

影楼化妆活动方案(大全8篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

影楼化妆活动方案篇一

活动主题：

月下人美，中秋佳节□x化妆品店和您不见不散

活动地点□xx化妆品店

活动日期：9月15日到9月17日

活动目的：在中秋佳节优惠促销，刺激顾客消费欲望，以提高化妆品店的销售业绩。

- 1、在中秋节的前半个月，去附近的社区，派送传单。
- 2、如果是大型的连锁店，还能够去当地的报刊和杂志上做宣传，提前造势。
- 3、制作中秋宣传海报，经过展板的形式宣传。
- 4、利用微信、微博、信息和电话等方式，将中秋促销信息派送出去。

1、联合促销——买一“送二”

联合促销是化妆品店销售中出奇制胜的一种方式。在中秋当

天，化妆品店能够和月饼商家合作，享联袂出演销售的高潮。方法其实很简单，就是在活动当天，推出“买x化妆品送月饼”活动，只要在当天消费的满x元的顾客，都能够获得一张vip体验券和一份精美的月饼。而月饼商家，能够采用相同的方式，向消费者赠送该化妆品店的优惠券，以到达相互推销的目的。

2、折扣促销——全场8、5折

折扣促销是化妆品店销售中见效最快的一种方式。在中秋活动当天，能够将所有彩妆、护肤产品或者店内特色项目，以“全场8、5折”的方式，给顾客足够的优惠。虽然折扣促销，会减少化妆品店的利润，可是却很容易赢得顾客的好感，从而留住更多的顾客。

3、活动促销——中秋佳人活动

“月下美人”的活动，要侧重对顾客的服务，以此为前提，进行合理的`促销方法，这样才能赢得顾客的芳心。所以，在节日当天，能够开展一些顾客喜爱的活动，譬如中秋佳人的活动。将化妆品店装扮的诗情画意的一点，然后邀请化妆品店的顾客过来尝月饼，一齐赏月。

1、中秋佳日，情系x化妆品店

2、中秋之日，免费化妆、面膜等，全场八折

3、中秋合家欢，佳日大献礼

影楼化妆活动方案篇二

(一)原因：

应对竞争

在同类产品中，免费样品的赠送已经很普遍了。鉴于此种情况，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。

新品试用

李医生一直致力与研发新的产品来呵护消费者的肌肤，所以，可以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可以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：

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

地点：长沙市大型的有李医生产品出售的超市(沃尔玛、家乐福、新一佳)和各专卖店，其中超市地点具体为专柜附近区域。

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(等能证明购买李医生产品的凭证)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□其中后两项可以不进行填写)。人员：每个超市卖点派一人，专卖店则为店员执行。

步骤：

(1)、促销员到位，准备活动。

(2)、消费者购买李医生产品。

(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。

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

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。

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。但对于那些购买李医生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。但是，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。

影楼化妆活动方案篇三

喜迎奥运新春献礼幸运100%金钱一把抓三重惊喜大奉送

二，活动时间：1月1日-----202月1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顾客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：顾客单手进行抓金，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：

1：凡活动期间持某某品牌系列化妆品空瓶，均可在店内或商

场柜台进行相应的产品兑换，

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元的顾客，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，届时可以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。

[化妆品活动方案模板]

影楼化妆活动方案篇四

推广品牌 促销产品

通过四场主题不同的街头宣传推广活动,提升品牌形象,扩大

产品知名度, 促进产品销售。

耀眼美丽 花漾春容 — 街头美丽大变身活动

宠爱自己从现在开始 — 趣味互动小游戏

快乐美丽与你同在 — “人形卡通” 美白操

美丽春季 清新佳人 — 小型模特街头秀

第一场 耀眼美丽 花漾春容

— 街头美丽大变身活动

专业美容化妆师为大家作现场护肤及彩妆演示, 介绍产品、推广品牌。可以聘请专业模特或为现场购买产品的顾客免费护肤及彩妆设计, 将完成后的顾客新形象用“即拍即影”相机拍摄后送给本人, 留下美丽瞬间。

具体安排:

- 1、前期工作
- 2、聘请专业美容师、一至两名专业模特及活动主持人
- 3、会场布置
- 4、按活动方案进行主体活动
- 5、对顾客资料进行登记及回访工作

第二场 宠爱自己从现在开始

— 趣味互动小游戏

制作游戏道具（如大型产品标志转盘），凡购买产品的现场顾客都可参加投掷飞镖，即可获得相应产品。

或进行其它趣味小游戏，穿插产品知识介绍及品牌推广活动，寓“商机”于“娱乐”环节。

具体安排：

- 1、前期工作
- 2、制作活动道具
- 3、会场布置
- 4、按活动方案进行主体活动
- 5、对顾客资料进行登记及回访工作

第三场 快乐美丽与你同在

— “人形卡通”美白操

设计卡通形象“美白宝宝”，街头派发汽球及宣传单页，教大家跳蕴含产品名称或产品知识的自创“美白”操，奖励参与性高的观众及顾客，借机推广促销产品。

具体安排：

- 1、前期工作
- 2、美白操培训
- 3、会场布置
- 4、按活动方案进行主体活动

5、对顾客资料进行登记及回访工作

第四场 美丽春季 清新佳人

—小型街头秀

模特走秀活动与产品推广活动穿插进行

具体安排：

- 1、前期工作
- 2、模特聘用及秀场搭建
- 3、模特走场、音响及现场效果测试
- 4、按活动方案进行主体活动
- 5、对顾客资料进行登记及回访工作

集中进行促销活动,可以制造销售热点,吸引目标消费者的强烈关注,通过直接的促销手段,达成可观的销售业绩。

影楼化妆活动方案篇五

店铺装修要让买家体验到大促的气氛,用户通过双十二活动页面进来,假如没有感受到活动氛围的话,体验会变差。因此,装修是很重要的。

装修页面包括——

首页：主推轮播大图上加活动文案，突出卖点。

店招：可以把店铺明星产品放到店招上，获得更多的展现，引导客户进入明星产品页面，促成成交。

商品主图：适当优化商品主图，可加一些活动文案。

详情页：详情页关联推荐主推商品(关联产品不要太多推荐，3-6款即可)。

侧栏：侧栏位置当然也不能放过，明星产品要做banner挂上关联。

心选：建议设置自定义，放主推款，标题加促销文案。展示产品按照店铺宝贝流量排行进行筛选，不会看排行的可以在量子里查看被访问宝贝排行，选择7天或30天，这样可以获得更多的展现。

手机页面包括——

首页：主推轮播大图，放在最上位置，加促销文案。

店招：换成活动背景，渲染活动氛围。

大促页面：有能力的话可以做一个，然后在自定义菜单中放入口。

关联推荐：设置手动推荐，前三个设置主推款。后面根据宝贝的流量自行匹配。

2. 价格调整

价格方面，直接降价当然是极好的，但是活动以后会显示降价的成交金额。我一般的做法是做店铺优惠券，或者商品优惠券，这样成交的价格还是显示折扣价。

可以在活动当天稍等调低价格，让收藏和加购物车的客户收到信息，可以促进客户成交。前期通知不要说明降价，只发优惠券，活动当天再发临时决定通知再降价格。

3. 客户通知(活动推广)

关键一步，活动的做得成不成功，关键看你通知了多少人。对于大型活动，要提前预热。首先是老客户，老客户在店铺后台都有资料，可以通过发短信、邮件等方式进行通知，会员关系管理里面还可以直接发优惠券。活动前一个月，可以在发货的包裹中放活动宣传单。

自己有外部资源的店铺，活动前一个礼拜就要开始做活动推广，微博、微淘、微信，所有资源都要开始做活动预热，策划好推广文案。店铺还要做好承接页面，承接外部流量，引导客户收藏和优惠券领取。

4. 客服话术

活动时候的话术要精心策划，不仅要抓好活动款，更好抓好关联款(一般流量款的利润都比较低)。客户成交以后，可以适当推荐关联产品(建议推荐的关联产品为能和成交产品搭配的款)，客户成交以后心态都比较好，成交可能性更大。因为这时已经建立了信任，有需要的话不在乎再买一件的。

催付话术也要精心策划一下，对于拍下没付款的客户，要进行回访催付，先详细了解下未支付的原因。如果是因为价格问题，适当沟通无果后可以在成本控制内做出让步。咨询后没下单的客户，则引导收藏，尽量让每一个流量都发挥最大价值。

5. 发货与售后

发货速度一定要跟上，如果发货延迟要提前通知。有条件的店铺可以选择一些主流快递，提升客户体验。

售后问题：出现售后问题时，客户前来咨询要先问清楚情况，先用话术打消客户的顾虑(比如免费退换之类的话术)，然后

再进行沟通，只要你能给客户一个他可以接受的理由，一般不会退货的。切记，不要让客户觉得你在推脱责任，不然差评退货统统逃不掉。

影楼化妆活动方案篇六

1、季节性促销，如夏季产品的热卖，一般是面膜贴，花露水，防晒霜，清爽的乳液和润肤水类，香水和清香剂类，消杀类，儿童沐浴润肤类等。

2、清仓促销、夏季清仓，季中清仓，反季清仓。比如，针对压库较多的品牌做促销针对某一品牌做套盒低价或者买赠促销。

1. 礼品促销。

2. 买送礼品惠赠促销、买一送一，买多送一，送红包，送积分，买多送多。

1. 利用事实热点促销，比如神九飞天。

2. 明星促销，利用娱乐明星吸引。

3. 依附式促销，奥运会赞助商，双十一活动促销。

1. 指定产品促销，比如买古蓝朵眼霜送古蓝朵芦荟胶。

2. 加一元多一件，比如古蓝朵无添加润肤乳加一元多送一款指定，产品。

1. 品牌型促销。

2. 榜单排名式促销比如古蓝朵蓝金丝肽素蝉联全国眼部品牌销售冠军

3. 口碑式促销，邀请返利，好评有礼好评返利比如采取见证营销模式促销邀请到的见证人要给与适当的奖励。

4. 承诺式促销邀请有礼品，买了保证不后悔，保证一个月内见效果。

5. 故事性促销、她离开以后。

6. 服务性促销、帮你制定减肥计划，帮你检测肌肤症状。包邮，以旧换新。

1. 视觉冲击力促销。

2. 模糊式销售，便宜卖。

3. 稀缺性促销、国内唯一代理，绝版促销，机不可失失不再来。

4. 通告式促销，设定预售日。

5. 反促销式促销，比如，高价促销。原价销售坚决不打折。

6. 悬念式促销，不标价，猜价格。

1. 主题促销。

2. 联动促销，比如和服装店联合和金店和婚纱摄影联动促销。

3. 联合促销，不同品牌的联合活动。

4. 公益性活动促销。

5. 首发仪式促销。

1. 限时，比如秒杀，今日有效。

2. 限量，限量销售。
3. 阶梯式促销，第一天7折第二天8折第三天9折，早买早便宜。
4. 单品促销，只做一款。

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。

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。

1. 节日，三八五一。

2. 纪念日，店庆，生日。

3. 特定周期，每周二，每个月一天半价。

4. 会员式促销，满就送会员卡，会员日，会员特价。

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。

4. 引用案例额，某客户用了古蓝朵眼霜黑眼圈很快就没了。

1. 满额送。

2. 特价。

3. 统一价，比如全场10元。

1. 互动式促销，签约有礼收藏有礼。

2. 抽奖式促销

3. 优惠券促销，现金券，低价券优惠券。

1. 搭配促销，买一款古蓝朵霜配一款水半价。

2. 捆绑式，买古蓝朵面奶送一芦荟胶，加一元送一件。

3. 连贯式、首次购买全价，第二次购买两件半价。

注意促销现场的妆扮氛围的渲染，促销商品和促销人员等的全面安排，注意服务热情礼貌周到。

针对特定的环境和主题设计不同的吸引人的活动。

影楼化妆活动方案篇七

一、活动主题：迎接五一

二，活动时间：4月26日-----205月5日

三：活动资料

(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顾客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, 每块糖块上头均粘有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《十分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: 顾客单手进行抓金, 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:

1: 凡活动期间持某某品牌系列化妆品空瓶, 均可在店内或商场柜台进行相应的产品兑换,

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元的顾客，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，或者节假日异常优惠回馈顾客。

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，容易引起顾客的不信任。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：顾客买婷美洗发水200ml送(同类型)婷美沐浴露60ml□

优点：促进顾客的购买欲望。

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必须要具有吸引力，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顾客换购，换购需满足必须条件，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，二是购满必须金额可优惠价换购指定产品。

例如：顾客购物满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，刺激顾客消费。“换购”顾客的理解力很高，还可博得“价格便宜”的口碑。

缺点：换购的产品要有吸引力，是顾客确实需要的东西。力度越大，效果越明显。若换购产品顾客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一样商品。

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：刺激顾客购买产品。加一元多一件，加1元送的东西对顾客要有吸引力，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，在活动中顾客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。该券能够当场抵用或第二次购物抵用，该券不兑换现金不设找赎。

优点：刺激顾客消费，提升销售额，能够提高客单价，能增加顾客购物的额外惊喜，可使用顾客重复购买。

缺点：影响正常毛利。券的使用一般设有限制，会导致部分顾客不满，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，能够调动顾客参与兴趣，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齐抽奖等方法。

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，满足顾客“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，顾客信任度不高。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。该刮奖设置若干个奖项。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，顾客信任度高，增加顾客的购物乐趣。且操作简单，这种形式顾客乐意理解。

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齐，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齐销售。

优点：能够刺激商品销售，提高客单价。

九、限时抢购

“限时抢购”指在指定时间以异常优惠价钱售卖商品。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，要根据店自身的情景选择时间段。

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，不能满足顾客需求，可能导致顾客不满。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”指顾客消费满必须金额可送(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，也是顾客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顾客二次购买。

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，会导致部分顾客不满。

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：每一天开店前1小时到店顾客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境。

缺点：赠送的东西一般价值较小，对顾客吸引不大。

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，异常是借助报纸或杂志，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，能够刺激顾客多购买同样的产品，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。

影楼化妆活动方案篇八

这个生意不温不火的季节，终于迎来了一个不大不小的节日——七夕！这个中国式的情人节，不少化妆品连锁店已经开始提前预热。虽不能说没有活动就没有销售，但至少没有活动就很难有关注度。促销活动理由有很多种，例如法定假期、各类节日、以及店庆之类的时间都是很好的活动理由，而七夕正是一个“趁爱打劫”的好日子，化妆品连锁店当然不容错过。

七夕互动游戏

活动时间：3月1日-3月7日

活动内容：

1、活动期间顾客单日累计消费满300元即可至活动地点参与活动。

2、凭单张收银小票每人限参加一次。奖品数量有限，送完即止。

三个闯关模式：

a□心有灵犀一点通，两人作战，一个笔画一个猜，笔画的那个人只能通过身体语言来提示猜的那个人题板上的词语，答对则晋级下一关。

b□一个人在一分钟之内写出自己最爱吃的菜，另一个人也在一分钟之内写出对方最爱吃的菜，最少写8个。回答6个及以上则晋级下一关。

3、情歌对唱，获得掌声着则获胜。

活动时间：3月1日-3月7日

活动内容：七夕节当天，情侣在化妆品连锁店内分组举行男友给女友化妆比赛，最终妆容由嘉宾顾客评分，分数最高组得相应奖品。

奖品：

第一关：玫瑰两支。

第二关：电影票2张。

第三关：指定化妆品一套。

“甜蜜玫瑰之约”

3月08日-3月15日

情侣顾客店任意消费即可领取玫瑰一支。

活动时间：3月08日-3月15日

活动方式□vip顾客单日累计消费满520元送情侣抱枕一对（40元以内）凭收银小票即可领取每日限领50份，送完即止。普通顾客单日累计消费累计满520元送情侣对杯一套（玻璃套装为主30元以内）凭收银小票即可领取，每日限领50份，送完即止。

活动时间：3月8日-3月15日

活动内容：活动期间□xx化妆品连锁店全部消费满377元立减77元（礼券、礼卡除外）。

恩爱秀出来·约会我买单

3月15日-3月20日

活动方式：成功关注xx化妆品连锁分店官方微信，参与回复“恩爱秀出来·约会我买单”秀出你的恩爱合照以及在我店购物心愿，即有机会获得免单权。每六周随机抽取2名幸运观众获得半价权。

活动时间：3月15日-3月20日

活动内容：爱在七夕，只要您大声说出您对爱人的情话，并将与爱人的甜蜜合影发到xx店微信，即可获得情侣杯一套，我们将在每日活动后公布结果(每日限5名)。

活动期间参加现场摇一摇，就有机会获得神秘大礼包(共摇5次)，每日限1名。