

最新理发店十一月份活动方案(汇总8篇)

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。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

理发店十一月份活动方案篇一

活动时间□xx月xx日——xx月xx日

活动目的：

- 1、吸引新老顾客的目光，邀约顾客进店消费，提高理发店的业绩。
- 2、提高理发店的知名度，打开当地的消费市场。
- 3、树立良好的理发店形象，打市场好口碑。

活动内容：这次的活动以感恩为主题，面向众多的客户，所以活动内容中，一定要给予顾客足够的。优惠，让我们的顾客享受到实实在在的惠利。但是内容可以设计的不那么复杂，譬如在活动期间，免费赠送老顾客一张感恩卡，卡内有金额四百元，不限男女可以使用使用。但是有消费的前提，必须是烫染的项目消费总金额高达六百元的时候，才可以消费这张卡。一人仅限一张。

迎十一，庆国庆

活动目的

结合中秋节的活动热度，提高美发店的知名度，让美发店的活动热度更上一层楼，为美发店增加业绩。

活动内容

十一烫染护套餐活动：

基础款：指定烫发+染发+护理，套餐价仅需158元，并赠送50元代金券1张。

升级版：烫发+染发+护理，套餐价仅需228元，并赠送50元代金券1张。

终极版：烫发+染发+护理，套餐价仅需328元，并赠送50元代金券2张。

所有客人十一国庆期间，凡消费满100元，可获赠50元代金券。

十一国庆单项优惠活动：

活动期间美发店内部分单向项目有特价，指定烫发仅需48元，指定染发仅需48元，护理仅需38元，离子烫仅需78元，生化烫仅需78元，数码烫仅需78元。

十一国庆节活动：

活动期间，美发店洗剪吹仅需40元，洗剪吹+一次性造型仅需加15元。

活动期间，凡在昂的造型美发店烫染拉满68元，可以获赠昂的造型或护发产品一套。

客人活动期间单次消费满88元可以返利38元，消费满100元可以减50元。

活动期间，进店的每一位客人可以获得免费设计刘海造型的机会。

活动宣传

国庆的美发店活动虽然有中秋活动的热度打底，但是，老板依旧不能忽视活动宣传，反而要更加努力开拓新客人，让美发店能在活动中迎来更多回头客，在活动后这些回头客能变成回头客。

理发店十一月份活动方案篇二

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。

理发店十一月份活动方案篇三

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，代金券，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.预约单发放话述

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

理发店十一月份活动方案篇四

本店为迎接五一的到来，特此做了如下活动方案：

”千人千面，最美不过适合你造型百变”

- 1、活动期间充值会员卡，充两百送五十，本人可免费洗吹剪一次。
- 2、烫染单项满300元可以享受7折。
- 3、单笔消费达300可免费带一人洗吹剪。
- 3、活动期间在店烫染达500元，送免费头皮护理两次。
- 4、充值三百元赠送价值100元生化烫一次。
- 5、充值800元赠送高效滋润护发膜一盒，可免费到店护理。

宣传海报是永远都不会过时的宣传方式，也是最方便快捷的宣传方式，节日之前店里就应该营造好一种气氛，可以在店里挂上一些醒目风格一致的小招贴画，这样的好处是能够风格明显统一，能够给顾客带来很好的体验感。此外，在美发店的醒目的位置也要贴上那种大的宣传海报，能让来来往往的行人看到的那种，所以这种海报上面的信息一定要简单明了，让人一目了然的那种。足够的吸引人。

理发店十一月份活动方案篇五

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查看，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；小型活动一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。

理发店十一月份活动方案篇六

清明节刚过，美容美发店又开始策划五一节的活动方案了，那么小理发店怎么写活动方案呢？下面本站小编给大家介绍关于小理发店搞活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

(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。

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。

1.1活动主题：五一，让您的美丽充分展示

1.2活动日期：4.29—5.5，一周的时间(注：活动一般不要做的太长)

1.3活动目的：

(3)让顾客产生好感，提升品牌形象。

1.4活动的具体实施方案：

美发店：

优惠一：五一假中，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元的代金券，消费满480送58元代金券。

优惠三：加“51元”=“88元”。

这七天内，消费满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)

优惠三：洗护98元，活动期间体验价51元

1.5活动的宣传：

(1)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，可以用一些美发店会员管理软件的短信功能。

(2)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。

1.6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。

1.7活动结束：

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

(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。

目的：

(1)利用节日提升旺季业绩。

(2)让我们店在提升人气的同时，多了几分春天温暖的气氛。

(3)通过本次活动，促使我们美发师与助理的团队协作精神。

(4)提升我们员工的技术，稳定客源。

(5)增加“大头率”，提升回头率。

活动时间：

20xx年9月26月到20xx年10月10日。

注意：搞活动不能太长，如果太长，让人觉得很假的感觉。10——20天正好合适。

20xx年十一节美发店的活动方案内容：

(1)活动期间“每天”来店剪头的“第一位”顾客或打烊的“最后一位”只收5.1元。

(2)活动期间“每天”来店染头的“第一位”顾客只收51元，或打5.1折(具体找多少折，看头办。根据实际而论，只要后面带个一就行了)。

(3)活动期间“每天”来店烫头的“第一位”顾客只收51元，或打一折。

(4)活动期间“每天”来店洗头的“第一位”顾客只收5.1元。

(5)活动期间累计(或一次性累计)消费达到510元的顾客，送价值510元的护理。

(7)每天抽奖1名顾客，免费护理一次。

(8)一次性充值510元以上的顾客，免费送510元。

(9)代金券：18元，28元，38元用于烫染。如何使用，如何发

放，后面有详细说明。

(10) 做烫染的给带小孩来的神秘礼品一份。

活动的实施

(1)、代金券的发放

代金券的发放以前我经常见到很多人在大街上发放，其实这样做，很让人反感，因为站街发传单的人实在太多了，而且体现不出价值来。为此这里有一个绝对好的主意告诉大家：代金券的发放可以和其它非本行的行业合作，如果你在商圈，或一条街上，那么，你可以把代金券送给那卖服装的老板或餐饮的老板，告诉他们购买了一件200元以上的服装的送一张价值28元的烫染卷，餐饮也类似，这样不同的行业联动起来，活动更有意思。同样你也可以告诉服装老板，他们的优惠券可以放到你那里去。

(2)、节日音乐的播放注意事项：

a□网上下十首以上的音乐到电脑上播放。

b□建议不要联网我播放音乐。

c□不要同一首音乐反复放。

(3)、清洁卫生，过节了，人多了，清洁却不能少。

(4)、给消费高的顾客输会员卡。

(5)、员工奖励。活动的实施者是员工，为了让活动更加有效的进行，因此在实施活动方案的同时，一定要考虑员工的奖励，不然员工累了一半天，结果还是跟平常一样，那样的话，员工的积极性就不高了。

总结

(1)信息跟进反馈

我们多数美发店美容院把活动进行完后，就完了，后面什么也不做，顶多做一下分钱的事。其实是这样吗？不。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：不用说了，可以给你的顾客发一条信息。

c□电话反馈联系。

(2)活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。并和去年五一节的业绩对比。

b□每个员工写美发店五一节活动总结 and 反思，如果只做活动，不总结不反思，那么就没有进步。

理发店十一月份活动方案篇七

元旦理发店促销活动方案（最新）

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) 通过本次活动的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最好的. 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享受全能浪漫无损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。

(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xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价xx元+姜疗护发原价xx元套餐优惠

剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx倒膜一次。凡在当日购买贵宾，可购买靓点青春染发，只需花xx元(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，一旦发到顾客手上，他定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

阅读此文章还关注：

圣诞节活动主题方案

圣诞节活动策划方案

20大学圣诞节活动方案

圣诞节活动策划

圣诞节活动方案年最新

2014年ktv圣诞节活动方案

2014年圣诞节狂欢活动策划书

2014酒店圣诞节活动方案

理发店十一月份活动方案篇八

自vvtv成立以来，承蒙广大客户的支持和关爱，因为您的的参与我们不断发展，不断前进，为了表示我们的谢意，特面向社会推出此次感恩活动。

通过此次活动让更多的人了解vvtv□让更多的人感受vvtv的热情和专业，让更多有消费潜力的女士成为我们的顾客，让每

一名员工有更多的收益。

免费赠送感恩卡一张，内含rmb肆佰捌拾元整，仅限女士烫染使用。消费时，高于480的. 烫染项目，需现金补足差额，低于480元时，此卡内余额不退，并限一人一卡一次，并需现金支付造型费用。

x年x月x日至x月x日

凡在活动时间内持感恩卡来消费的客人，不推销产品，不推销高价项目，发型师在即将完工时，向客人询问对我们的技术和服务是否满意，并告知活动期间充卡有优惠，如果发型师没有说服，那么到收银台时由收银员继续推售，并展示相关赠送礼品。(切记要适度，不要让客人反感)，因为此次活动的宗旨只是为了提高人气，扩大知名度。

烫染卡(此卡仅限烫染护，并按价目表扣除，不享受另外优惠)

- 1、烫染卡20xx(存1200消费20xx)
- 2、烫染卡3000(存1800消费3000)
- 3、烫染卡6000(存3500消费6000)
- 4、烫染卡10000(存5000消费10000)

凡办卡者均有相关礼品赠送(如洗发水、护发素、发腊等)

通用卡：此卡可消费vvtv全场所有项目

- 1、500卡享受烫染8折，洗剪吹9折
- 2、1000卡享受烫染7折，洗剪吹8折

3□20xx卡享受烫染6折，洗剪吹7折

4、5000卡享受烫染5折，洗剪吹6折

均同样赠送相关礼品

1、每名员工要以高度的责任感和积极性参与此次活动，为达到活动效果，活动期间将严格执行奖惩制度。树立大局观念，不计较一时得失，共同谋求公司发展壮大。

2、强化服务意识，认真做好每位顾客的接待工作，如有顾客对活动内容不清楚，耐心做好解释，树立vvtv服务好，讲诚信的形象。

3、收银员做好登记工作，每位凭卡来消费的客人，都要记录姓名、生日、号码三要素，届时店内将用短信进行跟踪、回访。

4、每名发型师可持有本店此次消费卡20张，发给活动期间你认为有发展潜力的客户，一方面可以树立良好的客房关系，另一方面可以发展体验或营销，让顾客带动顾客。

5、如果短时间内出现客人井喷现象，将实行预约制。

一、店内悬挂气球、彩旗，营造温馨气氛，员工时刻保持笑容，店内单曲循环播放(感恩的心)

二、进门处设置海报，详细阐述此次活动的内容和消费注意事项

四、设置一处积分礼品兑换处，礼品要新颖独特，有眼球冲击力，一看就想有占有欲望的礼品。礼品按照积分等级进行摆放，让顾客能为最高积分的礼品而冲刺!

五、店内标语内容：

经济虽然危机，美丽不能出现危机

店里所有项目和产品都可以打折，唯有对您的美丽我们从不打折

我一直在这里，等待您的到来

愿以后的日子里，都有我们vvtv陪伴

告诉朋友，如果我不在vvtv□就在去vvtv的路上

走进vvtv□感受头发与美的全新定义

是的，我很贪婪，永远不会满足，因为我始终觉得您还可以更美丽

有谁可以告诉我，头发是干吗的？

诚实守信、平价消费、技术过硬、服务周到，是vvtv的经营宗旨