

# 最新理发店活动方案广告词 理发店活动方案(模板10篇)

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。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 理发店活动方案广告词篇一

随着一些节假日的到来，各大美发店也都忙碌起来，纷纷搞起活动，吸引顾客。今天我们就来看看如何在路边搞促销活动吧！下面是小编为大家整理的最新美发店活动方案，希望对您有用！

前期的准备：

1. 促销活动为谁服务，要达到什么目的。
2. 明确为什么要搞促销活动。
3. 活动的地点、时间、开展什么样的活动。
4. 对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

- 1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志(可以用丝印或贴不干贴)，椅子3、4把。
- 2、需配备拉网展架或x展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。

3、路边促销中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行检查，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。

4、路边促销中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。

5、路边促销针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。

6、路边促销活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

1：一至两名商务人员(商务人员必须对产品和活动有一定的经验)，加带2-4名促销小姐(a□一般为年轻女性，身高一般在162cm以上青春女性为佳)。

2：商务人员一律得统一着装(一般是深色的西服，白色衬衣，深色皮鞋，胸卡)；促销小姐穿着由发廊统一的促销服(注意：鞋须穿深色高跟皮鞋，一定要带公司统一的天使帽)。

3：活动前必须针对促销人员进行岗前培训(培训内容包括：促销目的、促销人员站位、促销相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束后清场事宜)。

活动的申报

这是必须的程序，区域活动一定要得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1. 活动方案：背景分析；活动目的；活动时间、地点、活动人、主持形式、内容；活动操作控制；应急措施等。

2. 费用：活动所需的，预算以内的费用。

### 3. 小区活动

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明：活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时，认识发廊品牌，了解美发产品；活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

### c□活动的开展

1. 活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与促销人员之间的互动性。

2. 注意资料发送的对象(有部分可能是对手发廊情报人员)及其重点对象。

3. 注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

### d□活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的总结，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

#### 一. 了解活动对象

要了解活动方案要针对什么？是针对美发店的人气，还是高端

消费群体、还是火爆营业气氛，都必须要了解清楚，有目的进行策划活动。如需要人气，美发店可以做一系列的户外宣传，来提升专业美发店在当地的知名度；如果是高端消费群体，美发店可以邀请策划公司协助做一些派对或引进一些卖点足、品质高的项目促销；如果是火爆气氛，那美发店可以举办一场大型的免费抽奖活动或限时超低价美发优惠活动。

二. 了解美发店周围环境：

三. 活动的目的明确，思路明晰：

活动目的’在策划方案中必须清晰，让美发店所有员工能够瞬间了解这个活动的意义，这个活动能够为为美发店以及员工解决什么问题，同时又能为美发店附带些什么样的效益。

四. 美发店策划的执行、分工：

美发店活动主要分为大、中、小型活动，大型的活动一般很少见，涉及到很多方面的事情，所以专业美发店都会以中型活动为主。大型活动一比如与周边的商场共同举办一场顾客狂欢晚会，拉近顾客与专业美发店的距离；中型活动一义剪、艺剪等，增加美发店的人气营销氛围；小型活动—xx项目体验活动，推广新项目、染烫送护理等等。

但无论是大型活动还是中型活动，都要将活动细节化，操作简单化，分工明细化。方案中特别要详细的提到如何分工执行方案，员工培训谁负责，现场推销协助谁负责、员工激励方案等等，以上又如何执行都要清清楚楚的列出来。

五. 美发店活动的投资与回报

这一点是美发店业主比较敏感的区域，譬如说，这次活动美发店要投3000元进去，那是否可以给美发店赚回3000元。美发店活动不比商场的活动，不比促销活动，美发店活动是持

续性的。美发店3000元投进去了，不一定能马上得到3000元的回报，而是体现在将这3000元转化成了什么效果。比如将这3000元转化为美发店的客流量，转化为美发店的整体气氛。

## 六. 时间的选择:

很多店都只选择过节时做活动，不错，这个时间段是很好，其他行业大都放假了，来做头发的也多了。可是这样局限性就很大的。特别是在淡季的时候，就需要做一些活动来增加人气(注：只是为了在淡季吸引客户，所以活动可以不必像过节那样搞很大)。这样一来，店里的人气就会得到提升，生意自然会有所提高了。

在节假日可以开展活动，譬如十月一日。10月1日是伟大祖国成立周年的大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期间包月卡打9折，包季卡8.5折，并送4次治疗，包半年卡7.5折，并送8次治疗，包年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购买产品全年打6.5折。

### “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。据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错。加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的内容记忆深刻。而且建议在理发店管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增添了美发店的档次。

## 中百万大奖促销

人人都想中奖，而且是中得越多越好。特别是女性，对中奖的欲望更强烈。在此，我们把人们的中奖欲望用于我们理发店当中。在北京有一家就是成功的抓住了这点，他的操作方法很简单，每当顾客在我们美容美发店消费20元。则赠送顾客一注价值2元的体育彩票。依此类推，顾客消费每增加20元，则多加一注。有一次，有一位顾客在这家理发店消费了300元，这家理发店老板当场就给这位顾客买了15注体育彩票，结果，这位顾客中了二等奖，奖金为14780元。该顾客中奖后，消息迅速地传遍了方圆2公里。从此，来这家美容美发店的顾客也就越来越多了。

理发店活动方案准备工作？

### step1□对顾客进行详细的分类

一般来说，没有兴趣的顾客对于美容院发传单宣传很是反感，因为其一在于美容美发店盲目的宣传根本没有把理发店的特色体现出来，其二在于有些发传单的人是为了应付工作，随便几张一起塞进顾客手中，这种被迫接受会令顾客对美容美发店的印象大打折扣。对于进店消费的顾客，要根据顾客的消费习惯和消费能力进行不同的分类，针对不同人群推出不同套餐，会达到事半功倍的效果。如针对学生可以推出校园卡套餐，针对周围居民可以推出居民优惠套餐，而针对白领等可以推出高档套餐。随着时代愈来愈趋向个性化的消费，开店的人更需要与时俱进。有针对性的宣传和服务才是招揽顾客的关键。

### step2□给自己一个明确的定位

理发店老板在开店之前应该有一个明确的定位，究竟是坐等收钱还是投入在理发店的经营中去，做老板并不是一味地依靠员工，而是有自己的一套管理体系，让员工信服。首先老

板应以身作则，招揽顾客，在保证客流量的同时还可以带动员工的积极性，看谁的业务完成的高，调动员工的积极性和责任感。

## 理发店活动方案广告词篇二

新春感恩回馈大行动

新年新发型好礼送不停超值行动火热进行中

xx年x月x日——xx年x月x日

提高客流量，增加烫染业绩，提高店面知名度

1. 对于美发店：短时间内为店面带来很多新顾客，也让很多潜在消费者知道自己的店面，通过优惠券实在的. 优惠内容，增加他们来店消费的欲望，从而发掘一大批来店消费的新顾客。更可以通过本次促销活动，改变店铺原有一些项目消费金额少或消费顾客少的情况，强势带动店铺的整体项目消费的提升，并有效留住老顾客。
2. 对于员工：优惠券里包含洗护及美发的优惠项目，大量的客源可为员工带来提成的增高，使员工过一个丰厚的新年。顾客也为员工带来很多的操作机会，大大提高员工在专业技术，增加员工的凝聚力，也有利于店面发型的宣传推广。
3. 对于顾客：实实在在享受到优惠，满足顾客在节前打扮、改变形象的欲望。

派发优惠券

3. 派发办法：

a)由分店主管带领员工，大量派发，监督员工派发数量和质量。

b)外聘派单人员，由店内派专人监督派单质量

4.各连锁机构在接到开展优惠酬宾活动通知后，如果能开会讨论活动具体实施细则，成立活动小组，逐项落实、责任到人，活动效果会更好。

5.活动小组负责人要亲自监督优惠活动《宣传单页》的发放情况，并提前面向下属做好现场推销环节有关培训。

6.所有目标人群、附近商铺

7.员工提成：

b)建议按员工产值计算，烫染护券可按优惠券面值计算(如烫发优惠券现价99元，

发型师和技师产值以99元计算)

8.统计方法：每券上均附有号码，顾客持券来店消费，须把该券与水单钉在一起，活动结束后统计出持券消费的顾客数量，从而计算出本次活动为分店带来了多少新顾客。9.派发话术：您好□xx店送50元给您!(如果对方有兴趣，可进一步介绍：我们xx店新年优惠活动，撕下优惠券做头发便宜很多的，我们店在xxx地方，1月31号前才有这种优惠哦，你赶快来吧!)10.活动布置：

注：场地有条件的分店可在门口放置升空气球、充气拱门、飘星等。11..广告布置：

(1).门头拉新年庆横幅



(2). 门口放新年庆x展架或张贴海报

(3). 门口用新年庆气球布置出浓厚的节日气氛

(4). 门口或显眼位置设立促销台，上面摆放新年庆礼品。旁边放置x展架。

(5). 员工穿着整齐工衣，佩带工牌，发型要求是店面最新发型，咨客或迎宾须佩带新年庆绶带。

(6). 收银台布置参考门口布置，并放一个a4大小的海报。

(7). 烫染剪发区张贴新年原创发型，天花悬吊周年庆促销吊旗

(8). 洗护区张贴新年庆海报

## 12. 促销效果分析

假设店面印刷1万份宣传单，每张宣传单含20张优惠券，则优惠券共发出20万张，按20/80法则计算，预计10%的优惠券吸引顾客使用一次，则为店铺直接带来2万次顾客消费次数，其中每个顾客持续使用优惠券假设为10次，则本次促销活动直接派单带来的新客以及新客转介绍的客人总计达到20xx个。

(1) 活动期内预计新增顾客□20xx个 (2) 活动直接销售业绩：40万元

假设顾客的单次消费按20元计算，则：2万次×20元/次=40万元

(3) 活动新增的20xx个顾客一年内为店铺增加的销售业绩：184万

b□假设10%顾客一年在店铺消费20xx元，则□ $10\% \times 20xx$ 人 $\times 20xx$ 元/人=40万  
c□假设80%顾客一年在店铺消费400元，则：

$80\% \times 20xx$ 人 $\times 400$ 元/人=64万

由于活动优惠政策的刺激，按20/80法则计算，则老顾客在本次活动中产生的销售业绩为：

还有更多更多的好处.....

### 13. 促销预算

(6) 广告吊旗：20米 $\times$ 20元/米=400元

### 14. 优惠券说明：

(1) 正面所赠的300元现金券，为烫染现金券，50元/张，共送6张。(300元的优惠券可以联盟周边商家联合促销，购买店面的现金券。如影楼拍摄婚纱照满3800元，送300元尚艺的现金券)

(2) 正面右下角的50元现金券，有效日期为3月31日，目的为年后顾客还能使用该券，锁住顾客烫染项目。

(3) 背面的撕券，有效期的设置有2种选择：

a□全部有效期为1月31日：顾客必须在节前来消费，短时间迅速提升客流量，但节后业绩不能保障。

b□上2行有效期为1月31日，下2行有效期为3月31日：让顾客能在节后也能享受优惠，套住一部分节后客源。

(4) 背面的撕券，价格可以修改：如果该店的洗头客较少，洗

头凭券只需5元甚至

可以调整为1元洗头(但时间应缩短)，短时间内为店铺带来海量的顾客;如果剪发客少，剪发凭券只需15元;如果护理客较少，护理凭券只需38元;如果烫染客较少，烫或染凭券只需68元，甚至更低的价格，为该项目带来更多的顾客体验。

## 理发店活动方案广告词篇三

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有理发使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

有这样一句话，有运动怕运动，没运动想运动，充分利用人们热爱热闹需要情感宣泄的心理，把活动搞的热闹，有气氛，让消费者有大众心理，活动促销是理发店促销的趋势。可从消费者喜欢听的，有兴趣想了解的生活课题，加入幽默，笑话，小品，故事以活跃现场气氛，同时增进交流或交新朋友。活动促销中将活动人员名单详细资料收集整理如库，赠送名录，每人一份，还可附上合影照片。

活动结束后可进行摸奖促销，也可在理发店特定时段，做摸奖促销活动或趣味有奖，可在理发店设抽奖处，客人每次消费后根据消费金额，通过自己摸奖来获得相应等级的奖品。如产品或洗头等。

主要是想通过客人的嘴来传播工具，此法效果好，影响大。通过给顾客满意程度调表，再结合客人的实际伏质改善情况来评选最佳，并给予奖励。

[三保五保]如保质，保量，保中奖，保功效等与服务质量有关内容，可将[三保]招牌形式置于店内和店外，主打质量服务这张招牌。结合投诉促销，真正推行服务促销。以消除客人对理发效果的疑路，增强消费信心。

设定贵宾名额，为进入这些名额而定门槛，是有机会的和重要顾客可加入此荣誉奖，作为一种感情的促销，除尊贵或兼任理发顾问外，还可用其特形式，如称终生会员。

利用电脑，手机等发短信息客户嘘寒问暖。送爱心，问候，同时可发送相关的促销活动信息。

## 理发店活动方案广告词篇四

活动主题：

庆祝国庆，时尚烫染，大礼包。

活动目的：

1. 针对五一的烫染顾客和8，9月剪发顾客的回笼，并为与打好元旦，圣诞作基础，稳定业绩。
2. 针对五一顾客回笼，并控制顾客的消费周期
3. 为脱离同行商圈的高争压力，造就更稳定而成长的业绩。
4. 帮助员工造势，创造客数，产生不断的烫染客户。
5. 使我们掌握和控制客人的消费周期。
6. 让员工认识到，唯有会员卡的保护，才有真正的指定客人重复消费，固稳业绩。
7. 激励员工，使全体员工都能增加凝聚力，建立团队精神，创造个人和团队高业绩。
8. 使员工和客人都拥有一颗感恩的心。活动日期：自定员工主推：烫发，代金卷，会员卡

活动内容：

1. 烫发，护发一律3.2——4.2折，吸引顾客，创造大量烫发客群。

2. 内部设立烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价业绩。

(1) 水能高弹理疗烫

a□烫发+天然醋疗精华原价现价

b□烫发+染发原价现价

c□染发+天然醋疗精华原价现价

d□烫发+染发+天然醋疗精华原价现价

(2) 凡单项满——元，均送一张价值——元的母亲感恩卡，可以任意消费

(3) 母亲感恩储值卡原价228元现价100元，可任意消费

(4) 凡购买倒膜一套原价元再送元的储值卡一张

3. 凡烫发顾客在当日护发一律同价免费。

4. (1) 剪发卡优惠办卡大活动

(2) 洗剪吹三次特价元，并赠送价值元的倒膜1次

(3) 凡在当日购买贵宾卡的客人，可免当日消费

例：贵宾卡元送倒膜元

(4) 凡做烫发套餐的顾客，可购买烫发，只需花元  
(不含洗剪吹，有效期至月日) 顾客的利益。

1. 认识好的产品是由专业人员来操作完成的。
2. 令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。
3. 令顾客安心，信心满意的服务。
4. 超值价值，超值服务。

活动前置要点：

1. 促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。
2. 对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。
3. 店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。
4. 最新流行图片收集是否以全。
5. 顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。
6. 预约卷发放区和分配是否划分清楚。
7. 发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。
8. 发型师的图片手册
- 9.a. 现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫染护客人，让烫染护客人如何变为高单客户。

b.商圈拜访话术

c.预约单发放话术

d.顾客电话问候话术

e.烫染技术训练

f.8款——10款剪烫发型培训

a.红条幅

b.贴纸宣传背胶

c.海报

d.顾客电话联络

e.精神动员早会，提前营造时间1个小时  
f.每天早晚会检讨前1日营业状况

11. 任务奖励方式

(1) 发型师套餐比赛

(2) 推卡比赛

(3) 总业绩及单项业绩最高

(4) 助理套餐比赛

(5) 助理推卡比赛

## 理发店活动方案广告词篇五

又是新年到，各大商家促销忙。

促销作为传统营销理论的四个支柱之一，其重要性也被发廊深刻认识，而且已经成为发廊运用最广泛的营销手段。消费者随时都会被促销信息包围，在很多时候走进发廊，都可以看到悬挂的促销招贴画。“搞促销”已经成为中国发廊在经营中使用最多的词语。但是大量的促销活动中，有哪些是真正必须开展的，有多少资源被浪费了，就很难说清楚了。

下面是十一活动方案，您可以选择其中之一的方案，参考一下。

如果顾客在本店消费达到一定水平(具体情况自己定)，就有机会参加店里的抽奖活动，将会有机会获得大奖。比如说，如果他抽到一个纸条，上面写着“优惠”，那意味着，他有机会打八折。如果写着“礼品”，那他就有可能获得小礼物，这又自己店来定(比如小包装洗发水，小包装护理液等等)。

在新年节日间，必须设法让老客人带新客人来，这样，打折活动的推行才能生效。规定：客人带客人来店消费，每带一个客人，老客户可获取八折优惠券一张，免费洗头票一张。

在新年节日，很多消费者都想借这个机会来美丽一下自己。但是，通常情况下，稍有档次的美发店，只要动了剪刀都要花20元左右，消费者觉得不划算。

如果美发店在新年节日，打出广告“只要5元钱10分钟就能单剪一个刘海”。这样做可帮我们吸引不少新顾客。短短10多分钟，既能让顾客满意，又能体现发型师的技术水平。对美发店也是很好的宣传。



当然，前去消费的大多是附近写字楼的白领或者是相对中高档小区的消费者，她们看中的是快捷简便的服务。其中，不少前来剪过刘海的顾客，将会后来成了店里的常客。该举措还带动了染发、烫发、护理等项目。推出该促销活动前，某店本以此作为应付淡季的权宜之举，因市场反响不错，老板决定将此定为常设项目。

据悉，为适应上班族快节奏的生活，不少美发店推出了“10分钟极速剪发”服务。店内不设洗发、吹发、染发等服务，为顾客节省不少时间。

随着美发行业竞争日趋激烈，只有充分满足消费者的需求，推出人性化的服务才能赢得更多的市场。

美发店活动方案\_以上仅供参考，大家发挥自己的聪明才智，会做得更好的！

## 理发店活动方案广告词篇六

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有理发使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

### 3、活动联谊促销

有这样一句话，有运动怕运动，没运动想运动，充分利用人们热爱热闹需要情感宣泄的心理，把活动搞的热闹，有气氛，让消费者有大众心理，活动促销是理发店促销的趋势。可从消费者喜欢听的，有兴趣想了解的生活课题，加入幽默，笑话，小品，故事以活跃现场气氛，同时增进交流或交新朋友。活动促销中将活动人员名单详细资料收集整理如库，赠送名录，每人一份，还可附上合影照片。

活动结束后可进行摸奖促销，也可在理发店特定时段，做摸奖促销活动或趣味有奖，可在理发店设抽奖处，客人每次消费后根据消费金额，通过自己摸奖来获得相应等级的奖品。如产品或洗头等。

主要是想通过客人的嘴来传播工具，此法效果好，影响大。通过给顾客满意程度调表，再结合客人的实际伏质改善情况来评选最佳，并给予奖励。

[三保五保]如保质，保量，保中奖，保功效等与服务质量有关内容，可将[三保]招牌形式置于店内和店外，主打质量服务这张招牌。结合投诉促销，真正推行服务促销。以消除客人对理发效果的疑路，增强消费信心。

设定贵宾名额，为进入这些名额而定门槛，是有机会的和重要顾客可加入此荣誉奖，作为一种感情的促销，除尊贵或兼任理发顾问外，还可用其特形式，如称终生会员。

利用电脑，手机等发短信息客户嘘寒问暖。送爱心，问候，同时可发送相关的促销活动信息。

## 理发店活动方案广告词篇七

美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促美容美发店促销的基本原则是：确定全年的促销战略和实施战术，针对目标顾客群制订相应的促销方式，把握时机，以较低的促销成本赢得良好的经济和社会效应，从促销战略、促销战术、促销方式、促销对象、促销时间、到促销成效步步为赢，方能策划出高人一筹、出奇制胜的促销策略。玩转促销魔方，美容机构持续赢利指日可待，并能确立竞争对手无法模仿的竞争优势。

会员促销是最能体现长期效果的促销方式。

一般做法是：顾客只要交纳一定的会费，就可以成为会员，凭会员卡可在美容美发店定期的优惠活动、美容美发讲座沙龙、免费咨询、附加值服务等方面享受优惠。可以将会员制打造成真正意义的俱乐部形式，并编写会刊或报纸，与会员互动，营造成轻松、愉快、温馨、情感交流的场所。会员的成员资格期一般1-2年，期满后再接续交会费，延续会员资格。这些措施有利于培养长期顾客，稳定客源。

团体优惠是集中开拓客源、短时间内有效提高营业额的一种方法。

一般做法：针对某一单位、某一团体、某一小区举行活动为契机，鼓励消费者在一定时期内以团体入会或是集体消费方式获得超值优惠。

是会员制之深入做法，巧妙利用“传”销精神的一种推广方法。

一般做法：以返利作为诱因，设若干奖励，激励老顾客发展新会员，并以积分来核算老顾客的业绩。注意事项：做法要与传销区分开来，千万不要用传销中“下线”等名词，让人误会。

会前准备及邀约要细致周全，会议流程需根据美容美发店及准客户的实际情况量身策划，应突出美容院的历史和文化，员工风采展示环节不可或缺，精细策划的流程应包括：背景旁白、互动游戏、主办方及嘉宾致辞、娱乐节目表演、原创情感小品、产品情景剧、互动讲课、幸运抽奖、现场促销政策公布、特色促单形式等环节。李威提醒您：从某种意义上讲，终端会卖的不是产品和项目，而是好处和结果。如何塑造购买的“快乐”和不购买的“痛苦”、如何做到“不卖而卖”的氛围是终端促销联谊会成败的关键。

一般做法：双休日或是节假日在美容美发店的门口设制一个免费咨询处，做消费者的免费美容顾问，扩大美容美发店的知名度以达到促进消费的目的。

当消费者是忠实的顾客时，做美容美发项目消费到一定额度，免费参加幸运抽奖的促销手段是很受欢迎的。

一般做法：设定客户消费达一定额度后送抽奖卷，将可参加季度或是年度的抽奖活动，奖品可是较为贵重的实用产品、一次旅游的来回机票等。

利用目前流行的彩票和顾客的投机心理，免费让客人选号，由美容美发店投注，增加交流话题，拉近客情关系。也可根据客人的消费情况，给客人买类似于吉祥卡的保险来达到“关爱连心”的目的。

是体现服务人性化的一种方式。

一般做法：对于某些特定的客人，可派美发师、美容师上门服务，剪发或做专业护理疗程，也可借机带货上门销售产品。

从男人入手促销，“三·八”节或“十·一”、“五·一”、情人节推出“陪你太太做美容(或美发)”的宣传，母亲节、儿童节等可从儿童入手促销，在美容美发店附近的幼儿园，小学校做小孩的宣传，给小朋友一定礼物，如：文具等，再给一定的“漂亮妈妈”促销券。并定期做循环式引导。

**cis促销**：即形象促销，美容美发店要有自己完整的cis视觉形象，如美容院主题歌、企业诗，自编刊物等，并外聘策划顾问或成立自己的策划团队，以确定不同的活动方案及展示设计。大店可将自身的logo做成激光防伪标贴，贴到每一个单品上，将每一次厂家与代理商的促销都打上自己的烙印。

与附近某商场之化妆品专柜做促销，买日用发品或化妆品一

件，到美容美发店可享受打折优惠，用以区分日化与专业区别，体验专业服务的附加值。

## 理发店活动方案广告词篇八

1、活动主题□xx理发店与你共度五一节。

2、活动时间□xx年xx月xx日—xx日。

3、活动对象：所有的新老单身顾客。

活动目的：节当然要让单身顾客享受到理发店的温暖和热情，恰逢深秋季节，理发店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xx年五一节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台，也能为自身理发店带来更多的新朋友，提升理发店的销售业绩。

4、活动内容：

理发店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。

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，并且赠送理发店提供的护肤小样试用装一份。

5、活动注意事项。

做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

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。

## 理发店活动方案广告词篇九

在一些节日到来之时，理发店会举行一些活动，以提高理发店的人气。那么理发店的活动策划方案该怎么写呢？下面本站小编给大家介绍关于小型理发店活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

### 1、年龄段促销

### 2、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有理发使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

### 3、活动联谊促销

有这样一句话，有运动怕运动，没运动想运动，充分利用人们热爱热闹需要情感宣泄的心理，把活动搞的热闹，有气氛，让消费者有大众心理，活动促销是理发店促销的趋势。可从消费者喜欢听的，有兴趣想了解的生活课题，加入幽默，笑话，小品，故事以活跃现场气氛，同时增进交流或交新朋友。活动促销中将活动人员名单详细资料收集整理如库，赠送名录，每人一份，还可附上合影照片。

### 4、摸奖促销

活动结束后可进行摸奖促销，也可在理发店特定时段，做摸奖促销活动或趣味有奖，可在理发店设抽奖处，客人每次消费后根据消费金额，通过自己摸奖来获得相应等级的奖品。如产品或洗头等。

## 5、最佳客户/最佳效果/感觉最满意顾客促销

主要是想通过客人的嘴来传播工具，此法效果好，影响大。通过给顾客满意程度调表，再结合客人的实际优质服务改善情况来评选最佳，并给予奖励。

## 6、质量促销

[三保 五保]如保质，保量，保中奖，保功效等与服务质量有关内容，可将[三保]招牌形式置于店内和店外，主打优质服务这张招牌。结合投诉促销，真正推行服务促销。以消除客人对理发效果的疑路，增强消费信心。

## 7、理发顾问

设定贵宾名额，为进入这些名额而定门槛，是有机会的和重要顾客可加入此荣誉奖，作为一种感情的促销，除尊贵或兼任理发顾问外，还可用其特形式，如称终生会员。

## 8、问候促销

利用电脑，手机等发短信息客户嘘寒问暖。送爱心，问候，同时可发送相关的促销活动信息。

### 一、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有美容使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

### 二、专家讲课促销 该信息来源于138job美容招聘网

专家学者一般授课时一定要采取预先约定的形式，并事先预收押金，现场全额清还，一是显示讲课内容的珍贵，二是确

保参会人数，内容应深入浅出，同时注意互动，课程内容包括化妆品知识，妇女权益法讲座，结合近年新婚姻法，从关爱女性健康，维护女性权益角度出发来考路，并可由此展开讨论。还可以设现财投资，自我形象设计，快速化装，女性与性，相夫教子等女人话题。

### 三、买二赠一促销

买二送一，买大送小，购客装赠院装，购客装赠免费疗程，买美白赠面膜等等。

### 四、返点促销

消费者每做一个疗程可获其特护理为返点，返点最好是百分之十以上才有吸引力。

### 五、积分促销

为了提高顾客消费总额，而采取的一种方法，先订好一定积分限度，达到一定额后，会获赠其特物品，如产品，礼品，优惠待遇等。

### 六、命名促销

给美容院开展其特活动，要求客户命名，优胜者以资奖励。

### 七、标语促销

美容院通过悬挂标语，口号的方式促销，醒目而有渲染力。

### 八、找缺点促销

又称投诉促销，客户根据美容院实际情况进行服务，产品，管理等提建议，有建设性的以资奖励。



## 九、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费用低，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。

场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、美容生活馆。

## 十、派单促销-

美容院为了吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度而进行的一种发放美容院宣传单、体验单的一种促销手段。

运用方法：美容院需要印制一些有美容院形象的宣传单，派美容师在美容院附近，美容商圈内定点派单或将此单送到商圈住宅的顾客信箱内，以达到宣传美容院，促进顾客消费的目的。

特别提示：一般在派单上可印制美容院免费试做的项目，激发顾客的消费尝试欲望，促使顾客登门进行更多的咨询和服务需求。

场合对接：小、中型美容院，大型美容院开业期间适用。

# 理发店活动方案广告词篇十

活动主题：

粽粽情深，相约xx美发店

活动时间：

20xx年5月28日至5月30日

活动目的：

促进销售增长，并吸引新顾客群的注意力，培养顾客的忠诚度，同时塑造和提高品牌形象，提升美发店的知名度和美誉度。

活动内容：

1、在端午节期间，顾客进店消费满120元，可获得该店赠送的一份礼品，该礼品是价值66元的洗发水。

2、在活动期间，进店做发型的可享受5折的优惠，同时还可以得到店家为你准备的一份精美礼品。

3、美发店端午节那天举行幸运大抽奖，奖品如下：

消费满322元抽取时尚奖1张，奖品是免费做时下流行的发型。

消费满288元抽幸运奖10张，奖品应是价值300元的一套护发产品。

消费满166元抽取开心奖30张，奖品是可爱公仔一个。