

最新发廊活动方案设计 发廊活动方案(大全8篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

发廊活动方案设计篇一

2、发展新顾客

3、提升__美容院在该地区的着名度

活动要求：预备5000元__货品作活动用(公司送出10套裘服)

活动时间：(促销时间：9月29日——10月5日)

活动流程：

一、邀宴客人：请老顾客带2个以上朋友参加。

二、会议流程：(18：30——21：00)

1)主持人公布晚会开始

2)美容师表演《感恩的心》

3)老板代表致感谢词

4)颁奖

a感谢__年对__美容院给予的支持、消费的

忠实朋友_____特奖大礼一份_____;

b凡是__美容院新老顾客均有一份精美礼品_____

(请第二天到__美容院领取)

5) 顾客代表讲话

(讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容师、自己在美容院得到的欢乐、帮助《可举列子》)

6) 褻服秀

7) __协会会长隆重推荐__产品

8) __美容院5.1促销活动公布方案(凡当场下定金300元者,即可送褻服优先享有)

a找托下定金b美容师游说顾客促成

9) 公布促销时间, 欢迎到__美容院咨询

10) 表演舞蹈, 公布晚会结束。

三、促销活动

公司美导驻店3天配合美容院充分推广10.1活动方案, 促成消费

四、美容院须做的工作

1、正确统计顾客人数、印发邀请函、确保到会人数(此工作必须

在15日前完成，16、17日白天再发邀请，并告知公司)

2、租会场(ok厅饭厅均可，可以割据实际人数定)

布置会场(音响、座位、盘果、横幅、气球等)

水果、糕点及奖品的预备

活动流程：

一、邀宴客人：请老顾客带2个以上朋友参加。

二、会议流程：(18：30——21：00)

1) 主持人公布晚会开始

2) 美容师表演《感恩的心》

3) 老板代表致感谢词

4) 颁奖

a感谢__年对__美容院给予的支持、消费的

忠实朋友_____特奖大礼一份_____；

b凡是__美容院新老顾客均有一份精美礼品_____

(请第二天到__美容院领取)

5) 顾客代表讲话

(讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容

师、自己在美容院得到的欢乐、帮助《可举列子》)

6) 褻服秀

7) __协会会长隆重推荐__产品

8) __美容院5.1促销活动公布方案(凡当场下定金300元者,即可送褻服优先享有)

a找托下定金b美容师游说顾客促成

9) 公布促销时间, 欢迎到__美容院咨询

10) 表演舞蹈, 公布晚会结束

发廊活动方案设计篇二

代金卷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。为止这里有一个绝对好的主意告诉大家: 代金卷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, 你可以把代金卷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。

**年五一活动总结

(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。

发廊活动方案设计篇三

活动目的：

- 1、客量；
- 2、项目率；
- 3、卡金

小项目：烫前技术处理、染前技术处理

健康卡：护理套装(按次数销售，一般定为三次)

活动周期：45天(20xx年1月11日-2月24日)活动要点：从剪发女客入手开项目，单项开项目、双项开项目，代金券开项目。美丽卡(内部称之为蝶变卡)：

演算过程如下所示：

女客 $20xx$ 人 $\times 60\% = 1200$ 人

双项 $50\% \times 360 = 180$ 人 180 人 $\times 88$ 元 $= 15840$ 元

小项目 $30\% \times 360 = 108$ 人 108 人 $\times 38$ 元 $= 4104$ 元

健康卡 $10\% \times 360 = 36$ 人 36 人 $\times 98$ 元 $= 3528$ 元

办卡 $50\% \times 360 = 180$ 人 180 人 $\times 200$ 元 $= 36000$ 元

办卡 $+ 34776$ 元 $= 36000 + 34776 = 70776$ 元

假如：总客人中12%持消费过1次的“美丽卡”单独烫发，5%单独染发。

单项比例 $17\% \times 2000 \text{人} = 340 \text{人}$

双项 $50\% \times 340 \text{人} = 170 \text{人}$ $170 \text{人} \times 88 \text{元} = 14960 \text{元}$

小项目 $60\% \times 340 \text{人} = 204 \text{人}$ $204 \text{人} \times 38 \text{元} = 7752 \text{元}$

健康卡 $10\% \times 340 \text{人} = 34 \text{人}$ $34 \text{人} \times 98 \text{元} = 3332 \text{元}$

办卡 $60\% \times 340 \text{人} = 204 \text{人}$ $204 \text{人} \times 200 \text{元} = 40800 \text{元}$

$40800 \text{元} (\text{办卡}) + 10417.6 \text{元} = 51217.6 \text{元}$

不做活动就来店消费的新增客人，我们假定比例为5%做双项。新增顾客的'正常比值'也为5%。

正常新增客 $2000 \times 5\% = 100 \text{人}$

通过计算，意味着将有 $180 \text{人} + 170 \text{人} + 100 \text{人} = 450 \text{人}$ 会进店消费，而且都是新客人哦。

所有做双项的客人，在交完款项过后，记得赠送一张198元的代金券，活动有效期截至到我们规定的时间。要求发型师必须盯追顾客，顾客回来持券消费了一律记128元的业绩。（假如追不回来，发型师自己掏钱赎回，每张券20元。备注：这个可以不要）

$128/88$ —— $98/58 (60 \text{元})$ $60 \text{元} + 68 \text{元} (\text{公司奖励})$ —— 建议这个不要给员工解释。

设计师要强烈建议顾客做双项，因为第一项都是免费给您做的，小弟也得吃饭不是？您再做个烫/染吧。一般顾客不会拒绝，也不好意思拒绝。

双项 $50\% \times 360 \text{人} = 180 \text{人}$ $180 \text{人} \times 88 \text{元} = 15840 \text{元}$

小项目 $70\% \times 360 \text{人} = 252 \text{人}$ $252 \text{人} \times 38 \text{元} = 9576 \text{元}$

健康卡 $10\% \times 360 \text{人} = 36 \text{人}$ $36 \text{人} \times 98 \text{元} = 3528 \text{元}$

办卡 $50\% \times 360 \text{人} = 180 \text{人}$ $180 \text{人} \times 200 \text{元} = 36000 \text{元}$

$28944 \times 50\% + 36000 = 50472 \text{元}$

广告词：

亲们，知道吗？xx造型20xx年1月11日开启迎新年活动啦，我们一起与美丽相约吧！20xx春季潮流发型全面发布，烫发128元起，染发88元起！

活动期间，持美丽卡在店内消费任意一项烫或染，即可获得琨丝造型独家“蝴蝶”印章一枚！集齐两枚可兑换198元烫发或染发代金券一张（不限本人使用哦），更多资讯敬请关注新浪微博@琨丝造型漆建...

如果做护理活动的话，以次数代替套装销售。

比如：328元护理6次

1、顾客：送100元烫发代金券

顾客如果再消费小项目，花费多少记多少业绩给员工。

2、发型师/助理提成88元，谁卖的给谁提成。

3、公司：成本40元

获利100元

总计：100元代金券+88元+40元+100元=328元

发廊活动方案设计篇四

活动主题：喜迎元旦，爱上你的秀发！

活动内容：

员工提成每套20元，次日早晨开例会时发提成，并分享第一名的. 销售经验；

活动操作：

活动推广之前就要对全体员工进行相关培训。

参考活动主题和广告语：飞扬元旦，喜迎新年，好礼送不断。

发廊活动方案设计篇五

爱美之心人皆有之，那么你会发现发型是十分重要的，下面是本站小编为你整理的20xx发廊活动方案，希望对你有帮助！

一、活动主题：“ 缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期： 4 月 26 日 - 5 月 8 日

三、活动目的：

3 、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前 5 名，低至 5.1 折

一次性消费满 168 元(或充值 200 元)送 51 元的现金券；

一次性消费满 480 元(或充值 500 元)元送 150 元的现金券。

惊喜三：加“ 51 元” = “ 88 元”

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会；
- 2、具体 烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

3、150 元面值的现金券不能使用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5 月 18 日 - 7 月 18 日。

4、消费满 168 或 480 均指顾客结帐时的金额，送券时如顾客不能接受 150 元面值的现金券时，可以送三张面值 51 元的现金券代替 150 元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满 168 元或充值满 200 元可送 51 元的现金券，消费满 480 元或充值 500 元送 150 元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

惊喜四解释说明：

3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行；

4、套餐的设定以 2 - 3 个为适宜，套餐的设置以“夏天养护 / 夏天美”套餐为概念。

备注：

解析说明：

1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费；

2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整；

3、发型设计卡 10 月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“华峰五一促销广告方案二”进行修改调整！

六、活动的宣传：

1、短信通知： 短信提示在活动前 4 到 2 天发送

a. 短信内容(发本店会员用)：“ 缤纷五一，华峰 店五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，详情请电 8000008 或亲临本店”

b. 短信内容(发外部顾客用)：“ 缤纷五一，华峰五大惊喜等

着您，消费 168 即可送 51 ，另有多重优惠连环送，华峰美容美发连锁机构 路店 8000008 ”

注：发外部顾客可通过购买信息公司的移动 / 联通的用户平台发短信广告。

2 、户外派单：（详看附件）

a. 派发时间：活动开始前 3 天开始

b. 派发地点：分店周边范围 1000 米 以内的商业区、住宅区、人流密集之地(如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等)以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c. 派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；

d. 派发话术：您好，我们华峰美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3 □ dm 单页夹报：

页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭 / 报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作)

七、活动现场布置：

1 、门口：

1)、海报 /x 展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“ x 展架”或悬挂 / 张贴活动内容海报；（详看附件）

a □布条幅的设计效果：

b □灯箱布条幅的设计效果：

2 、 店内：

1)、海报 /x 展架：前台收银旁放置活动内容“ x 展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；（详看附件）

2)、活动产品 / 项目：前台显眼位置放 88 元左右的产品，产品上贴 “ 88 元” 或是涂上 “ 元” 爆炸贴标签。

八、活动培训及活动执行要求：

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话术培训；

九 、 费用预算

一、金囊促销

在促销活动中对某个客人提出一些错误的观点和理解，不是当面指出，而是事先准备金囊若干，有美容使用托盘盛金囊交到客人手中，不要马上拆开，同时送小礼物。

二、专家讲课促销

专家学者一般授课时一定要采取预先约定的形式，并事先预收押金，现场全额清还，一是显示讲课内容的珍贵，二是确保参会人数，内容应深入浅出，同时注意互动，课程内容包括化妆品知识，妇女权益法讲座，结合近年新婚姻法，从关爱女性健康，维护奴性权益角度出发来考路，并可由此展开讨论。还可以设现财投资，自我形象设计，快速化装，奴性与性，相夫教子等奴人话题。

三、买二赠一促销

买二送一，买大送小，购客装赠院装，购客装赠免费疗程，买美白赠面膜等等。

四、返点促销

消费者每做一个疗程可获其特护理为返点，返点最好是百分之十以上才有吸引力。

五、积分促销

为了提高顾客消费总额，而采取的一种方法，先订好一定积分限度，达到一定额后，会获赠其特物品，如产品，礼品，优惠待遇等。

六、命名促销

给美容院开展其特活动，要求客户命名，优胜者以资奖励。

七、标语促销

美容院通过悬挂标语，口号的方式促销，醒目而有渲染力。

八、找缺点促销

又称投诉促销，客户根据美容院实际情况进行服务，产品，管理等提建议，有建设性的以资奖励。

九、开卡促销 -

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡；大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月卡比每单次消费的费用低，办理年卡比办理月卡总和消费要低，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、美容生活馆。

十、派单促销-

美容院为了吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度而进行的一种发放美容院宣传单、体验单的一种促销手段。

运用方法：美容院需要印制一些有美容院形象的宣传单，派美容师在美容院附近，美容商圈内定点派单或将此单送到商圈住宅的顾客信箱内，以达到宣传美容院，促进顾客消费的目的。

特别提示：一般在派单上可印制美容院免费试做的项目，激发顾客的消费尝试欲望，促使顾客登门进行更多的咨询和服务需求。

场合对接：小、中型美容院，大型美容院开业期间适用。

发廊开业活动方案

1、开业7天购买vds或悠兰贝尔洗发水均享受1元烫发或1元染发服务；

5、米兰炫低温生化烫一次，送价值68元弹簧素一瓶；

6、凭开业宣传单页附卷，电发、拉直发减免10元；

7、开业7天购买380元维多利亚倒膜，即可享受7次免费服务；

注意：宣传单张制作及印刷3000张，宣传单张发放时注意发放群体

开业前后3天赞助附近3家大型酒吧进行宣传活动，奖品由我店提供

一等奖：奖励xcc价值380元倒膜一套，此倒膜仅限本店使用(1名)

二等奖：奖励橄榄油160元洗护套装一套(2名)

三等奖：奖励3次洗头卡一张(5名)

四等奖：凭酒吧消费凭证享受开业期间项目5折优惠(10名)

国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值 n元(洗护套装)1套+价值 n元(烫后护理精华)1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色拘油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套；另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款；男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡(老人可免费享受一次头发修剪)。

发廊活动方案设计篇六

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。
- 5、这样的活动，势必会动员到店内所有的人力，客人来店洗头的次数增加，店内会更忙，但为了达到促销的目的，服务品质反而必须更加细腻。烫发虽免费，却反而要比平常更用心，全体动员之下，必然可以激励士气，达到增加团队精神的效果。
- 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。

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。

发廊活动方案设计篇七

1、稳定老顾客

2、发展新顾客

3、提升xx美容院在该地区的著名度

：预备5000元xx货品作活动用（公司送出10套裘服）

：（促销时间：9月29日——10月5日）

请老顾客带2个以上朋友参加，国庆节发廊活动方案。

□18□30——21□00□

1) 主持人公布晚会开始

2) 美容师表演《感恩的心》

3) 老板代表致感谢词

4) 颁奖

a感谢20xx年对xx美容院给予的最大支持、消费最高的
忠实朋友xxxxxxxxx特奖大礼一份xxxxxxxxx□

b凡是xx美容院新老顾客均有一份精美礼品xxxxxxxxx

（请第二天到xx美容院领取）

5) 顾客代表讲话

（讲美容院服务好、产品效果好、老板人好、喜欢的美容
师、自己在美容院得到的`欢乐、帮助）

6) 褰服秀

7□xx协会会长隆重推荐xx产品

8□xx美容院5.1促销活动公布方案（凡当场下定金300元者，

即可送褻服优先享有)

a找托下定金b美容师游说顾客促成

9) 公布促销时间，欢迎到xx美容院咨询

10) 表演舞蹈，公布晚会结束。

公司美导驻店3天配合美容院充分推广10.1活动方案，促成消费

1、正确统计顾客人数、印发邀请函、确保到会人数（此工作必须在15日前完成，16、17日白天再发邀请，并告知公司）

2、租会场□ok厅饭厅均可，可以割据实际人数定）

布置会场（音响、座位、盘果、横幅、气球等）

水果、糕点及奖品的预备

发廊活动方案设计篇八

一、五一进店，免费体验。

美发店想要五一劳动节促销火爆，吸引顾客，最好的办法就是进行免费体验活动，美发店可以在节日前夕派发宣传单做好宣传。五一是节假日，很多朋友都会趁这个时机好好打扮一下自己，所以，美发店在这个时候做免费体验促销，一定会有很多人前来哦。

二、现场美发演示。

五一是国家法定节日，很多人都会在家休息。美发店可以趁天气好的时候，到小区广场去做一场活动。请几个发模，然

后现场给她们做不同的发型，让小区的人看到你们美发师的技术，同时还可以卖一些美发用品，比如洗发水、护发素和发膜。这些美发用品还可以现场试用，让顾客看到效果，这样她们才能信服。

三、转介绍促销。

在营销策略中，转介绍是一种很重要的销售方法，美发店也可以采用这种方法进行五一劳动节促销。可以制定这样的促销方案：来店消费的顾客带一个顾客来消费后，她自己做头发的钱就只用付一半，带三个顾客来，她自己做头发的钱就免费。如果她带的顾客有办月卡，那么，这位介绍的顾客就可以享受3次免费洗头的福利，如果她带的顾客办了半年卡，那么就送她一个月的发膜用品。诸如此类的方案，美发店都可以试用，只有不断尝试新的促销方法，才知道哪种最适合自己的店。

美发店五一促销注意事项：

1、提前做好宣传工作。

美发店在进行五一劳动节促销之前别忘了造势，也就是大力宣传，让周围的顾客都知道你的店在搞活动。具体的宣传形式应该根据每个店的实际情况来定，可以在店门口张贴五一促销海报，也可以四处派发宣传单，宣传单可以放一些免费体验的广告，吸引顾客进店。

2、对免费体验的顾客也要用心服务。

现在很多生意人都是见钱做事，付费多的顾客，得到的服务和态度就好，免费体验的就爱理不理，小编觉得这是非常不可取的。美发店要锁定顾客，获得稳定的客源，就必须用心对待每一位顾客，尤其是免费体验的顾客，在心里上绝对不能不重视，因为很可能这些体验的顾客会成为店里的新顾客，

如果用心为他们服务，说不定他们还会给店里带来更多的顾客。

3、保证质量和效果。

美发店一旦将免费体验的宣传单派出去，那么，就会有很多人来店体验，这时，美发店需要做的重点是保证服务质量和美发效果。虽然，追求质量是每个美发店的宗旨，但是五一促销人多之际，这点极易被忽视，要保证美发店获得好口碑，保证服务质量和美发效果是必须的。