

彩妆活动策划(优秀5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

彩妆活动策划篇一

喜迎新春献礼 幸运100%金钱一把抓 三重惊喜大奉送

二，活动时间：20_年1月1日-----20_年2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6 1》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。

一、 策划目的：

- 1、 必须在开业气势上务必要“一炮打响”，体现宏大规模的特点。
- 2、 迅速提高“同仁御颜养生堂”的知名度,吸引消费者来参加开业活动。
- 3、 开业就有好的销售业绩。

二、 策划思路：

- 1、 策划吸引消费者的活动，让开业时，“某某品牌”就充满人气。
- 2、 提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。
- 3、 设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

三、 策划方案：

1、 提炼诉求(宣传)卖点：

n 首家社区理想养生堂

n 价格低、服务好、质量过硬

2、 设计促销方案：

方案1： 开业演出及开业仪式

——利用演出来吸引消费者

——全天演出

方案2：向消费者告示“打造社区理想养生堂”

——突出“理想”也就是价格、服务

——用报纸向社会公告

——用巨幅向社会公告

方案3：开业有礼，红包多多

——以2元的代金券设计成红包的形式

——开业期间，见人发一张

方案4：每天推出特价产品1款

——可以长期推行

——要推销售额大的，影响才会大

方案5：累计消费达_×元，赠礼

——赠送实用的生活用品或者产品

——开业一个月后，可考虑送其它低价高质的产品

3、设计促销活动：

方案1：人体广告宣传

——宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、

——选择人流量大的时候，比如早晨上班、晚上下班的高峰

期，

——要有5人以上才有气势，才有宣传效果。

四、 宣传

1、 飞字广告：某某品牌店_x开业有礼

某某店有礼惊喜不断

2、 报纸

文案：随着人民生活水平的不断提高，健康和保健越来越为社会所关注。某某品牌正是应是顺势的产物。500余种养生养颜产品齐聚“某某品牌”，其产品秉承了同仁堂338年的优良传统。传统和时尚并行，养生和养颜完美融合，真正意义上的贴近生活，情系百姓。

终于，同仁御颜养生堂 x月x日正式入驻_，届时举行特大酬宾活动！

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

开业一月内促销不断，惊喜不容错过！

地址：

电话：

3、 开业横幅：某某进店有礼惊喜不断

4、 开业气球：某某进店有礼惊喜不断

5、店内海报：

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

6□x展架

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

7、其他宣传：开业军乐队或秧歌队

五、费用预算(略)

附件：吸引人气的小活动

1、免费抽奖

凡是持报样的顾客，都可免费参加抽奖活动。

一等奖：价值_x元的_x

二等奖：价值_x的代金券1张

三等奖：价值28元的护手霜1只

四等奖：纪念品1份(贺卡、气球等)(无字)

2、现场抓金

把1分、5分、1角、5角、1元的硬币放在箱子里，凡是购物的顾客，均可以抓金1次，抓多少就是多少。

活动方案仅供参考

20_年6月26日

3、活动方案一

购买产品14元以上，加1元，可任选一支1元促销品

购买产品20元以上，加2元，可任选一支2元以下的促销品

购买产品30元以上，加3元，可任选一支3元以下的促销品

购买产品40元以上，加5元，可任选一支5元以下的促销品

活动方案二

促销活动方案：

购买产品50元以上，可任选价值28元会员特供产品一支；

购买产品100元以上，可任选价值68元会员特供产品一支。

彩妆活动策划篇二

雅美姿品牌，广州市著名商标，广告省著名商标，很快成为彩妆行业的驰名商标，第一个驰名品牌绝对有优势，未来发展一定有前途。

选择雅美姿10大理由，公司不仅生产彩妆，彩妆颜料雅美姿说第二，谁敢称第一，原料决定产品品质，原料自己掌握品质一定优越。

1掌握生产原料，2自己生产，3退换货非常方便，4价格适中，5质量过硬，6明星代言，7持续宣传，8不断推出新品，9完善的售后服务，10未来彩妆行业第一支驰名品牌，10大因素决

定，做雅美姿非常有钱途。

选择雅美姿品牌，不仅仅取决于10大要素，公司完善的客户支持体系，双线三级市场服务体系首开国内先河，值得称道。

省级业务全年工作在市场，帮助客户开发客户协助解决问题，公司的总监每月20天时间在市场巡回，帮助客户解决工作中实际问题，公司老总每年三分之一的时间与客户在一起，帮助客户解决大问题，这样的公司绝无仅有，雅美姿是本土企业第一个。

很多公司总监已经见首不见尾，老总已经难得一见，雅美姿不同，老总始终和客户在一起，倾听客户的声音，倾听市场的声音，倾听消费者的声音，不断改进完善市场营销计划，根据客户的要求设计产品，根据消费需求变化研发产品，根据市场趋势升级产品，公司各方面取得快速发展，这就是雅美姿成功的秘诀。

行业的普遍观点，彩妆卖形象，非也，彩妆卖的是技术，不懂化妆技术彩妆不能卖，公司双线三级服务模式威力无穷，省级彩导常驻市场，初级化妆技术当地解决，每半年高级主管做中期提升，帮助客户提升化妆技术，年终高级主管做高级研习班，让代理商的彩导，全面提升化妆技术实现业绩增长。

雅美姿公司张总说过，只有全心全意服务客户，全心全意服务市场，全新全意服务消费者，公司的品牌才能快速增长，实现公司的战略目标，实践证明公司的服务模式非常优越。

选择品牌有指标

代理商选择品牌的重要指标，合作门槛不高，区域市场保护有保障，给代理商足够的休养生息的时间，开拓市场需要时间，开发客户需要时间，良性回款需要时间，但是有些厂家

根本不给代理商开发市场的时间，这样的品牌不能做。

雅美姿品牌，给代理商足够的休养生息的时间，让代理商开发市场，开发客户逐渐形成良性回款。

代理商选择品牌的主要主要指标，条换货物要方便，因为彩妆品牌品种很多，几百个品种，只有几十个品种销量好，很多品种只是陪衬，如果货物条换非常麻烦，或者说条换货物条件苛刻，那么这样的品牌不能做。

选择品牌第一重要指标，是否自己生产，如果是代工的品牌，一定要谨慎，十年以前推出的彩妆品牌，坚持到今天的品牌，无一例外是自己生产，雅美姿品牌是自己生产。

雅美姿品牌，自己做颜料，自己做生产，政策宽松，下线产品公司负责回收，代理商无后顾之忧，条换货物不设置任何条件，可随时条换，让代理商轻松赚钱无后顾之忧。

第二个个重要指标，退换货一定要方便，有些品牌退换货制度非常苛刻，彩妆品牌非常多，有些品牌仅仅是陪衬，如果不能条换，无法条换的货无法换成钱，店铺有可能非但不赚钱，反而会因为无法消化的产品而亏损。雅美姿品牌条换货非常方便。

第四个重要指标，完善的售后服务，彩妆需要不断的教化终端，提升终端店铺的化妆技术，不断提升营业员的化妆水平，不断引导店铺提高彩妆品牌影响力，从而提升店铺的竞争力。雅美姿品牌售后服务非常完善。

第五个重要指标，价格指标，也是最硬的指标，彩妆产品，因为消耗速度比较快，价格一定不能太高，有些品牌越走越高，不断推出新品，价格越走越高，违背上市之初的价格定位，这样品牌不能做。

有些品牌，价格虚高，有些品牌新品越推越高，难以形成良性销售循环，因为曲高和寡，无论是本土品牌还是洋品牌，价格虚高者都没成功，难以形成气候，这样的品牌不能做。

有些品牌，不断推出新品，价格越推越高，不是想赚顾客的钱，而是赚渠道赚代理商及专卖店的钱，对这样的品牌要格外小心。

成功案例支持，济南好韵来公司，自从运作雅美姿彩妆品牌以来，一年时间公司的业绩翻番，在行业中开始名声鹊起，跻身山东一流代理行列，公司奋斗八年都没有完成的目标，雅美姿彩妆帮助公司快速达成。

这就是彩妆的魅力所在，彩妆的魔力所在，如果代理商再不重视彩妆，未来一定没有前途可言。

彩妆品牌推广，对于店铺而言，化妆群体为年轻群体，年轻群体是店铺发展的生力军，源源不断的补充店铺客源，同事也可以把护肤品顾客变成彩妆顾客，再把彩妆顾客变成护肤品顾客，相辅相成相互促进共同发展。

第二，通过彩妆开发新客户，然后再以引进护肤品牌，原有的护肤品牌客户，转变成彩妆品牌客户，彩妆带动护肤品牌发展，护肤品牌促进彩妆品牌成长，客户数量激增业绩激增，彩妆品牌带动护肤品牌业绩增长，彩妆品牌拉近与客户的距离，关系密切重视品牌业绩当然提升。

雅美姿品牌，定位青春女性，定位工薪女性，定位时尚女性，大众化价位大众化消费，产品体系非常完整，专卖店推荐比较容易，顾客消费没有压力，市场推广比较容易，店铺越做越轻松，所以，代理商选彩妆，首选雅美姿，是否有道理，仔细品味，仔细考虑，雅美姿品牌非常值得长久运作。

雅美姿化妆品公司董事长黄朝励先生说，做企业要耐住寂寞，

如果靠追热做企业早晚会出事，黄总始终坚持吧做强民族产业，打造百年品牌为目标。

始终秉承，品牌是企业发展的源泉，质量是品牌的生命，客户是企业发展的根本，员工是企业发展的基础，消费者是企业的财富。

目前还没有企业老板提出，客户是企业发展的根本，都把客户当成提款机，把客户当成企业的奴隶，把客户当成圈钱的工具。

雅美姿老板，把客户当成企业的根本，失去根本企业谈何发展，所以非常珍惜客户，尊重客户，急客户所急想客户所想，真心为客户服务，真心帮助客户发展，客户发展品牌才得以成长，所以雅美姿品牌长期稳健发展。

护肤品牌，将会处于长期的维稳状态，未来的三年不会再出现本土一线品牌，因为目前的品牌表现，不可能异军突起，因为还没有那个护肤品牌，具备脱颖而出的条件。

抓住了彩妆品牌抓住了机会，抓住了彩妆品牌抓住了财富，抓住了彩妆品牌抓住了未来，抓住了雅美姿品牌，等于抓住了行业第一个驰名品牌。

代理商群体，应该跳出竞争惨烈的护肤红海，到彩妆品牌的蓝海世界，扬帆起锚发现新大陆，攫取新财富，运作彩妆就是为明天而努力。

彩妆活动策划篇三

做护肤品牌是现在进行时，彩妆品牌是未来发展时，把握护肤品牌仅仅是把握现在，把握彩妆品牌是未来机遇，如果已经拥有现在，必须把握好未来，如果没有把握好现在，更需要把握好未来，所以代理商必须做彩妆。

最近做市场调研，很多代理商客户纷纷诉苦，有些强势护肤品牌太霸道，太蛮横不讲理只管圈钱，根本不管代理商的死活。

年度任务每年翻番，没有任何商量的余地，区域越来越小，任务越来越高，任务越来越重，供货折扣越来越高，代理商利润越来越低薄的可怜。

辛辛苦苦开发的市場，费尽心机维护的客户资源，随时有被厂家夺走的危险，辛苦的为别人做嫁衣，备受上游厂家的欺凌和压榨，备受下游专卖店的挤兑和冷遇，在夹缝中生存处境很艰难，代理商到的宿命，公公背着儿媳妇一一费力不讨好。

护肤品牌炒作方式已到尽头，三年之内不会有新品牌脱颖而出。

运作护肤品牌，代理门槛高，年度任务高，开发成本高，维护费用高，四高特点让代理商很难受，推广费用更高，护肤品看起来量大但利润微薄，有时候是赔本赚吆喝。

因为，代理商紧出货不如慢压货，出货永远没有进货多，代理商层面存在巨大经营风险，代理商群体应该小心了。

最关键的原因，护肤品牌炒作方式已经山穷水尽，拼完广告拼折扣，拼完政策拼配送，拼代言人拼柜台，拼活动拼旅游，最后拼白送，短期之内已经没有新鲜办法，短期也不会有新品牌脱颖而出，竞争层次又重新回到原点，拼企业的实力。

彩妆将会给代理商新的发展机会。

护肤品为战术性品牌，如果追热做生意，根本赚不到钱，彩妆将会成为代理商发展的战略品牌，建立彩妆品牌优势，将会大幅度提高代理商的影响力，彩妆品牌将会成为代理商可

持续发展的动力，帮助代理商建立未来竞争优势，带来滚滚财富。

彩妆品牌的最大优势，代理门槛不高，年度任务不重，开发成本较低，维护费用较低，和护肤品运作正好相左，运作彩妆品牌比较有潜力，代理商群体应该早出手，早运作，早发展，早建立竞争优势。

运作护肤品需要人力要素，大批的促销团队，没有人就代表没有实力，终端客户不会选择，需要物质实力，大量的促销物资，赠品不丰富，销售产品很困难。

彩妆品牌开发成本低，因为开发速度快，维护成本低，不需要人海战术，年度任务低压力不大，推广费用低，所以做彩妆赚钱比较轻松，当然也不是所有的彩妆都赚钱，做彩妆也需要慧眼识品牌。

彩妆活动策划篇四

前言：

受消费需求和市场形势的影响，近年彩妆的市场开始升温，据统计在，国内市场上新推出的品牌就达到一百多个，然而彩妆对于国内市场来说，在以后相当长的一段时间内还处在市场教育培养的阶段，在这个阶段，多数消费者存在的问题是不会用彩妆，没有养成使用彩妆的习惯和意识，社会的大环境还没有形成女性普遍使用彩妆的大氛围。在这个阶段，企业首当其冲的是把消费者教育好，使她们会使用彩妆、习惯使用彩妆，这是彩妆市场能够扩大的前提。谁能把彩妆的消费观念和意识根植于消费者的心智里，占据她们的心智空间，谁就必定能把品牌做起来。

活动促销，彩妆营销的不二法宝？

在这一点上铂金和巧迪尚惠这两个品牌都是可圈可点。

彩妆活动促销成功的几个条件彩妆的促销不同于护肤品，而有些自身的特点，要想保证彩妆促销活动的成功，则必须具备以下几个条件：

1、必须要配备精通化妆技巧的销售人员。护肤品的促销除了优惠、买赠之外，很难有别的花样能拉动销售，而彩妆不同，可以充分的利用专业和权威性进行销售。由于现代的彩妆在我们国家发展的时间不长，多数顾客对彩妆的认识和化妆的水平都处于比较低的层次，不象护肤品那样经过了多年的市场教育，每个人都能对自己的皮肤及选购的产品都能说出个一二三来。对于认知水平较低的消费群体，彩妆销售人员的专业和权威对于销售的促进作用就显现出来了，就像是病人对自己的病情不了解而迷信医生一样，只要是销售人员通过现场化妆和产品及颜色的分析讲解，给顾客推荐的产品往往就带有一定的权威性，使顾客能很容易的接受。广州雅美资公司的雅美姿品牌在浙江的某一地市，一场活动可以产生2—3万的销售额，使很多的护肤品都望其项背，很好的利用了这一点。另外现场演示化妆促销的征服力最强，经过化妆师现场给顾客化妆，让顾客自己通过妆后与妆前的比对，自己也会发现很大的反差，带给顾客一种无声但是却很强的说服力，极易促进销售。正因为如此，彩妆促销对销售人员的技术要求是比较高的。

2、化妆品专卖店的位置比较好，并且有充足的会员基础。位置好，可以保证有比较大的流动顾客，流动顾客越多，我们的销售人员拦截的也就越多，成交量自然也就大。会员的基础好，是我们促销活动成功的保证，实践证明，同样是组织促销活动，通过一般的陌生的派发传单和通知会员相比较，会员参与活动的机率要比普通的宣传高出几十倍，在参与活动的过程中，会员无论是在购买产品的机率和数额方面也都远远的超过普通的顾客，这就是会员的魅力。在会员促销方面，广州雅美姿品牌最为出色，其通过共享专卖店里的会员

资源，宣传和销售敲单到位，在山西和山东等地较大规模的店面，每次促销活动都可以轻松过万。

彩妆活动策划篇五

一、活动背景

作为21世纪青春的代言人，大学生总洋溢着年轻的活力，时刻充满狂热的激情，在这代表着激情的红色五月，我们计算机工程学院参加了“破茧成蝶”为主题的彩妆大赛。如果你紧跟时尚流行趋势，对彩妆有非同寻常的创意作品。如果你足够漂亮、自信、前卫，想把最美的自己展现在同学朋友面前，那么请尽情展示出来吧！（爱情公寓寝室设计大赛活动策划书）

二、活动主旨

为了丰富校园文化活动，提高大学生对彩妆艺术的认识和了解以及对艺术创新能力的挖掘，我们秉着团队合作精神，以比赛会友为主旨。不仅能够展示我校师生的风采，也为彩妆爱好者提供了一个才艺发展的舞台。

三、活动意义

化妆的为了保持魅力和张扬个性，是现在的时代潮流，化妆不仅仅为了美丽，在许多场合也是对别人的一种尊重。通过此次比赛，展现大学生积极向上的精神风貌，活跃校园文化气氛，提高学生艺术修养和时间能力，更好展现学子的青春风采，也为给“美”这一传统概念一个新的诠释。

四、活动名称

淮阴工学院第三届彩妆大赛

五、活动策划安排

由女生部副部周靓负责参赛人员以及所选模特（五组），先在自己部门找看是否有愿意参加的，再在整个计算机系进行活动宣传，宣传内容要详细具体，要激发学生的积极性踊跃报名。

副部们组织做好各参赛选手的报名工作，汇总后交给部长。报名表包括选手班级电话等，要在4月14日前将报名表交到设计艺术学院女生部。

4月14日下午两点由副部张婷到大学生活动中心四楼抽签。

在确定参赛人员与模特后，组织集体进行化妆训练。

（1）、4月15到4月18日选手先自己去网上搜索彩妆视屏，了解下彩妆知识与基本化妆步骤。

（4）、4月27日由部员顾天韵上街买比赛所需用品；晚上最后一次在化妆训练。

（5）、4月28日下午12点半坐车去老校区，两点正式开始比赛。

六、活动中注意问题及细节

（1）、在规定时间内（15分钟）完成彩妆，彩妆风格自定。

（2）、5分钟内完成模特的发行设计。

（3）、按照参赛号顺序，由参赛者与模特绕t台一周，向大家展示。

（4）、比赛中选手之间不得交流，不准借用工具和用品，如

有问题应举手示意。

(5)、比赛宣布结束后，立即停止，不得再碰用具，违者讲扣分。

七、活动负责人与主要参与者

参赛选手及模特：

1、邵怡兰、王亚琴

2、刘茹、常琴

3、顾天韵、顾发云

4、刘茹、常琴

5、施茹意、王昭月