

最新护肤品的活动方案(优质5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

护肤品的活动方案篇一

一、路演的时间，地点选择恰当

至于什么样的时间，地点才算恰当，要看企业路演活动所针对的目标公众而定。并非周末，节假日才是恰当的时间，也并非市内黄金地段才算恰当的地点，要充分考虑目标受众的活动习惯，活动地点。如中国移动20xx年为推广动感地带策划了很多路演活动，地点更多的选择在大学校园内。

二、活动现场的气氛吸引人

首先，活动现场的布置必须有吸引力，近可能用气球，彩带，音响来提高现场气氛，如果所推广的产品外包装比较耀眼，也可将包装拼起来美化现场或直接制作一大型包装。

活动开始前先来一段吸引人的节目（如活动针对老年人可先来一段京剧，活动针对年轻人可先来一段活力四射的街舞）将人群聚集到活动周围，主持人趁机介绍企业，产品及开展此次活动的目的。

活动进行当中，可派人到活动周围散发精美的dm单，吸引消费者到活动现场；更好的办法则是制作大型的产品气模，请人穿上在活动周围四处游动，吸引人群。蒙牛集团在重庆的某次路演活动就曾经请了两头“奶牛”，大大聚集了活动现场的人气。

活动的内容最好有创新，不要一味的唱歌，跳舞或是模仿电视上的游戏节目。

三、产品与活动有效融合

很多企业为了聚集人气，一味的选择歌舞，游戏等活动，却忽视了对产品的宣传。为了吸引人群驻足观看，适当的文艺演出必不可少，但必须注意与产品的有效结合，不能搞成一场纯粹的文艺演出活动。

首先，现场的布置与产品结合。如要宣传产品是来自大草原，活动的背景可设计成草原风光，包括现场的工作人员穿上大草原特色的服饰。

其次，活动的内容必须与产品水乳融合。即使文艺节目或观众参加的游戏也要加强对产品诉求点的宣传。如通过跳一段蒙古舞来加强蒙牛牛奶是大草原的奶；通过剥花生比赛来加强鲁花以花生为主。

重庆知名房地产公司dd龙湖集团为推广龙湖北城天街曾在重庆市中心解放碑实施过一次路演活动，其中一个小品（演绎了龙湖一位业主身患绝症，邻居纷纷前来关照，鼓励的情节）即突破了一般文艺活动以唱歌，游戏为主的局限，又成功的将龙湖业主相互关爱，“湖大家庭善待你一生”的理念展示给观众。

最后，赠品的选择也要与产品相结合或就是产品本身。笔者前几天曾经看到统一集团为推广泡椒牛肉面开展的路演活动，观众参加游戏后，统一送出的赠品是圆珠笔，餐巾纸等，如果将赠品换成一包统一泡椒牛肉面即节省了买赠品的麻烦有相当于做了一次免费派送样品，让观众不但参加活动还品尝了产品，一举两得，效果更好。如果无法将产品作为赠品至少也应该选择与产品有关联的（如化妆品送美容手册，电脑送软盘等）或在赠品上印上企业名称作为流动广告，时刻提

醒消费者。

四、活动细节考虑周到

无论策划什么活动，细节的考虑非常重要。

策划时要考虑活动实施那天气候如何；安全工作如何确保；发生意外事件（突然停电，人群拥挤）如何处理；活动时间是否合理（一般2—3小时）。

活动开始前工作人员提前到位检查一下：

舞台高度是否合理，舞台上悬挂的装饰品是否牢固，舞台是否牢固，音响是否准备就绪，赠品是否准备妥当；宣传品是否准备妥当；演员、主持人是否就绪。

一般在户外开展的路演活动要事先到当地城管办好手续，做一些必要的沟通工作，笔者以前策划实施的一次路演活动，因企业事先未与当地城管搞好工作，结果活动实施一段时间被迫停止，大大损害了企业形象。

最后，要强调的是执行问题，策划的再好的路演活动如果得不到有效执行

所有的工作全白搭。因此事先与执行活动的工作人员有效沟通是十分必要的。而且策划者最好亲自参与到活动实施现场，指导实施，必要时做一些调整工作。

护肤品的活动方案篇二

1、需求分析：挖掘隐性需求。众所周知，人的需求有很多种，其中隐性需求是我们认为最值得去挖掘。如何挖掘顾客的隐性需求是我们这个羡慕成功的'关键。但在这里我们要说的是，虽然这个项目并不是我们发现存在明显需求的情况下建立的，

但我们经过分析认为，这是一项值得我们去挖掘的隐性需求需要我们做一些营销活动和宣传来合理地引导广大学生建立这种需求意识，从而培养学生顾客的认真度和忠诚度。

2、目标顾客分析：目标市场要有所倾斜。毋庸置疑，我们的目标市场就在经济管理系、财经系以及外语系等，由于我们所要销售的产品是护肤品，具有美容、减肥的功效，所以我们的业务将有所倾斜到这些女生较多的系。当然，男生的市场我们也不会忽略，如在恋爱中，男生们都在为送什么给女生而发愁，护肤品这种小巧的产品，正符合女生的心意，再加上我们周到的服务(免费帮客户写真心话、包装、送货)。这样我们的目标客户面就会大大的提高。

3、南洋市场情况调查情况分析：从在学院进行问卷调查的结果看，有50位同学接受了我们的问卷调查，其中有53%的受访者表示会选择护肤品消费，而其中有43%的同学表示会选择其它方式进行护肤。调查结果如下图所示：

是否选择护肤品进行消费

会选择：53%

不会选择：47%

从我们的调查结果中，我们可以得出这样的结论：护肤品在南洋学院这个市场里面，有一定的潜在的市场需求，过半的消费者选择了护肤品进行护肤保养，之所以做出这样的选择，是因为他们了解到护肤品的疗效，例如护肤品具有护肤美容的效果，同时对减肥也有一定的疗效。而另一半之所以没有选择，很大的原因是他们对这个牌子产品的疗效还不够了解，要把另一半的市场也打开，就要加大宣传，将护肤品的疗效推广下去。这样的话，护肤品在南洋这个广阔的市场的发展前景是可观的。

二、营销活动及策略

1、创业初期营销：营销渠道多。我们注重时时、处处的营销宣传活动。在实体实战前期，我们将进行大力宣传，校园内派发传单(主要针对女生群体)并同时向她们介绍该产品的功效及其用法。同时，我们也可以利用现代化网络技术的手段，如在“南洋后舍”以及在腾讯校友里面发帖进行宣传。尽可能的使更多的同学了解到我们的产品。

2、营销策略

(1)“爱情牌”。由于大学是恋爱的天堂，利用现代大学生“恋爱热”的特点.也就是说我们可以利用对产品的包装，同时帮消费者写上想对自己心仪对象想说的心理话，免费帮客户包装、送货。这一部分不仅仅是针对女性消费者，更重要的是，同时也把市场拓宽到男性消费者，从而拓宽整个南洋的消费群。

(2)“亲情牌”。接近期末，同学都会想给家人带点手信，护肤品是很适合中老年人美容的产品，它不仅有保养年轻的作用，还可以治疗各种皮肤疾病。对于有父母心的同学来说，花一点钱就能一表孝心，物有所值。

(3)“健康牌”。对于现在处于天气高温流行肆虐的特殊时期，特别是脸孔痘痘的扩散，使我们不得不对这个炎热的夏天天加以提防。我们将产品塑造成提高自身免疫力的策略。这样我们的产品将得到女生、男生的欢迎。

(4)“美容牌”。每个女生都有爱美之心，很多女生用尽各种整容院之道，花了不少冤枉钱，但结果都是失望而归。而护肤品就不同了，她是美容界的高手之一，它只要变一下身就能解决各种的皮肤问题，效果很好，长期使用也可以预防各种疾病。提高神经系统细胞活力，调理内分泌，增强肌体弹性，让你轻松，开心每一天。

三、产品生命周期战略预测

4□30~5□00pm为引入期，这时，了解产品的人少，销量少。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1. 快速撇脂：以高价和大量促销支出推出新产品；2. 缓慢撇脂：以高价和少量促销支出推出新产品；3. 快速渗透：以低价和大量促销支出推出新产品；4. 缓慢渗透：以低价和少量促销支出推出新产品。此阶段应尽可能采取有限的行动以控制成本，优先在经过选择的市場用统一的推广信息和风格，促使市場了解新产品的特征和优点。

5□00~5□30pm为成长期，这时，消费者对产品已经，销量增长快，市场竞争加剧，产品以定型，建立销售渠道，促销费用稳定或略有提高。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1. 开创新的细分市場和分销渠道；2. 在适当时机降低销价，吸引对价格敏感的顾客并抑制竞争。

5□30~6□30pm为成熟期，这时，销售量达到顶峰，需求逐渐饱和，销售量增长和增长率都很少，甚至下降。对于此阶段，我们团对的营销策略主要有：1. 刺激现有客户，增加使用频率；2. 改进产品的款式、式样；3调整营销组合。

6□30~9□30pm为衰退期，产品销售迅速下降，消费者兴趣已转移。对于此阶段，我们团队的营销策略主要有：1. 降低销售费用，节约开支；2适当降低销售价，力争取得边际利润。3通过推广技巧，使推出的产品与竞争者有所差别，以吸引目标市場的注意力。

四、团队的介绍及团队的自身地位

我们是一支跨专业的对营销有着浓厚兴趣的热血青年，我们坚定着自己的信念，一直遵循着市場规律，我们能以“用心做事，用情做人”的态度来面对营销过程中的每一个消费者，我们始终坚定着自己的理念，严格要求自己，永不止步，团

结一致，坚守着“无友情，不创业”的思路，相信我们的友谊可以驻守着我们走向成功的道路。我们希望通过此次活动进一步培养自己的综合能力，也希望在此次活动中有所收获。同时也感谢学院经管协会给予我们这个宝贵的机会，让我们在这个平台中锻炼自己，提升自我。

五、竞争对手分析

护肤品的活动方案篇三

一、促销目的：

- 1、扩大化妆品店在当地的知名度及影响力；
- 2、树立化妆品店的品牌形象及知名度；
- 3、拉动市场，提升销量，增加新客源；
- 4、提高化妆品店及消费者的忠诚度；

二、促销主题：

三、促销时间：

9月15日到9月17日

四、促销地点：

化妆品店

五、活动的具体资料：

促销前准备工作：

- 1、培训：活动前对化妆品店的员工进行专业指导培训，资料

包括：产品方面、专业技术(体验时已有初步认识)、促销方式和技巧、派单方式、店员排班以及整个活动流程细节。

2、选择当地专业性强并有影响力的媒体，在促销前一周发布促销活动相关广告造势。

广告资料包括□a.促销时间;b.促销目的;c.参与者所获的实惠;d.促销店址、微信公众号、电话、联系人等。

6、活动物品的准备：

a□产品展示台；

b□横幅、“魅力之星”榜、空白pop;

c□条件允许的皮肤测试仪及显示器

d□如有抽奖项目要准备抽奖箱、奖券；

e□会员卡等各种优惠卡；

f□顾客资料档案、产品项目推介簿、各种宣传资料；

g□畅销产品备足；

h□相关的礼品及物料。

7、化妆品店布置工作：

a□店内主要的宣传点以及相关促销产品pop;

b□化妆品店门口横幅活动主题，店内设“每日魅力之星”光荣榜；

护肤品五一活动方案

护肤品的活动方案篇四

一、“甜蜜玫瑰之约”

活动时间：8月9日-8月10日

活动方式：情侣顾客店任意消费即可领取玫瑰一支。

二、约“惠”七夕满就送

活动时间：8月5日--8月7日

活动方式vip顾客单日累计消费满520元送情侣抱枕一对(40元以内)凭收银小票即可领取每日限领50份，送完即止。普通顾客单日累计消费累计满520元送情侣对杯一套(玻璃套装为主30元以内)凭收银小票即可领取，每日限领50份，送完即止。

三、“全店商品，劲减来袭”

活动时间20xx年8月9日——8月10日

活动内容：活动期间xx店全部商品消费满377元立减77元(礼券、礼卡除外)。

当七夕遇上微信

四、恩爱秀出来·约会我买单

活动时间：8月8日-8月10日

活动方式：成功关注化妆品店公众微信，参与回复“恩爱秀出来·约会我买单”秀出你的恩爱合照以及在我司购物心愿，

即有机会获得免单权。每六周随机抽取2名幸运观众获得免单权。

五、勇敢说爱你

活动时间：8月9日-10日

活动内容：爱在七夕，只要您大声说出您对爱人的情话，并将与爱人的甜蜜合影发到化妆品店微信，即可获得情侣杯一套，我们将在每日活动后公布结果(每日限5名)。

六、微信摇一摇

活动期间参加现场摇一摇，就有机会获得化妆品一件(共摇5次)，每日限1名。

七夕互动游戏走起

七、七夕情侣大通关

活动时间：8月9日--8月10日

活动内容

- 1)、活动期间顾客单日累计消费满300元即可至活动地点参与活动。
- 2)、凭单张收银小票每人限参加一次。奖品数量有限，送完即止。

三个闯关模式：

- 1)、心有灵犀一点通，两人作战，一个笔画一个猜，笔画的那个人只能通过身体语言来提示猜的那个人题板上的词语，答对则晋级下一关。

2)、一个人在一分钟之内写出自己最爱吃的菜，另一个人也在一分钟之内写出对方最爱吃的菜，最少写8个。回答6个及以上则晋级下一关。

3)、情歌对唱，获得掌声者则获胜。

奖品：

第一关：玫瑰两支。

第二关：电影票2张。

第三关：指定化妆品。

活动宣传

1、 宣传重点时间：活动前五天

2、 宣传手段：

a□派单(主题：致男士的一封信，)；

b□悬挂横幅(活动主题)；

c□海报张贴或x展架展示(活动内容说明)；

d□夹报；

e□七夕情侣广告气球宣传(心形粉色气球)；

活动备注事项

3、 制定活动销售目标，并分解给各店员相应任务指标，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

5、可联合花店、西餐厅、服装专卖店等商家共同促销，提升活动的影响力；

6、以上方案仅供参考，具体促销内容和执行细节应依据商圈和化妆品店实际情况进行调整和补充。

对于化妆品活动策划来说，节日促销是现在商业发展的一种模式，不仅用来销售商品，还可以用来推出广告自己的商品，打出自己的品牌，很多经销商们就是在没有节日的时候也会想办法创造促销的气氛。

护肤品的活动方案篇五

(一)加盟代理商进、订货优惠活动：

(二)拟加盟省市级代理商进、订货优惠活动：

1、对华南地区、东南地区、中原地区已经加盟的省市级代理商(经销商、美容院、酒吧)在本区域内开展有意向性的下一级加盟代理活动或现场促销活动，需要公司技术支持和人员扶持的代理商，可在提前5天向公司提报计划。

2、对西北地区、西南地区、东北地区已经加盟的省市级代理商(经销商、美容院、酒吧)在本区域内开展有意向性的下一级加盟代理活动或现场促销活动，需要公司技术支持和人员扶持的代理商，可安排在第二批” “”活动期间开展现场扶持。

3、所有已经加盟代理的微商，一般不作现场扶持活动，双方可通过微信平台 and 课件开展技术支持扶持。

1、对老客户(已经加盟代理商、经销商、美容院、酒吧)：公司对拟前往扶持地区要保证人员、产品、文宣用品、优惠政策等落实到位，根据实际状况驻店扶持不少于三天。

3、对目标客户(意向客户)：对正在使用产品的客户或需要协同业务人员做产品演示时，依据实际需要，督导可及时出面协助。

(一) 电话拜访流程

1、拜访前准备

(1) 明确拜访的目的(例如：了解客户销售情况)。

(2) 明确拜访的对象(例如□xx美容院老板、代理商、经销商。)。

(3) 明确拜访内容(例如：通知极致美颜公司的五一节庆促销政策)。

(4) 明确拜访的目标(例如：将公司的促销优惠活动实施到位)。

(5) 准备好记录本，做好详细记录。

2、拜访总结：

详细记录并整理客户反馈意见及要求。并对促销活动的’所有意向、促成意向结果及时上报公司。

(二) 登门拜访流程：

1、拜访前准备：

(6) 明确拜访的目的(例如：了解客户销售情况)。

(7) 明确拜访的对象(例如□xx地区经销商、代理商、美容院老板。)。

(8) 明确拜访内容(例如：通知极致美颜公司的五一节庆促销

政策)。

(9)明确拜访的目标(例如：将公司的促销优惠活动实施到位)。

(10)电话通知客户预约登门拜访时间。

(11)准备好拜访前所需要的相关材料、文宣用品及物品、产品样品。

2、登门拜访：

做好感情铺垫，充满自信和热情。

3、拜访总结：

做好总结，及时反馈，及时解决问题。促成意向结果。

电话拜访、登门拜访、邀约客户、现场扶持、督导活动需把握以下要点：

1、会前会：事前计划、安排、研讨实施步骤，责任人、执行人，要达成的结果；

2、会中会：事中控制、检查执行情况、多方沟通互动，结果导向；

3、会后会：事后总结，达成结果情况，改进不足点，发挥优势点。