

发廊活动策划方案(模板5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

发廊活动策划方案篇一

(例) 冬季生活的恋歌， 提拉米苏传送圣诞祝福

(例) 让我们把圣诞的钟声传播四方，也让我们把友爱和赞美洒向人间。

- 1、加强公司连锁店的销售力度、提高营业收入；
- 2、强化企业知名度、提升连锁店品牌；
- 3、庆祝圣诞节

圣诞节必不可少的节目，有家庭式的，朋友式的，情人式的各种各样party。一种友情，亲情，爱情聚会的好时光。戴着圣诞帽，唱着圣诞歌，说说大家的圣诞愿望。作为一个隆重的节日，少不了的是圣诞大餐，在中国就是以西餐为主了。在圣诞活动宣传期间，公司可宣传企业文化，提升各连锁店品牌，强化企业知名度。

在各连锁店开展圣诞节活动，放置圣诞树，在显眼位置显示连锁店标志，装饰圣诞树，将礼品放在树上的每个位置。进店消费的每位顾客都赠送圣诞帽，推出圣诞大餐及其优惠活动，各连锁店员工都着以圣诞装。

- 1、将每个礼品都贴上号码，顾客在用餐时，由服务员上前让

顾客抽号码，抽到哪个送哪个。

2、进来进餐的顾客都送圣诞帽，最好标有公司标志(可与其他商家合作)。

3、制作宣传单，在圣诞优惠活动的纸张范围内可作裁剪，可相当消费券。

4、由厨房推出圣诞特价菜单，具体可分为：圣诞美餐、情侣套餐、儿童套餐、家庭套餐等等，制作相关的海报传单进行宣传。(点排餐可赠送咖啡特饮券一张)

5、圣诞订位。

6、连锁店所有职员都必须着红色圣诞装，加强节日气氛。

7、在餐厅做简单的布置，加强餐厅的喜气、热闹的活跃气氛，重要的是让顾客有种过节的感觉。

8、各餐厅内播放圣诞颂歌。

其中以《平安夜》(silentnight)最为有名。

发廊活动策划方案篇二

喜迎元旦，好礼大派送

20xx年12月x日—20xx年1月x日

1、利用节日促销，提升美发店年末业绩；

2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，[]巩固顾客忠诚度；

3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

1、冬季项目促销

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

2、100元大变样

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出“100元大变样”的促销活动，帮你打造一个20xx年最时尚的发型；该“100元大变样”项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

3、0元义剪

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

4、附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

1、信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

2、活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作；同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

发廊活动策划方案篇三

4、联营促销

制作一些免费去赠送给左邻右舍不同行业的单位

5、抽奖活动

6、烫染后赠送洗护套装

对于客户想做烫染的情况，可以建议顾客做我们指定的烫染套餐，然后有洗护套装赠送，例如：

店铺里有88元烫发、染发也是88元的为最低价档次，如果是烫+染就是176元，这是就马上建议顾客做个198元的烫染套餐了，而且还有价值88元的洗护套装赠送，相当于做了全头烫染才花110元，平均到烫发和染发单项也才各是55元而且，超值啊！

7、与大附近大超市、大卖场合作

与商场负责人谈好，凡是在商场购买到一定数量物品的顾客，凭小票可在2---的。

· 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。

· 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。

· 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。

13、凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

b 套全能浪漫无损烫发原价x x元+姜疗护发原价x x元套餐优惠

14、剪发卡优惠办卡活动：

洗剪吹卡三次x x x元，特价x x元，并送价值x x倒膜一次。凡在当日

4---

别高成本的项目除外) 均可享受免费，让店铺充满人情味，赢得口碑；

18、免费试做促销

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

运用方法：发廊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，再进入下一个循环。

19、消费积分赠品促销

消费积分是发廊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，就可以得到发廊赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

运用方法：发廊先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的6---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。

熊猫眼七月活动策划假想

一) □yassi□2016最新夏季发型体验款

技术部

1) 商业发型，长发，中长发，短发。选择几款商业易推广发型。烫染一体。

要求所有设计师，每款发型都能准确剪裁，熟悉烫发排杠，色彩搭配。

发型师技术研讨会将对每一位在职发型师进行系统培训。

培训结束前3人一组找寻模特完成作品中任意一款。未完成者开除。

2) 商业发型，长发，中长发，短发。选定发型，要求所有在职技师都能熟练单独完成每款发型的排杠，以及上色。完美配合发型师现场操作。

3) 针对活动进行前对整店进行活动内容的话术强化，此活动所有赢利细节

8---

组长，整理当天任务数据，给每组分析数据。督促现场按照操作流程。

3) 门店经理全力协助发型师及技师完成任务。正确简单引导顾客消费方向。定点前台，辐射全场。制造现场活动氛围。

营销策划

1) 制造宣传活动画报kt板，介绍会员功能及专享

2) 店内产品陈列，店内小广告安排到每个坐位。包括厕所。地贴。

3) 活动进行时段更新广告。

4) 店内背景音乐时段广告，及激励员工话语。

办公室

督促高管完成任务，巡店，查询每组组员完成任务情况。激励。协助。

全部高管放底姿态。做最挑战的，最辛苦的。容入现场。

10---

发廊活动方案战略性是指发廊盈利模式的定位，目标客户的定位，核心产品的定位，核心卖点的定位，这些都是长期性的。

发廊盈利模式定位

(二)发廊的目标客户定位

12---强这种核心产品更大价值开发，而那些不赚钱确收入占比例很小的项目往往是做为促销的项目与产品。

核心卖点的定位

在大多数发廊中许多成功的发廊都是拥有自己的核心卖点，核心卖点就是与其他竞争者差异化的服务内容，在过去有些发廊老板一直抓技术，结果技术就成了这家发廊的核心卖点，这家发廊的技术可能在本地区会很有名。最近几年，日式发型流行有些发廊率先引进。日式商业发型这样这家发廊就抓住了这一时期的发型趋势，走在其他发廊的前列。现在发型量身定制对顾客个性化服务的技术体系开始出现，在少数的发廊中，这种个性化的技术服务理念是决大多数发廊并不具备的，这种核心卖点不仅提升顾客形象价值，更是发廊对外宣传发廊增加客源的“秘密武器”。

14----

发廊活动策划方案篇四

4、联营促销

制作一些免费去赠送给左邻右舍不同行业的单位

5、抽奖活动

6、烫染后赠送洗护套装

对于客户想做烫染的情况，可以建议顾客做我们指定的烫染套餐，然后有洗护套装赠送，例如：

各是55元而且，超值啊！

7、与大附近大超市、大卖场合作

店铺可在情人节推出靓丽的情人组合发型造型并有礼貌赠送

9、分时段促销法

10、造型送大头贴

11、充值送牛奶

惠，而不是单纯的赠送店铺本身的项目；

12、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。

· 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。

· 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。

· 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。

13、凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

b 套全能浪漫无损烫发原价x x元-

+姜疗护发原价x x元套餐优惠

14、剪发卡优惠办卡活动：

洗剪吹卡三次x x x元，特价x x元，并送价值x x倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靓点青春染发，只需花x x元一(不含洗剪吹，有效期限截止年月 日)

15、储值卡优惠方案

铜卡vip□

储值1000元，实际享受消费者额1200元

银卡vip□储值1600元，实际享受消费者额2000元

金卡vip□储值3000元，实际享受消费者额4000元

白金vip□储值5000元，实际享受消费者额7200元

16、转介绍积分奖励活动

17、感恩促销活动

~

6 ~

发廊活动策划方案篇五

地点：__广场购物中心大厅

主题：“大__”的开发、__分会场的设立等诸多因素，必将带动__经济飞速提升。__广场位于__；拥有整合购物中心、写字楼、五服务式公寓、云霄餐厅于一体的国际设施；集办公、购物、居住、娱乐、餐饮共同架构的全功能平台；势必成为

都市核心，掌控都会心脏动脉的首善之区。

__广场的开业庆典，向__宣告了__时代的来临；向中国宣告了__作为国际大都市的开始；是新时代的庆典，是新纪元的庆典！

环境布置：

1、外部

大厦底层的群楼外部，帕尼灯打出__企业的标志、信条和流水、焰火等特效灯光。探照灯照亮高空中的气球、充气物、条幅、彩带，整个__广场在一片花团锦簇中，熠熠发光。

2、内部

门口设签到台、礼品、纪念品发放台；地面铺设红地毯，引导嘉宾就坐或参观；大厅内悬挂红绸，横幅；中心为半径_米的红色基础舞台和蓝色半球形升降舞台；上空悬垂巨大的金元宝；四周为嘉宾就坐区域、餐饮台。

活动构成：

轻松惬意的迎宾茶会；

流放异彩的文艺表演；

丰盛愉悦的节日晚宴；

简洁热烈的开业庆典。

创意综述：

此次活动不同于以往的开业庆典，在夏季来临之际，为人们提供一个轻松愉快的环境。活动从惬意的下午茶开始，为业

内人士提供了叙旧、接洽的场所。在文艺演出中，晚宴不知不觉地开始，跳脱以往一切舞台形式的羁绊，不要司仪刻板的报幕，不用来宾拘泥宴会的礼节；热烈的气氛尽在轻松的环境中产生、升腾。在文艺演出和宴会的尾声中，领导的到场无疑将全场的气氛推到高潮，避免以往庆典活动的虎头蛇尾之虞。

第一部分：迎宾茶会

时间：下午5：30

地点：购物大厅

内容：

- 1、大屏幕播放__广场宣传片。
- 2、礼仪小姐10名，向贵宾配戴胸花，引导贵宾进入主会场。
- 3、嘉宾入场时领取小礼物，礼物上皆标有数字。（互动节目时嘉宾凭此参与）
- 4、入场嘉宾可在礼仪小姐的引领下，到购物中心内部参观各种设施、场所。
- 5、嘉宾也可到自助餐饮台前拿取茶点，就坐，自由交谈。
- 6、半球形主舞台两侧，24名女孩奏响《喜洋洋》《步步高》《紫竹调》《三六》等轻快的民间乐曲，为就座的嘉宾伴宴。

第二部分：文艺表演和晚宴

演员阵容：_____

时间：晚6：00-7：00

地点：中心舞台

内容：

一、打击乐表演，表演者：__女子打击乐团

二、杂技：滚杯，表演者：__杂技团

三、杂技：小晃板，表演者：__杂技团

四、杂技：蹬人，表演者：__杂技团

五、hiphop劲舞，表演者：__街舞组合

六、男声独唱，演唱者：__

七、女声独唱，演唱者：__

八、男声独唱，演唱者：__

九、女声独唱，演唱者：__

十、魔术，表演者：__