

最新化妆品活动促销方案(汇总5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。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

化妆品活动促销方案篇一

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

。常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力的。

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：(如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式)。赠送的其它赠品以消费者喜欢的.赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，(如电吹风、

电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等)。

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量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力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。(如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。)

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格

出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。(如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算)；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵现可作为辅助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

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□有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆(试妆时护肤和彩妆一起上)进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

化妆品活动促销方案篇二

时间：2011年6月10日—16日

地点：新华贸购物中心三层化妆品、美甲区 主题：靓“妆”美甲

“扮”您清凉夏日 形式：拟以买赠为主，各商户可以同时推出专属优惠

实施方案：活动过程中，区域商管应严格监督销售小票的开具，顾客在商铺消费后，凭购物小票领取相应礼品时，商管人员应审核期消费额度的真实性，确认无误后发放相应礼品，并在销售小票上注明奖品已兑换，防止多次领取。具体实施：

活动前期通过兰若传媒、购物中心led电子屏、河北联合资讯、派发dm单等媒体途径在全市范围内宣传推广本次活动，以强大的声势来吸引消费者的目光，用比较有力的优惠政策来刺激消费者的购买欲望，从而聚拢该区域内的客流、提升人气，同时各商户也要积极配合，以诚实守信的态度留住消费者，给消费者在心里打造良好的印象，尽可能多的积累客户资源，为日后的销售和发展打下良好的人气基础。

商场内部布置强大的活动氛围，主入口大厅内悬挂大幅面主题活动画面，主、副入口处各布置三块立牌、一套易拉宝张贴活动内容，主、副入口滚梯各登梯口都同样放置贴有活动内容的易拉宝，同时在现有刀旗基础上间隔放置活动刀旗，商场广播不同时段不间断播送活动相关信息，使整个购物中心在视觉、听觉上都有强烈的震撼冲击力，尽可能的为活动区域吸引和聚集客流，最大限度的营造活动气氛，刺激消费者的好奇心和购买欲，进而拉动各商户的销售额度和经营信心。注意事项：

考虑到目前该区域的经营状况和商户的总体素质以及心态，就本次活动能预期到的可能出现的问题进行归纳，望区域商管和相关部门提前对商户进行沟通培训，尽可能降低问题的出现几率，从而打造信誉高、环境好、诚信经营、文明经营的时尚购物中心。下面就可能出现的问题归纳如下，提请各商管及相关部门注意：

1、严格销售小票的开具制度、杜绝增开、虚开等现象。 2、各商户不准私自张贴不符合商场规定的促销信息、海报等。促销信息须提前上报商管统筹审核，张贴画报必须整洁、美观，杜绝手写海报。

3、商户须保持良好的经营心态，不准拉客、抢客，不准强买强卖，不准诋毁其他商户的商品。

化妆品活动促销方案篇三

总所周知，在金融危机通货膨胀客观环境下，开店创业不在少数。化妆品店也越开越，对本店存在竞争不在少数。

零售化妆品消费群体集中在中青年，这一部分人对于爱美渴望是非常强烈，18到25岁消费者大多喜欢日韩产品，对于价格虽然敏感，但冲动大于理性，上个季度彩妆销量大过护肤产品！但现在越销售出现滑坡，我认为应该吧重点放在护肤

品上面，马上进入夏季，护肤产品需求量开始上升！所以我
觉得应该把护肤产品作为重点！把消费群体定位在18到28间！

见多无非就是产品做特价、加钱增购产品、有买有送、品牌
享受折扣、周末定时限时抢购、和空瓶抵现换购等等。

可以从消费者熟悉产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠
来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉品牌是因为价格认知度，
产品质量，让大家能够一眼看出本公司做出让利是真实！认
知度不够产品最好不做特价，因为认知度关系不会有很大吸
引力！

正对消费者对品牌信赖，挑选某品牌全部商品在促销期间做
出打折优惠，销售。聚集人气是必然，这就是目，提高消费
者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者
目光带向本店未打折商品上！提高销售利润！

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应产品或是其
它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款
送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手
霜等等方式）。赠送其它赠品以消费者喜欢赠品为佳，针对
中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费
就送湿纸巾！

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来
购买另一种产品，增购产品要具有一定实用性与吸引力度，
增购金额要根据换购产品成本来定。（如买满化妆品300
元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠商品刺激顾客
狂购，以较低价格出售促销活动。在价格和原价要有一定
差距，才能达到抢购效果。限时抢购目，是利用抢购客源增
加店内其他商品销售机会。同时通过时间段控制可以控制客
流。

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶价值，促使顾客消费一种手段。

（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金额度需要进行成本和利润核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶现金。

要提升消费者入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目。

细节运用才会有很好产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动针对性要强，有放矢，才能真正有效果。

促销人员一定营造好现场消费氛围，热情接待每一位入店消费者，并不断地重复促销活动重点内容，刺激消费者消费意识，通过有效沟通去提升销量。

老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐语言，通过直接沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量基础上快速成交，便于接待更多消费者。

有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一起上）进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售重点，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，之后成交客单量高，其他消费者放在之后及时沟通。

化妆品活动促销方案篇四

双十一是一个令所有购物狂们期待的日子，那么化妆品店的

双11促销活动如何策划呢?下面本站小编给大家介绍关于双11化妆品活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

活动主题：大声告诉你心仪ta

活动时间□20xx年11月11日

活动对象：年龄在18—40岁左右的单身男女

活动目的：既然光棍节，在店内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完美的一面，不妨让店内来全副武装自己一番。店内团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为店内提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

活动内容：

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得店内“成双成对”、“一生一世”产品套餐，这些爱的套餐都是店内免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的店内产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取店内的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在20xx年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激

消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

将光棍节促销活动举办得有新意、有特色也是为接下来年终活动打响前奏，吸引消费者今后积极参与到店内的活动中。当然如果店内真的能够成就出一对对情侣，也不乏美事一桩。

灾难是躲不过去的，唯一的应对办法是奋起抗争，和线上电商来一场“双11巅峰对决”。做为传统化妆品店，我们需要抓住“双11购物狂欢节”这一概念，在11月中旬气温下降的时机开展一场“双11巅峰大促”。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色，给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

活动时间□201x年11月7日-11月11日

活动内容：

一、全场满就减：

双11大牌美妆任你挑：全场购物满300元立减100元。双11超级护肤套盒低至7折！

二、o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢！

1、十万抵用券免费疯抢！大牌化妆品折后满额立减，低至折上7折！

活动细则：

1)11月1日至10日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择10个品牌的折扣礼券，

双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

2) 每人每个品牌仅限领取10张。

3) 双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20元优惠。

4) 单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供货商和店铺按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

2、屌丝逆袭白富美，完胜高富帅!0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品!

活动细则：

11月7日至11日，每天11款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀!

三、品类营销亮点出击：

双11作为店铺的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议所有品类均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。本篇文章来自资料管理下载。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

1) 保湿膏霜类

2) 补水乳液类

3) 原液/精华液类

4) 彩妆类

四、vip营销情感攻势：

vip浓情招募：

单日消费满50元即可免费办理vip卡一张，单日消费满500元即可升级为钻石卡。

1、 双11·vip顾客免费送：双11当天到店，即可在甜心饮品获得指定热饮一杯。（异业联盟，无费用）

2、 双11·vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至游乐园免费畅玩一次。

五、文化营销攻心为上：

1、双11，脱光马上走起！

1) 免费广播顾客表白语，微信分享区免费晒幸福。

活动地点：店内

2) 单身男女报名即可参加“心动对对碰”活动。单身男女将随机多次组成不同的“假设情况”共同参加情侣互动活动。心动的，即刻牵手！

活动地点：店外

备注：活动具体操作细则及项目规则另附。

2、双11，单身情人场·光棍走起

单身男女在本店购物满198元即可以获得电影院单身贵族专属

票，男生还可获玫瑰花一支(用于赠送邻座女生。)座位均按照随机男女一一搭配。

活动时间：11月11日

活动地点：电影院1、3号厅(详情以具体观影时间场次为准)

六、氛围布置营造旺销：

1、店门口主展区/各品类展区：

沿用201x年秋冬流行元素。活动期间增加展区内光棍节模拟对话标识。

例如：光棍节来化妆品店=屌丝逆袭白富美等鲜明标识。

2、橱窗/柜台：双十一灯箱片、立式pop架。

备注：活动详情请以店内标识为准。

方案一：产品特价促销

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的!认知度不够的产品最好不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力!

方案二：品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者入店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上!提高销售利润!

方案三：有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费就送湿纸巾！

方案四：加钱增购产品

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量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力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品300元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

方案五：周末限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

方案六：空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活

动，达到促销目的。

细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

【化妆品促销活动类型】

户外促销活动

户外促销活动通常以促销台促销为主，场地足够，同时户外促销给消费者的视觉冲击力大，可以吸引更多的消费者；大型的促销活动会配以节目表演，走秀，大型现场抽奖活动。

冬季户外气温低，风大，消费者的停留关注率不高，促销人员与顾客的沟通度不够，户外促销活动以销售为主的话较难以达到预期目的，因而化妆品专营店在冬季节假日的“三节”期间要慎重做场外大型促销，可用户外促销台配合店内促销活动。

店内促销活动

化妆品专营店的主要促销模式，也是节假日期间化妆品专营店的主要促销模式。店内促销活动的促销模块可以灵活组合，促销氛围易于营造，可以给店面带来直接的人气；消费者在店内能直接感受专营店的形象、品牌、服务，停留关注率高，可以用专营店品牌及产品品牌深入刺激消费者的意识；专营店通常是非开放式状态，消费者入店后目的消费性强，店面有足够的空间与时间给予促销人员与消费者沟通，从而成交率与客单量都可以大提升，销量自然可以有大的提升。

店内促销活动易受店内面积限制，而专营店的化妆品消费会有时间段性，在入店消费者人多时如果接待咨询来不及会导致成交率与客单量低。因而做店内促销时，要想方法将消

费者按时间段分流，不要流失消费者。

会议促销活动

在节假日期间，有些专营店会举办消费者答谢会或是会员联谊会、培训讲座，通过会议组织消费者在固定的场所进行促销。这种模式可以快速地将促销信息传递给来参会的目标消费群体，实现一对多的销售。同时通过会议的有效组织增进专营店与消费者之间的客情关系。

化妆品活动促销方案篇五

先送顾客美容小饰物、小礼品，再由美容院返产品或疗程的一种互动促销活动。

2、官司促销

也不是真正意义上的打官司，是通过事先约定的游戏规则，通过媒体或介质来相互炒作，达到双赢的目的，譬如用两个一模一样的店名或“滥用”名人形象来作为“打官司”的点来促销炒作。

3、以旧换新促销

顾客可把旧的化妆品到美容院换成新品，或是换护肤疗程，不论旧化妆品是否开封，交换方法美容院决定，主要是达到轰动效应。

4、画画促销

由于很多女性对于艺术的兴趣和崇拜，都希望有一张自己的速成写或油画，所以可在某活动促销中对重点顾客给予此促销优惠。

5、赊帐促销

只是一个名词，不是真正意义上的赊帐，其操作方法可为：先给顾客派卡，不收费，再让其试作三到五次之后再确定交纳开卡费用，即先试做，见效付款。

6、找缺点促销

又称投拆促销。客户根据美容院各项情况如服务，产品，店面等提建议和意见，对其中提出有建议性意见的顾客给予奖励。

7、男人做facial

在国外或是港台，产品公司美容院里有男讲师或男美容顾问，在做某些护理疗程时，男性做出的效果比女性更好，在国内由男性做美容时会也有轰动效应。

8、极品促销

像烟有极晶烟，酒有极晶酒一样，大型美容院也应有极晶消费，体现极品消费是高品质产品，或是全天只接待一个顾客或她一些朋友，全方位服务类似包场。

9、限量促销

也是促销的一种，与某此商家的限量销售原理一样，可定员促销，显消费者的身份与地位。或对某种促销限量，先到先得，做完为止的方式。

10、身份促销

如在某大宾馆之服饰要求一样，以高门槛气势做形象，成为会员可享受若干优惠，但需其学历，职位社会地位等符合标

准并交若干金额的会费促销形式。另外针对残疾人等促销也可归于身份促销范畴。

11、小偷促销

也不是真正的小偷促销，只不过用人爱占便宜的心理，在针对老消费者故意通过一次少收顾客钱或给多一件商品，让顾客有占便宜的感觉，在国家还有特别时段到商场在限定时间内拿走多少算多少的趣味促销，欢迎产品招商代理。

12、年龄段促销

以年龄段来确定不同的促销方式，具体来讲就如35岁以上，每大一岁就多打0.1折。或25-35岁之间一种优惠方式，35-45岁之间又一种促销方式。