# 最新小型美容院活动方案(十九篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-09-05

*“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。小型美容院活动方案篇一爱美之心人...*

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**小型美容院活动方案篇一**

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一个美女?北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

三、活动主题

美从“心”开始

四、活动时间安排

(一)活动准备阶段

这个阶段就是宣传。目的是为了让所有会员与疗程卡员都都知道这个庆典活动。通过店外的pop海报来宣传这个店庆活动。活动准备阶段的主要事项安排：

1、活动时间的安排

2、活动场地的确定现金目标每个店是30万希望疗程卡的转会员卡吸引一些新的客人加入

3、确定参加的会员名单

4、活动所需要的物品

(二)活动实施阶段

1、活动时间：x年xx月xx日上午：9：00-12：00下午：2：00-5：00

2、活动地点：北京某某店

3、活动方式：自愿

五.活动程序：

1、主持人开幕

2、经理上台演讲

3、节目表演

4、有关美容知识讲座。

1)什么是美?

2)什么是美容?

3)如何保养?

从心告诉会员们，什么是美。应该从哪些方面去注意去保养。这样就会让会员们受益匪浅。(美容知识的保养的内容由美容院自己选择，但是这个内容直接决定了以后的营业额)

5、中午的营养午餐

6、中午休息时间会员们可以相互交流美容保养得心得。

7、下午2点开始美容的课程。包括动作，知识，生活方面的美容。

8、会员的福利与优惠的说明

9、感谢词

10、结束

六、经费预算

经费的预算包括了资料的打印费，海报、横幅的制作费等等。打印费：50元

海报制作费：200元

横幅的制作费：2\*80=160元

中餐：1000元

总计：1410元

活动方案：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。

美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。

从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。

毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。

美从心开始。

**小型美容院活动方案篇二**

活动主题：\"五一，让您的美丽充分展示\"

活动日期：4.29-5.5，一周的时间(注：活动一般不要做的太长)

活动目的：

a.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;

b.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;

c.让顾客产生好感，提升品牌形象。

活动的具体施实方案：

美发店：

优惠一：五一假七天中，每天前10名客户，可以享受项目七折，产品八折的优惠。

优惠二：消费满 178 送面值为18元的代金卷 ，消费满480送58元代金卷。

优惠三：加“51元”=“88 元”。

这七天内，消费到168以上的，就可以再加 51 元可购买原价88元的产品。

美容院

优惠一：美容超值体验套餐：原价568元，体验价298元(一个仅限一次)

优惠二：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

优惠三：洗护98元，活动期间体验价51元

活动的宣传：

a.最简单的方法：发送短信。如果您觉得用手机发短信很慢的话，可以用的短信功能.所以，还没开通短信功能的朋友请迅速开通，量大从优哟。

b.宣传单：提前一周，地点可以就在附近几个地区，当然，如果你的地段是当地的繁华大街，你也可以在远一点的地方派发。

店里的准备：横幅，海报，以及彩带这些必不可少.打造出一个温馨，浪费的节日氛围。

要提醒员工，做好服务，保持微笑，让客户感到温暖。并制定出一个奖惩制度。

活动结束：

1、不要认为活动结束了，就完了。再进行一次短信回访，记录下客户对这次活动的评价，不足的地方加以改进，以便下次活动做得更好。

2、一个一个电话进行回访，回访可以增加亲近感，但就是很多消费者都不愿意接电话。

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳365元，就可以享受全年的美容护理，主要是利用低价位把顾客吸引进来，再通过全年销售来赚取其它利润。

方案二：年卡2400元，做满20次以上，年底返1000元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

方案三：高端美容院不否可用这种低门槛方法呢?当然可以，如一高档店的促销设计为3—8万的卡的基础上，

加入一个1888元的准入卡，限用2个月，2个月后感觉满意后必须转卡。

限时限量来体现机会。

**小型美容院活动方案篇三**

一、活动主题

情意无价，爱我有奖

二、活动时间

20某某年某某月某某日至某某月某某日

三、活动对象

参与者及美容院会员的丈夫(或男朋友)

四、活动内容

在20某某年某某月某某日至8月6(下午三点前)日期间，所有的女性朋友均可领取最佳情话评选劵一张，评选出自己心目中的最佳情话表达各个奖项，所有参加评选的女性朋友均可获赠美容院送出的体验券一张(或某某元代金券)，并参加抽奖活动，获取精美奖品;

某某月某某日17：00现场揭晓评选结果，评比出\"最动人情话奖\"、\"最有创意情话奖\"、\"最佳人气情话奖\"、\"最朴实情话奖\"、\"最幽默情话奖\"等五个奖项，获奖者均可获赠免费西餐厅情侣套餐(或免费情侣电影套票);同时抽出参加评选的中奖者若干名(奖项及奖品由美容院自定)。

五：活动宣传

1、 宣传重点时间：活动前五天。

2、 宣传手段：

a、派单(主题：致男士的一封信，);

b、悬挂横幅(活动主题);

c、海报某某张贴或某展架展示(活动内容说明);

d、夹报;

e、美容院女性会员宣传，要求带给其丈夫或男朋友;

f、其它。

六：活动备注事项

1、 宣传单张要有煽动力和感染力，提出了最合理的、最浪漫的、最体贴的理由，以此打动目标对象――男士;

2、 宣传话术重点：着重强调送\"情侣浪漫心礼\"特惠套餐是对妻子(女朋友)的一种最关爱，是爱的实际行动表现;

3、 制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、美容院店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望;如有张贴\"男宾止步\"的提示，活动期间须撤下;同时在店外摆入心形板时注意城管的干涉;

5、 可联合花店、西餐厅、男士服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力;

6、 此方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和美容院实际情况进行调整和补充。

**小型美容院活动方案篇四**

拓客总体思路：一个美容院有100个老顾客，一个带一个就是100个新顾客，从目前情况来看美容院集中做老顾客带新顾客是一种最有效的手段之一。

常规美容院的老顾客转介绍工作往往有几处弊端：

一、没有把它当个事情来做，没有形成制度，偶尔要求美容师做此项目工作，美容师也偶尔要求老顾客做转介绍，达成如何就不得而之。

二、没有充分调动美容师的积极性，全力以赴做好老顾客转介绍的工作。

三、没有充分考虑到老顾客的感受，没有把利益与情感很好的结合起来。

如何让老顾客愿意带新顾客来?

达成思路一：美容师的细节服务感动顾客，加上美容师各种营销手段的运用，让老顾客愿意; 达成思路二：结合以类似公益或宣传推广的名义，让高端顾客或新顾客愿意接受;

达成思路三：通过会议展示美容院文化，服务，增加老顾客的自豪感，增加新顾客的好感; 达成思路四：通过一部分利益的巧妙赠送，让老顾客愿意帮助忙;

达成思路五：通过让老顾客感受到实实在在的优惠，而让老顾客愿意带朋友或转介绍。

针对于此：

一、以卓越优秀美容师评比，让老顾客过来。

二、以美容院美容师技能大比赛，让老顾客带人过来。

三、以美容师成长经验分享，让老顾客带人过来。

主要销售流程：

一、会前销售感恩卡，美容师技能大赛亲友团来完成会前销售(三天压迫式售卡)

二、技能会中进行高档顾客的评审团的销售，与没有成交的新顾客环境促成销售(周末)

三、会后会，即魅力女人或美丽大讲堂以联欢或教育形式，让新顾客变成老顾客，并伺机再做转介绍活动。

方法立意：可大做，也可以小做。

大立意者：

找一些发起单位，最好是政府职能部门，著名杂志传媒，或者相关服务评比机构，如： 发起单位：某市市总工会，省美协，《医学美学美容》，华山论剑·中国美容领袖年会卓越美容师评选委员会，《某某报纸》等等，当然要视操作者的社会关系而言。

参选单位：某某美容院等

评选主题：(以下类似若干)1、卓越服务星级美容师评定会2、美丽天使星级评定终极pk赛3、“我最喜爱的美容师”星级评定

小立意者：

自己的美容院来操作，以对美容院全体美容师技能考核，顾客满意度等内容

做为诉求点来进行操作，如：

1、某某美容院美容师服务技能演武大赛

2、某某美容院金牌美容师全能争霸赛

3、超级美容师五星服务投票赛

操作流程：

一、服务整改期：约一到两周，将美容院服务整改事宜全部通过宣传造势，让全体顾客知情，同时每个美容师做自己客户的客情，务必每个主要希望转介绍的顾客都要做一到二件感动顾客的事情，如给顾客写感谢信，给顾客发彩信，讲自己感人的故事给顾客预热，接待时增加一个针对性个性化的服务，商学院的学生还可以按王老师此次课程的《美容院五星服务完美细节》的内容进行改良。

二、美容院整理全体老顾客的名单，按质量与配合度来分配给美容师。顾客一般有三种情况： 一是高档顾客，此次通知与会即可，不要做销售工作，被聘为会议评审团成员;二是重感情强过重利益的顾客，同时对美容院与美容师很认同的优缘顾客，三是普通顾客，应该按照先易后难的方法进行操作，打不开局面时，老板可利用自己的资源，做几个样版来鼓动员工士气。

三、“超级美丽”感恩卡复式卡卡项的设计一般正反面，正面是活动主题，活动参加门票，美容师情况介绍，评分标准与顾客打分栏。背面是优惠政策，优惠政策加一条老顾客见证。(即原价多少，现确实优惠多少?)，同时，此优惠政策最好是美容院的敲门砖的项目，如有美容院设计为：100元，享受1380元的2次健胸，2次电波拉皮护理，另外会议现场参加抽奖，还有睡眠面膜一张;还有88元的卡，领取价值380元拓客礼品套一套，面部水份检测一次，另外会议现场参加抽奖。再如0+388元卡，健胸5次，如果顾客感觉效果不直观，三次之后无效退款等。

四、关于老顾客利益：不要谈利益，只谈美容师如果通过此次评定或获奖后，可帮相关老顾客申请产品或优惠项目。(强调有些产品项目是奖励给美容师本人或其家属朋友的)。二是对于那些活动中很卖力，帮转介绍很多的顾客，有很多相关奖项，如伯乐奖，慧眼奖，知音奖等，一律以实物形式发放，如旅游，餐劵，手机等，如果此奖品顾客不拿，在美容院可充抵现金，并以2倍系数做价。

五、美容师计划在一周时间内，让美容师全体通过短信，电话，登门拜访的形式，让老顾客帮助美容师自己买卡，工作安排如下：将美容师按二人一组来操作，一人电话时，一人可以直接联系到相关顾客进行销售。为了不影响美容院日常工作，时间一般从早上--18：30左右。

六、在周末时，将全体顾客，包括新老顾客邀请到会场进行相关美容师技能大赛的会议。

七、会议内容：以美容师技能大比赛，服务宣言，感人经验分享，老顾客推崇会等内容来完成。

八、会后一个月时间，举办名媛盛典，魅力女人，女人美丽经，美丽与美容邂逅等。同时增加专家坐诊的环节。

考虑要素：

1、如何调动美容师积极性，全力以赴去做老顾客的转介绍工作，如遇到拒绝，挫折时，如何处理，如打不开局面又如何突破。

解决方法：将绩效考核的三原则充分运用好：激励，压力，鼓励，会前总动员很重要，除了老板感动员工外，让每个员工分享家庭，父母，期望等，让员工感动员工。如果可能安排美容师上街做销售，突破心理障碍，全力以赴。开个玩笑，厂家开会怎么向美容老板逼单，就让美容师向老顾客逼单。现场竞争榜，指标图，美容师立军令状，授旗活动，奖品：红花，金牌巧克力，激昂音乐，最重要的是每天晚上评定时现场发放奖金。成功案例分享，及时手机短信造势，没有达标的小组，可考虑让其自己提出不吃晚饭等精神惩罚。有个别美容院美容师为了完成销售，给顾客夜晚十二点还在发短信，诉压力求帮助，此块一定要表明一个观点：美容院只是通过活动提升服务，而美容师自己想通过增加人气，亲友团的人数而自己给自己压力等相关观点。

2、老顾客为什么愿意帮助转介绍，除了感情，利益还应该有什么?

除了上述内容，老顾客有二种情况，一是被感动，确实觉得应该帮美容师一下，二是被磨得有点无奈，半勉强半接受。这个度要掌握得好，一般不会出现什么负面情况。最理想的结果就是美容师针对有把握的顾客，事先细节，感动顾客，成交若干，以点带面的突破，从而引起转介绍工作的良性能循环。新顾客通过二个环节完成，一是会前售卡，二是会中售卡。

3、卡项如何设计，让新顾客愿意接受，并前来与会?

每个美容院要结合自己的情况来设计卡项，最好是利用老师提出的拓客项目或品牌，即敲门砖，此项目有几个要素：效果直观，价格优惠，简单易操作，能强调频次，每个美容师都会服务等。

4、会议如何做出文化，做出品味，做出档次，更重要的是做出顾客的好感?

现场不做强销售，突破三大版块：美容院定位与差异化(最好是服务的差异化)，美容院文化与美容师精神面貌，还有就是老顾客的推崇，卡项的特色与效果承诺。

5、新顾客成交低卡后，如何转卡转项目?

成交此卡不是目的，此活动千万不能搞成看热闹贪便宜的多，优质顾客，转化顾客少，解决之道就是课程中的项目组与调理，调整，调理，调养的三步曲中的连锁链式销售，做好顾客短期，中期销售计划与售前观念导入工作，当然最重要还是此卡四次产品一定要见效或者四次服务与众不同。

6、一个月后，为什么一定要开会，进行新顾客巩固，而会议除了热闹的盛会外，如何进行教育，因为教育才是拓客的根本?

当新顾客进来完成此卡服务后，授课或联谊是情感转化与升华的另一个重要环节，教育才是拓客的根本，个人认为现场示范，体验营销，个性服务，专案专家指导还是销售的重点。

7、美容师如何奖励，如何提成?老顾客如何给到利益?

美容师分组后，奖励冠亚军，一般情况下;如100元卡，可考虑员工开张卡提15元钱，总冠军还可得总销售业绩的15%，亚军可得总业绩的5%，总额扣除20%，顾客真正到店后再行发放，10万元卡给到3--4万元的奖励才有积极性。

8、新顾客经过一个月培育与巩固之后，是否能让新顾客带更新的顾客?

如果此方法可行，可以考虑二三个月后再类此举办一次顾客转介绍活动，让新顾客带新顾客，另外，如果第一次不理想，二个月后到了感恩节时，同样还可以感恩形式，带顾客一起去相关寺庙祈福许愿的形式来搞，年底时，以财神派利士封(红包)，新春美丽杰出女性评比活动来搞，去相关福利院希望小学送温暖来搞。其实在之前拓客中，情感营销也好，明星模仿秀也罢，都有老顾客带新顾客的工作，只不过把注意力放到机关单位拓客方面，而没有强化老顾客转介绍，没有集中做老顾客转介绍，并没有做压迫式老顾客转介绍而已。

工作安排：

在活动开展前十五天发手机短信给全体老顾客，要求老顾客转发给新顾客;

活动对员工全体培训：

培训内容：全员激励：如何激励员工，让员工声嘶力竭，街头销售产品。

宣布奖惩：见上相关，美容院视自己情况设定，

销售话术：活动的目的与意义，自己的荣誉感与难处，其他美容师老顾客转介绍情况，其他老顾客的介绍情况。打电话的技巧与方法：见新顾客的拜访方法。

要求：老顾客有一百个理由拒绝你，你就有一千个方法来说服她，她有一千个理由拒绝你，你就有一万个理由来恳求她。

老顾客可转介绍对象：姐妹，朋友，亲戚，同事，同学，街坊，邻居，每个人应该周围都有最少七个合适美容的对象。

老顾客拒绝点：从卡的优惠，感情，帮助，竞争，同情，给顾客利益(好处)等来解决。

奖项：伯乐奖，慧眼奖，评审团奖，最佳组织奖，金梧桐奖(大活动，发给美容院)

五星，四星，三星美容师或者最佳微笑奖，最佳服务奖，最佳礼仪奖，最佳才艺奖，最有人缘奖等

**小型美容院活动方案篇五**

一、活动目的一般来说，美发店年终答谢会有以下目的：

1、年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户(点击进入美发店年终答谢会顾客邀请函)的形式加强顾客忠诚度。

2、制造美发店在当地的知名度...

一、活动目的

一般来说，美发店年终答谢会有以下目的：

1、年底是各行业繁忙之季，以各种回馈老客户(点击进入美发店年终答谢会顾客邀请函)的形式加强顾客忠诚度。

2、制造美发店在当地的知名度。

3、带动销售，提高美发店业绩。

4、通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美发的观念。

5、以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。

6、通过督导老师的影响，加强美发师的销售意识，提高销售能力。

7、新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。

8、在愉快的气氛中培养顾客与美发店的感情，促使顾客和员工成为朋友。

二、活动形式：联欢+娱乐+答谢+优惠政策

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的。

三、活动主题：s专业女子美发店s年暨s周年感恩答谢会

在活动主题的确定上，可以和喜迎s新年结合起来，给顾客留下更加深刻的印象。

四、举行时间：s年s月s日，地点：

五、宣传方式：

1、横幅悬挂于店外做宣传，目的吸引顾客;

2、宣传单张及邀请函制作。

六、活动创意

终端答谢会的创意点主要体现在以下方面：

1、邀请函文案要设计巧妙，创意销售，环环相扣，为现场促单埋伏笔。

2、不一样的开场节目，知性、品味与员工展示甚至促单相结合，而不是毫无意义的各种舞蹈。

3、可以用各种原创小品、产品情景剧代替课程，精心创作展现美丽主题及产品卖点，美发师主演增添表现力和亲和力。

4、设计全新背景音乐，烘托现场气氛。

5、永远记住：用心比创新更重要。

七、前期准备细则：将前期需要准备的细节问题都列出来，如会场的确定、节目的安排、奖品的准备等。

八、会前培训：在终端答谢会举行之前，要将美发店全体人员组织起来，针对方案做一个细致的培训，保证人尽其责，共同促进答谢会的成功举行。

九、会前销售政策

十、终端会现场优惠政策

十一、会后促销政策

**小型美容院活动方案篇六**

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：xx年9月6日～xx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，最好以淡黄色为主。

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最高的家庭，得分最高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。

**小型美容院活动方案篇七**

活动背景：

.11.11一年一度的光棍节又来临了，你还在单身吗?相信每个“光光”者都有共同的心愿，就是——“脱光”计划，我要告别单身啦!

活动目的：

1、11月11日是所有单身年轻朋友的节日，不妨在美容院的“光棍节联谊活动”中寻找到自己心仪的对象。

2、想要脱离光棍节，想要那个他/她看到自己美好的一面，不妨让美容院来为自己全副武装一下，意思就是让美容院团队精心为你打造心仪的妆容。

3、美容院借助光棍节活动，刺激年轻男女消费，提高美容院的业绩

4、进一步提升自己的品牌知名度，增加顾客的信任感。

活动口号：光棍节大声说出你心仪的他/她!

活动时间：xx年11月11日

活动地址：美容院

活动对象

单身男女朋友(年龄在18—45岁)、美容院顾客

活动内容

■脱光计划一：爱ta，就要大声说出来!

活动期间，参加“脱光表白”环节，以赠送美容产品的方式，对你喜欢的人，说出你最想说的话，表白成功者将免费获得由美容院提供的价值xx元的(产品或项目套餐或饰品)，抢完即止!

注：此活动为免费参与环节

操作注意：光光者可到美容院选择购买高档的产品，或免费领取小样化妆品的形式来赠送给心爱的ta。表白成功后两人必须同行到美容院才能领取礼品。

■脱光计划二：百分百有奖促销

在xx年11月11日光棍节那天，用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲，每一个与会顾客均可参与抽奖，奖项为一等奖、二等奖、三等奖，四等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七五折，二等奖为八折，三等奖为九折，四等奖为小礼品一份。或者说厂家的特价产品时，一等奖100元，可赠500左右元产品最好是套盒，4瓶加卡一张护理卡。

通过事先核算成本，可将一、二等奖设计多些，用奖券的形式，也可用四色乒乓来做奖券。抽奖时尽量让新客人也能抽到奖;同时私底下满足一些客人想拿一等奖的要求。

**小型美容院活动方案篇八**

一、美容院七夕活动策划主题

七夕我和美容院有个约会

二、美容院七夕活动策划时间

20某某年某某月某某日

三、美容院七夕活动策划目的

通过此次活动造成一定的轰动效应，通过各种渠道宣传，扩大企业或商家的社会影响力，聚集人气，激发顾客产生消费行为，提升美容院业绩。

四、美容院七夕活动策划准备

1、整合美容院客户资源，统一以平面广告、dj台、led显示屏、短信息的形式向客人发布活动信息;

2、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫的节日气氛;

3、可联合花店、电影院、珠宝商、婚纱摄影机构等商家共同促销，提升美容院七夕活动的影响力;

6、 此方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和美容院实际情况进行调整和补充。

五、活动内容

一、情浓一生，真心表爱意：情人节当天所有来美容院的女士充值即送一只玫瑰花(共200支,送完为止)凡是情侣上进店送精美礼物一份。另外上午9点--晚上21点，每个小时的整点本店将抽出一名幸运客户送惊喜，奖励神秘礼物一份。

二、为爱充值，美丽不打折：会员当天充值享优惠，充5000送5000，充10000送10000，充20000送20000，以此类推!

五、情人节爱情大片

不少人选择去电影院观看电影，凡是情侣在情人节当天进店消费即可获得电影票2张。

六、相濡以沫，最爱七夕--\"我与我的爱人

还记得您们的第一张合影照片么? 某某某\"我与我的爱人\"大型微信征集活动拉开，即日起征集情侣、夫妻照片、活动征集完成后，可随机抽取十对情侣即可获得美容院产品一套。

七、爱要大声说出来

活动期间可以在美容院门口放一颗幸福树，以写真爱宣言，拿幸福大礼的主题吸引顾客的眼球，顾客可以想对对方说的一句话写在便签纸上，挂在幸福树上，看着幸福树渐渐的被挂放幸福的字迹，可是会吸引不少顾客。可随机抽取一对情侣赠送一套情侣写真作为奖品。

八、七夕情人，真爱无限

邀请珠宝首饰类、化装品类厂家和婚纱摄影机构提高冠名赞助以及活动礼品，美容院活动期间会员顾客可享受首饰类或摄影类限时6折优惠。

**小型美容院活动方案篇九**

本案撰写目的是美容店通过店庆活动快速积聚资金，并大规模发展公司会员，迅速扩张市场。由于雇主对经营的成本、回利时间没有具体讲明，故本案在写作的过程中忽略企业成本问题，通过参考雇主往年的活动信息制定可行性高的活动策划方案。

活动主题：回馈老顾客，欢迎新顾客;(暂定)

活动时间：一个月;

活动地点：美容店内;

活动内容：

1、“友情”主题卡新鲜出炉;

2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡;

3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节：

1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”;回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3500元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2500元);两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受“充值就送充值金额50%的原价消费”;回收原会员会员卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为20\_\_元);三人需同时办理。

3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额30%的原价消费”;回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2300元);两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受“充值就送充值金额40%的原价消费”;回收原顾客疗程卡，并免费更换为“友情”主题卡(原卡余额转至新卡)，新会员免费赠送;充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即每人最少充值额度为2100元);三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2500元);免费更换友情主题卡。

6、单个顾客(含持有疗程卡的老顾客)办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上(不含余额，即最少充值额度为2700元);免费更换友情主题卡。

单店活动预算：

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完整，忽略企业近期及远期成本。

1、30%原会员带一人：

30某2某2500=150000(元)

2、20%原会员带两人：

20某3某20\_\_=120000(元)

3、30%疗程卡顾客带一人：

30某2某2300=138000(元)

4、20%疗程卡股卡带两人：

20某3某2100=126000(元)

单店总收入：534000(元)

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在“主题卡”、活动的娱乐性上;主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。

相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

**小型美容院活动方案篇十**

活动主题：美容院与你共度双十一光棍节

活动时间：20xx年11月08日-11日

活动对象：所有的新老单身顾客

活动目的：光棍节当然要让单身顾客享受到美容院的温暖和热情，恰逢深秋季节，美容院可以根据秋冬节的皮肤问题推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借助20xx年双11光棍节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台，也能为自身美容院带来更多的新朋友，提升美容院的销售业绩。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够优惠折扣和领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠，并且赠送美容院提供的护肤小样试用装一份。

活动注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

**小型美容院活动方案篇十一**

一、开卡促销

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡;大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月卡比每单次消费的用度低，办理年卡比办理月卡总和消费要低，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

二、折扣促销

打折一直是贸易促销的一种重要手段，它有很强的吸引留意刺激购买欲的作用，而且具有即时的效果。

运用方法：折扣促销是美容院最常用的促销方式。针对这种促销法，美容院根据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，用某些低价位商品刺激顾客的消费欲，带动其它商品的销售，或某一新项目推出时，让顾客进行尝试可进行折扣的促销手段。

三、免费试做促销

免费试做促销是美容院为了吸引新的顾客群体，或在新项目开发上推出的，让顾客先感受在消费的一种促销方式。

运用方法：美容院将有某些需求的顾客集中起来，在即定的时间为顾客免费试用，让顾客首先体验效果在培养顾客成为主顾客。然后再进行下一次的免费试做，再进进下一个循环。

四、消费积分赠品促销

消费积分是美容院为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠予的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

五、“手机短信”温情促销

“短信” 现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等。

**小型美容院活动方案篇十二**

活动目的：

1、稳定老顾客 2、发展新顾客 3、提升美容院在该地区的着名度活动要求：预备5000元货品作活动用(公司送出10套亵服)活动时间：(促销时间：9月29日——10月5日)

一、活动对象：邀宴客人

活动流程：

一、邀宴客人：请老顾客带2个以上朋友参加。

二、会议流程：(18：30——21：00)

1)主持人公布晚会开始

2)美容师表演《感恩的心》

3)老板代表致感谢词

4)颁奖

a 感谢xx年对美容院给予的最大支持、消费最高的 忠实朋友特奖大礼一份

b 凡是美容院新老顾客均有一份精美礼品(请第二天到美容院领取)

5)顾客代表讲话 (讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容 师、自己在美容院得到的欢乐、帮助)

6)亵服秀

7)\*\*协会会长隆重推荐产品

8)美容院5.1促销活动公布方案(凡当场下定金300元者， 即可送亵服优先享有)

a 找托下定金

b 美容师游说顾客促成

9)公布促销时间，欢迎到美容院咨询

10)表演舞蹈，公布晚会结束。

**小型美容院活动方案篇十三**

一、折扣促销

以“美丽情人节”为主题展开，为庆祝七夕情人节的到来，本店推出“美丽情人节”活动，七夕当日本店所有项目、产品均8.5折，仅限一日，赶紧带上小伙伴一起来享受美丽时光吧!

折扣是美容院常见的促销方法，同时也是顾客最容易接受的方法。因为人人都喜欢便宜又实用的东西，所以七夕美容院活动以折扣为主是最容易且最快被消费者接受的。

二、卡式促销

以“你在我心中是最美!”为美容院七夕情人节主题展开，凡在七夕情人节当日带女性朋友带情人到本店，由男方大声对女方说一句“你在我心中是最美”即可获得美容院送出的价值999元的情人套卡1张。

卡式促销法美容院屡试不爽，而在七夕情人节推出这种促销活动，不仅契合主题，更能带动男性对女性美容的重视，同时也能体现出美容院对女性顾客的关怀。这种方法既简单、又有趣，能帮助美容院在七夕情人节当日挖掘很多年轻的女性消费者。

三、消费即送

以“美容院陪你一起过情人节!”为主题展开，规定凡是七夕当日到店消费满50元将获得甜美巧克力一份!

这种消费即送促销活动能有效的刺激顾客的消费欲望，很容易就能带动顾客消费。除了送与情人节相关的礼品外，美容院还可以根据自身情况进行调整，如凡是七夕当日到店免费注册会员，即可享受“特殊”情人节待遇(如：免费脸部护理一次或一束玫瑰花等)。

四、七夕主题大赛

以“浪漫么么哒”为主题展开，举行户外亲吻比赛，如规定只要在七夕情人节当日，情侣免费报名参加美容院举办的亲吻大赛，亲吻最长时间的情侣将获得豪华情侣套餐一份!(套餐内容可根据美容院的实际情况拟定)

这种最直接的主题促销法能很好的带动群众的参与感，同时也十分容易造势，能快速扩大美容院的影响力。说不定美容院还能借此活动在七夕情人节期间挖掘不少浅在客户。

五、积分促销

凡是美容院老客户在七夕情人节当日到店消费满10元即可获得双倍积分，同时还能换购1款高档美容产品;凡是在七夕情人节当日到店注册新会员的顾客，即可获得50个积分……美容院可以“浪漫积分，好礼相送!”为主题展开积分促销，具体方式可根据美容院的实际情况来实行。

美容院在七夕情人节期间展开积分促销活动有效的提高顾客的消费总额，可提先制定好积分限度，等顾客达到一积分后，将可获赠礼品，刺激顾客再次消费的欲望。

以上五大七夕美容院活动方案仅供美容院参考，赶紧抓住七夕情人节商机，好好的抓住顾客的心吧!

**小型美容院活动方案篇十四**

主题：情浓端午 粽是情

规则:食材由美容院提供;顾客比赛包粽子，包得最多的给予奖励(如附送美容套餐、或美容院亲情卡等);顾客自己包的粽子可提领回家。

目的：提高美容院与顾客的互动率，提高顾客满意度。

方案二、邀请美容院顾客猜灯谜

主题：免费送礼猜灯谜!

规则：由美容院出题，端午节当日或前一天邀请顾客来美容院参与“免费送礼猜灯谜”活动，可邀请顾客及顾客家人齐参与，猜中者将获得精美粽子一盒，及亲情消费券1张等。

目的：扩大美容院的影响力，提高顾客的到店率。

方案三、邀请美容院顾客赛龙舟

主题：欢乐赛龙舟 共庆端午节!

规则：在端午节前一个星期，美容院可提前邀请顾客参与“赛龙舟”活动，将顾客分成两组比赛，胜利组将获得由美容院定制的价值x元的美容套餐消费券2张或价值x元空调一台(美容院可根据自身条件来设置奖品)。为了加强顾客的参与度，美容院务必要在礼品上花心思，使活动更具吸引力。

目的：丰富顾客的业余生活，提高顾客的满意度，打造美容院良好口碑。

方案四、端午节到店消费满50元，即可获得粽子礼包1分。

主题：粽磅来袭 双节礼包乐无限!

规则：今年的端午节刚好撞上六一儿童节，凡是六一、端午节期间到美容院消费满50元的顾客，即可获得香甜粽子礼包1分，并附赠精美贺卡1套。

目的：吸引顾客到店消费，提高顾客满意度。

方案五、推出“端午节美容美体套餐”

主题：香飘万粽 端阳传情

规则：为顾客量身定制“端午节美容美体套餐”，提前1周作宣传，于端午节当日到店购买“端午节美容美体套餐”的顾客，将获得豪华粽礼包1份!

目的：吸引顾客，提高美容院业绩。

猜你感兴趣

**小型美容院活动方案篇十五**

活动主题：浓情夏日，恋在七夕

活动时间：20\_\_年8月1日~20\_\_年8月6日

活动地点：普丽缇莎美容院直营店和普丽缇莎美容院加盟店

活动对象：主要是情侣

活动宣传：

1、在普丽缇莎官网、微博、论坛等网络渠道上发布新闻，发布活动公告

2、在人流比较多的街头发放优惠券、dm宣传单

3、在美容院门口张贴海报，挂横幅等

4、赠送玫瑰花、巧克力等浪漫的情人礼物

活动注意事项：

1、美容院店内布置需要注入喜庆的色彩，需要多注入浪漫的情人节元素，玫瑰花，粉色气球，等喜庆元素必不可少。

2、美容院推出的套餐，有限期为半个月

3、对情人节上班的美容师们，给予温馨的花朵和巧克力，让员工们感受到美容院的爱和用心

活动内容：

1、情侣美容套餐——男女搭配消费

在七夕节当天，推出特别优惠，凡是在七夕节当天购买情侣美容套餐，都可以获得豪华大礼包抽签的机会。获得的奖励有美容院金卡一张、玫瑰花一束、免费面部护理5次。这些能够吸引顾客前来消费，要求男女两人同时消费。

2、足疗按摩促销——亲密爱情主题

千里之行始于足下，好好呵护他(她)脚。你的爱情够亲密吗

美容院新推出男友或老公现场为您的女友或妻子按摩足部，让她感受你最真实的爱。活动当天，进入美容院的情侣将会抽出九对愿意为对方按摩的情侣，现场美容院足疗技师亲自传授简单的按摩足疗手法，让她享受你最亲密的心意。爱她，就为她按摩足部吧!

3、甜蜜之吻

在七夕期间，在普丽缇莎个美容院前面举行活动，要求过往的行人举行kiss比赛，只要在台上kiss时间超过3分钟，就能获得美容院赠送的全身护理一次，玫瑰花一束。这个活动是特别为情侣而准备的。

**小型美容院活动方案篇十六**

一、深挖老客户的消费潜力

1、老客户筛选

先组织美容师分析客人，筛选出10个左右3a级客户。要求：1、有钱：能消费3800-6800元产品的客人，2、有需求：想改善皮肤现状的，3、能快速决策的。严格按以上要求，进行筛选。

2、准备

印制面值980元的“面部护理贵宾卡”30张，要求此卡有效期为7天 ，此卡可尊享抗衰美白项目3次(每次用半支产品即可)，连续3天每天1次。以三八节回馈老客户的名义送给上面筛选出的3a级客户。

3、客户体验

客人第一次来体验时，先做半张脸，然后让客人看效果(皮肤细腻、光滑、通透、毛孔缩小)，引导客人确认效果后再做另半张脸，第一次只说效果和作用机理，不做销售;

第二天来做时，边做边引导成交，成交价可定为3800-4800元/小套盒(6800-7800元/大套盒)。可享受：

a、20次面部护理(抗衰嫩肤)服务;

b、一个36支(72支)的套盒。用这套盒给客人做20次，剩下产品交给客人带回家用;

c、送客人一张价值1380元的4天3夜港澳游票(我公司配送);

d、赠送两张价值980元的面部护理贵宾卡(注意只给两张)，让她送给同样的3a级的朋友，获得转介绍的权利和收益!

第二天未成交下来的客户，第三天来做时继续成交，连续三次让客人看到效果，只要客户有消费能力，一般情况下都能成交。个别嫌贵的客人，可以先成交7支1000元(可以来店做7次，客户带产品回家做7次，每次半支)。用完后再补足余款享受以上方案将会很容易。

二、转介绍，实现自动拓客

经部分店家在元旦节实践证明，以上方法的成交率和客户满意度都很好，所以事后的追踪就是督促客人把贵宾卡送给她2个朋友，她朋友带卡来做的程序和她开始时一样，如果朋友成交了套盒，给她充值580元做为代金券，存到她账上。这样就会形成自动拓展高端客户的良性循环，象雪球般越滚越大。

三、多管齐下，拓展新客源

1、印制宣传单，核心内容是原价380元的“面部护理”，三八节期间仅需38元，发给附近效益好的机关事业单位女性及高档小区。吸引客户前来体验(体验流程和上面一样)。

2、和附近的高档女装店、珠宝店等进行异业联盟。印制消费券，作为对方的赠品，顾客在对方店内消费满一定金额，即可免费来美容院享受价值380元“皇室面部护理”。实现把对方店里的高端顾客免费输送给你。

注意：体验客户和老客户不一样，必须强力成交(由于信赖感还不够强，成交7支的小方案即可，后期再不断提升)，否则客户将一去不返。

**小型美容院活动方案篇十七**

活动主题：

浪漫圣诞，惊喜回馈!

活动时间：

20xx年12月15日——12月30日

活动目的：

1、提高消费金额，增加美容院营销业绩;

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。

活动内容：

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可以好好享受一下，同时还可以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，那如何可以获得吃大餐的特权呢?请记住在美容院圣诞节活动期间，凡是当天消费满5000元以上的顾客均可获得吃大餐的特权，名额有限，仅进店消费前十名的。

也有你已经被美容院千遍一律的促销活动不敢兴趣了，那就来体验一下“圣诞大餐”吧!

促销活动二：圣诞双人游，浪漫不断!

每年的圣诞节，不论是商场还是美容院、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，不仅拉动顾客消费，还能带动圣诞节的气氛。所以美容院想要在20xx圣诞节策划不一样的促销活动，不妨考虑和一些旅行社联合促销。

在活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，并且消费达到1000金额的话，就可以和另一半享受美容院推出的圣诞节双人游活动。而已经是美容院的老顾客，只要您在圣诞节当天消费满800元也可获得双人游机会。

促销活动三：幸运大转盘，圣诞赚不停!

圣诞节活动期间，凡在美容院消费金额满388元的顾客均可获得“幸运大转盘”的一次机会，该转盘里划分不同区域：50元、60元、70元、80元、90元、100元。由顾客转动转盘，指针指向哪个区域，当场兑现获奖现金，永不落空，让你圣诞夜赚不停!

活动注意事项：

1、在活动前期，美容院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，美容师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。

**小型美容院活动方案篇十八**

一个店经营得好，为什么开不好第二个店;为什么会用大店养小店;为什么做大了，人多了，就会觉得力不从心，左支右绌。系统，还是系统，缺乏系统工程是美容院当务之急。美容院未来的成功是靠一套系统，而不是靠一点聪明，系统决定成败。

活动目的：

1、推广新服务项目

2、提高销量

3、提高美容院外在形象。

活动主题：共同迎接新的一天

活动内容：

一、新服务项目

针对本院服务范围白领人士居多，全新推出白领丽人美容服务项目。

1、丽人月套餐一:

价格500

赠送护理1、划卡消费8折;2、送4次经典护理或200元产品。

后期优惠1、续卡送积分58分;2、送亲情卡一张(价值200元)。

2、丽人月套餐二:

价格1500元

赠送护理1、划卡消费7折;2、送7次经典护理或360元产品。

后期优惠1、续卡送积分100分;2、送亲情卡一张(价值380元)。

3、丽人vip套餐：

价格3880元年卡(限时卡)

赠送护理：

1、全年面部、肩、颈部经典护理;

2、全年身体护理包括：舒筋活络、背部刮痧排毒、健胸、肾保养、卵巢保养、纤体等;

3、自选计50次，限一年内使用。

后期优惠

1、赠送精油全身10次(价值1500元);

2、赠手、足护理20次(价值800元);

3、赠送牛奶香体贵妃浴20次(价值1000元);

4、全年光波浴;

5、送亲情卡一张(价值380元)。

二、美容院形象促销

组织美容院在市区大型广场中统一进行产品促销活动，同时进行免费皮肤咨询以及优惠售产品和月卡、年卡等。派发形象宣传资料，通过统一的行动迅速在当地推广品牌以及美容院的形象力，迅速销售产品。

活动执行

事前准备：

1、店内：产品展示台、小汽球、促销方案张贴、美容卡、吊旗和客户档案卡。

2、店外的布置(横幅、大汽球、展示牌、易拉宝)

3、促销方案、优惠政策

4、产品的培训：由组长负责培训

5、人员的搭配：安排好收银、库管、发货

6、邀请函派发：编号、定区域、定人、定量(可适当奖励)

7、心态调整：美容院召开活动前会议，提要求，熟悉整个会议流程

事中工作：

1、怎么安排(参加人员的分工)

2、美容师要求(参照美容院管理规定)

3、要求：各尽职责,服从安排，责任到人

4、进入状态,人员的配合

事后工作：

活动情况，表扬先进个人

**小型美容院活动方案篇十九**

活动背景：“光棍节”从网络节日变成青年朋友广为流行的节日，而在网络上则演变成购物狂欢节，每逢到了“光棍节”不论是商场、饭店或者游乐场所，都会借助节日的氛围策划“光棍节”活动来招揽顾客。在这年轻时尚的节日里，美容院推出 “光棍节不孤单”特惠活动。而如今天气逐渐变得干燥寒冷，并且入秋之后持续着干燥、炎热的天气。所以从目前美容院的消费上可以了解到，消费者在换季之后进店消费初秋时节以美白修复为主，而如今则是以滋润保养为主。因此，美容院可以借助“光棍节”这一档期进行促销活动，不仅是提高知名度，提升形象的大好时机，也是利用节日抓住商机的绝佳机会。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

主题：遇1即发，寻佳丽

[活动描述] 在活动期内，凡是100元人民币上有带“1”的编号，美容院都默认其实际价值为110元，也就是自动升值了100元;由于一个“1”字就能抵人民币10元，两个“1”字就是20元，以此类推，这就促使顾客去换带“1”字的人民币，甚至去银行换。这就势必会在人群中广为传播，成为一种趣谈，美容院寻找客源的活动目的就达到了。百元人民币风潮可能会给美容院带来如潮的人流。

[效果评估]美容院每接受一张带“1”的百元人民币，就要为之付出10元的代价，以此类推，100张带“1”的人民币就是1000元;反过来看看美容院的收益，美容院收了顾客100张带“1”的人民币，不就是收入1万元吗?这个投入仅仅是产出的1/10，这样的成本哪个美容院承受不起?况且，兴旺的人气谁都想要。

主题：“你看电影我买单”光棍节温馨奉献

[宣传方式] 用“你专心陪伴你的心上人，其他的事情我来办”这样的宣传方式口号来迎合情侣们极尽所能制造浪漫的迫切心情，若能准时兑现赠送电影票的承诺，并制造机会在男友面前称赞他漂亮的女友，男友多半都会支持女友做美容，甚至为她购买美容疗程，朋友圈子里的情侣也很可能成为这家美容院的新顾客。

[活动内容]：

1、提前与电影院联系，团购低峰时段的电影票;

2、活动期间开任意疗程卡者前20名可领取情人节电影票两张，并同时获得玫瑰花一枝及情人梅一包。

主题：零开发方案

[宣传方式] 突出“11”元消费不计成本的体验价，突出“限时”体验的紧迫感;除了横幅、海报、dm单的宣传方式外，美容师的推介和顾客之间的口碑传播更重要。

[活动内容]

1、活动当天所有持“11元抵扣券”的顾客均可支付11元钱享受美容院指定的护理项目;

2、凡来不及当天享受护理的顾客，可排队预约，并交付定金(有些准顾客可能会在美容师的引导下选择本次活动以外的、不提供优惠的护理);

3、所有参与本次活动，并已登记在册的顾客均可获得美容院准备的洗手液、餐巾纸等实用小礼品;注意留下顾客的详细资料;

4、为了使活动取得更好的效果，可提前电话邀约原有的会员和意向会员、陌生女性来参加活动;

5、活动当天，一定要派专人连续发放dm单;

6、活动当天可适当布置一下美容院门口，热闹一点，有条件的还可以准备“限时抢购”活动，准备一些低成本的日化用品，请在场的女性参加;这些顾客很可能产生不了消费，但可以为当天的活动营造气氛;因此，美容院可自行控制成本。

主题：搭配时装色彩，塑造魅力女人

[宣传方式] 仅看这个标题，就能让女性为之动容，当顾客奔这个主题前来参加活动的时候，关于时尚、色彩、魅力等新潮的话题可不能令她们失望，她们更愿意为美容院做正面的免费宣传方式，并且会期待下一次精彩的活动。

[活动内容]

1、举办色彩搭配知识讲座，活动内容包括时装、生活妆等;

2、请美容院高端顾客中打扮入时、喜欢化妆的女性作为客座嘉宾与大家分享心得，她们会十分乐意配合的;

3、建议用小型“沙龙”等时髦、休闲的方式举办这样的活动，使更多的顾客愿意参与进来，踊跃交流。

主题：11靓佳丽，幸福全家人

[活动描述] 在美容院做美容，送放大的全家福照片一张，促使顾客家人对她所消费的这家美容院产生认同感。

[活动目的] 伸延服务，促进再消费

[宣传方式] 扩大美容院在顾客心目中的影响力，使以家庭为单位的更多社会群体产生对美容院的善意回馈;这样的宣传方式不但能取得经济效益，更能获得一定的社会效益。

[活动内容]

1、在本店消费到一定金额的顾客，均可获得本店赠送的由摄影中心提供的全家福免费照一张(无底片);

2、提前与摄影中心达成协议，在顾客的全家福上印制美容院的名称或祝福语;

3、通过这样的活动创造温馨，并取得顾客家人对其消费的支持，挖掘社会资源;

4、附《合作协议》样稿。

[效果评估]这个活动能使顾客转移注意力，从高度关注美容效果、服务质量转移到家人身上去。虽然，未必有100%的顾客看重这样的馈赠，但只要美容师适当地加以引导，大多数顾客会变得更加配合美容院。这样一来，活动目的已经达到了一半，接下来就要依靠耐心的执行去完成了。

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