营销：营销渠道多。我们注重时时、处处的营销宣传活动。在实体实战前期，我们将进行大力宣传，校园内派发传单(主要针对女生群体)并同时向她们介绍该产品的功效及其用法。同时，我们也可以利用现代化网络技术的手段，如在“南洋后舍”以及在腾讯校友里面发帖进行宣传。尽可能的使更多的同学了解到我们的产品。

2、营销策略

(1)“爱情牌”。由于大学是恋爱的天堂，利用现代大学生“恋爱热”的特点.也就是说我们可以利用对产品的包装，同时帮消费者写上想对自己心宜对象想说的心里话，免费帮客户包装、送货。这一部分不仅仅是针对女性消费者，更重要的是，同时也把市场拓宽到男性消费者，从而拓宽整个南洋的消费群。

(2)“亲情牌”。接近期末，同学都会想给家人带点手信，护肤品是很适合中老年人美容的产品，它不仅有保养年轻的作用，还可以治疗各种皮肤疾病。对于有父母心的同学来说，花一点钱就能一表孝心，物有所值。

(3)“健康牌”。对于现在处于天气高温流行肆虐的特殊时期，特别是脸孔痘痘的扩散，使我们不得不对这个炎热的夏天天加以提防。我们将产品塑造成提高自身免疫力的策略。这样我们的产品将得到女生、男生的欢迎。

(4)“美容牌”。每个女生都有爱美之心，很多女生用尽各种整容院之道，花了不少冤枉钱，但结果都是失望而归。而护肤品就不同了，她是美容界的高手之一，它只要变一下身就能解决各种的皮肤问题，效果很好，长期使用也可以预防各种疾病。提高神经系统细胞活力，调理内分泌，增强肌体弹性，让你轻松，开心每一天。

三、产品生命周期战略预测

4：30~5：00pm为引入期，这时，了解产品的人少，销量少。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1.快速撇脂：以高价和大量促销支出推出新产品;2.缓慢撇脂：以高价和少量促销支出推出新产品;3.快速渗透：以低价和大量促销支出推出新产品;4.缓慢渗透：以低价和少量促销支出推出新产品。此阶段应尽可能采取有限的行动以控制成本,优先在经过选择的市场用统一的推广信息和风格,促使市场了解新产品的特征和优点。

5：00~5：30pm为成长期，这时，消费者对产品已经，销量增长快，市场竞争加剧，产品以定型，建立销售渠道，促销费用稳定或略有提高。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1.开创新的细分市场和分销渠道;2.在适当时机降低销价，吸引对价格敏感的顾客并抑制竞争。

5：30~6：30pm为成熟期，这时，销售量达到顶峰，需求逐渐饱和，销售量增长和增长率都很少，甚至下降。对于此阶段，我们团对的营销策略主要有：1.刺激现有客户，增加使用频率;2.改进产品的款式、式样;3调整营销组合。

6：30~9：30pm为衰退期，产品销售迅速下降，消费者兴趣已转移。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1..降低销售费用，节约开支;2适当降低销售价，力争取得边际利润。3通过推广技巧,使推出的产品与竞争者有所差别,以吸引目标市场的注意力。

四、团队的介绍及团队的自身地位

我们是一支跨专业的对营销有着浓厚兴趣的热血青年，我们坚定着自已的信念，一直遵循着市场规律，我们能以“用心做事，用情做人”的态度来面对营销过程中的每一个消费者，我们始终坚定着自已的理念，严格要求自已，永不止步，团结一致，坚守着“无友情，不创业”的思路，相信我们的友谊可以驻守着我们走向成功的道路。我们希望通过此次活动进一步培养自己的综合能力，也希望在此次活动中有所收获。同时也感谢学院经管协会给予我们这个宝贵的机会，让我们在这个平台中锻炼自己，提升自我。

五、竞争对手分析

**护肤品新店活动方案篇九**

快乐女人节“美丽存折”送不停

二、活动目的：

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

三、活动时间：

3月5日——3月12日

四、活动内容：

（1）、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

（2）、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

（3）、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

（4）、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

（5）、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

（6）、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至2024年9月1日。

（7）、凡生日、结婚记念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

（8）会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

五、执行步骤：

（1）、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的内容，并送上节日的祝福。

（2）、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

（3）、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报、x展架。

（4）、活动期间在专卖店周围散发传单。

**护肤品新店活动方案篇十**

工作任务：做好宣传工作，制造影响力。

1：在微信朋友圈和公众平台发布活动时间和内容，将活动信息传达给消费者。

2：电话qq等手段通知新老客户活动内容

3：派发宣传单。价格控制在0.1-0.2一张。中型活动2500张左右，小型活动1500张左右。扫码关注微信，并分享活动内容到朋友圈，赠送礼品（鲜丽然小分子玫瑰水等）。或者赠送活动当日的39元现金抵用券每人仅限使用一张。（此项工作可持续到活动结束）

二：活动时间：5月1号——5月3号

活动内容：1.扫码关注微信平台并分享朋友圈送礼品或者代金券。

3.优惠套餐。

套餐二：加钱增购，当消费者达到一定消费金额时可加少量的现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引度，曾购金额要根据换购产品的成本来定（如买满200化妆品+50元可获得价值165元鲜丽然小分子玫瑰水一瓶）

套餐三：活动期间办会员卡或充值均有好礼相送。比如充200送50等。

三：注意事项

1.套餐均可单独使用或者混合使用，根据利润算好折扣范围。现场人员安排到位，整个活动过程要流畅。店长要根据实际情况实时做出调整。

2.营造好现场的消费氛围，热情接待每一位消费者，并不断重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识。

3.老客户进店后，促销人员尽量避免繁琐的语言，通过沟通将促销活动重点告知老客户。在保证可单量的基础上快速成交。

4.新客进店时，若新客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销，可利用免费化妆，免费咨询的过程留住客户，再寻找机会销售。

5.促销活动火爆，消费人数多，促销人员要抓紧时间，先成交最易成交的，之后成交客单量最高的。其他客户放在之后及时沟通。

四：各位鲜丽然的经销商们，如果要做五一活动请与公司联系。公司可以提供礼品，赠品以及其他帮助。祝各位经销商代理商们，生意兴隆，打响五月低一枪。

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