

# 美发店活动方案(模板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。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 美发店活动方案篇一

### 2018美发店营销方案

中华光辉灿烂的文化，为世界文明进程作出了巨大的贡献，从而享有“文明古国”的美誉。随着社会经济的发展和人类生活水平的不断改善，自夏、商起至西周时期，统治阶级已经基本完善了一整套的冠服制度。小编精心收集了美发店营销方案，供大家欣赏学习！

### 2017美发店营销方案一

..家门口的街道两旁，有五六家美发店，都是本市的美发连锁店。

但对其中一家，从半年前开始，我多次从其门前经过，但我不会进去做头发了。不是这家与其他店相比服务技能不好，而是缘于之前两次相同待遇的理发经历。

这家店在本市的招牌还是比较响亮的，其创造人的简历也很诱人，并作为广告内容放置在店门门头广告中，连锁店的规模也很大，从员工的激情式管理、统一的制服管理来看也比较规范。我进去的经历是：

门口有笑颜如花的服务生，进去后服务生的热情度也高。可

## 在洗头和剪发

.. 过程中，服务生和剪发师傅不停地在耳边推荐其公司的美发和面部护理产品，并强力推荐公司几百到一万元的所谓的优惠会员卡。我当时以随身未带很多现金为由推却，可他们的推销技巧更上一层楼，从我面部皮肤的毛孔分析，到可以刷卡或购一张小卡的劝诱，其目的便是现场消费，我的理发事项倒成为了附属事项，我也对他们的推销水平也比较佩服。但我以我的方式艰难婉拒了其推销。随之而来的是他们态度的迅速降温，其服务也打折扣。

.. 人与我一样，后来都常过店门而不入。

从这个事例，我从营销的角度有几点感受：

第一是推销时一定要关注顾客的情绪。顾客基本上都反对过度劝说式的销售，所谓过度是指顾客表示出不感兴趣后还继续喋喋不休地进行劝导。顾客也是理性的，推销最易引起顾客厌倦情绪，如果是在顾客不感兴趣时还要求顾客当场实现消费的方式更不可取，是一种短敌视行为。

.. 期功利的表现都会吓走客户。

收入与此挂钩。这样的管理方式必然有效，但一定会是短期行动，短视行动会透支企业的品牌和声誉，形成浮躁的企业文化，影响了企业的可持续发展。

推荐是销售的重要形式，但一定要做到恰到好处。这应该是经营者的共识。

## 2017美发店营销方案二

从空间发廊上看，要结合经济角度考虑，利用好每个空间，考虑每个功能区的分布合理性。当设计一家发廊店时，.. 首

先应该按照实际空间的使用去考虑每一个区域的安排，充分利用好每一寸空间，既发挥每一处空间的作用，又迎合顾客的心理。

一般的大型发廊店应该由:美发区、烫染区、洗头区、冲水区、产品区、休息区(客人休息区、员工休息区)色吧区、接待区、前台区、办公区:有些休闲美发店还有美容区、美甲区，健身区、沐足区。美发区是美发店装修的重中之重。在保证干净整洁的基础上，给简单的镜子和椅子组合而成的美发区增添特色。把美发区的镜子打破传统的四方形形状，安上扇形的镜子，让人眼前一亮。

镜子旁边的墙壁也不能忽视，可以

..几，成为可品茶可聊天的舒适休息区。

在一些没法利用的角落，也可以化腐朽为神奇，摆上沙发，就是休憩之地了。如果空间不够，几张实用而又不占空间的凳子，也能形成流动性的接待区，由于凳子颜色抢眼，也为整个店增色不少。前台区应该体现出店面的整体设计风格，应该属于是店面的一个亮点，整体设计可以用玻璃不锈钢及大理石来体现出其独有的面貌，前台背景体现出公司品牌效应。.

## 美发店活动方案篇二

主题：庆祝国庆，时尚烫发染发，大礼包。

目的：

- 1、针对五一的烫发染发顾客和8，9月剪发顾客的回笼，并为与打好元旦，圣诞作基础，稳定业绩。
- 2、针对五一顾客回笼，并控制顾客的消费周期

- 3、为脱离同行商圈的高争压力，造就更稳定而成长的业绩。
- 4、帮助员工造势，创造客数，产生不断的烫发染发客户。
- 5、使我们掌握和控制客人的消费周期。
- 6、让员工认识到，唯有会员卡的保护，才有真正的指定客人重复消费，固稳业绩。
- 7、激励员工，使全体员工都能增加凝聚力，建立团队精神，创造个人和团队高业绩。
- 8、使员工和客人都拥有一颗感恩的心。

活动日期□xxxx年x月x日——xxxx年x月x日

自定员工主推：烫发，代金券。

会员卡活动内容：

- 1、烫发，护发一律3.2——4.2折，吸引顾客，创造大量烫发客群。
- 2、内部设立烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单业绩。

(1)水能高弹理疗烫

a□烫发+天然醋疗精华原价 现价

b□烫发+染发 原价 现价

c□染发+天然醋疗精华原价 现价

d□烫发+染发+天然醋疗精华原价 现价

(2) 凡单项满----元，均送一张价值----元的母亲感恩卡，可以任意消费

(3) 母亲感恩储值卡原价228元，现价100元，可任意消费

(4) 凡购买倒膜一套原价元再送 元的储值卡一张

(5) 凡到本店消费者一律送价值元的天然精华倒膜

6) 凡购买我店任意产品的.，均送价值 元的剪发

3、凡烫发顾客在当日护发一律同价免费。

4、(1) 剪发卡优惠办卡大活动

(2) 洗剪吹三次 特价元，并赠送价值 元的倒膜1次

(3) 凡在当日购买贵宾卡的客人，可免当日消费。例：贵宾卡元送倒膜 元

(4) 凡做烫发套餐的顾客，可购买 烫发，只需花 元(不含洗剪吹，有效期至 月 日)

顾客的利益：

- 1、认识好的产品是由专业人员来操作完成的。
- 2、令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。
- 3、令顾客安心，信心满意的服务。
- 4、超值价值，超值服务。

## 活动前置要点：

- 1、促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。
- 2、对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。
- 3、店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。
- 4、最新流行图片收集是否以全。
- 5、顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。
- 6、预约卷发放区和分配是否划分清楚。
- 7、发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。
- 8、发型师的图片手册
- 9  a.现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫发染发护客人，让烫发染发护客人如何变为高单客户。
- b.商圈拜访话术
- c.预约单发放话述
- d.顾客电话问候话术
- e.烫发染发技术训练
- f.8款——10款剪烫发型培训
- 11、任务奖励方式

- (1) 发型师套餐比赛
- (2) 推卡比赛
- (3) 总业绩及单项业绩最高
- (4) 助理套餐比赛
- (5) 助理推卡比赛。

十一美发店活动优惠方案：

方案一：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品牌彩色焗油，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)。

### 美发店活动方案篇三

中秋节是中国的三大传统节日之一。中秋节活动围绕“中秋情浓意更浓”为美发店的活动主线，突出“团圆”，“礼

物”，“情意”等节日特征，力争卖出美发项目高峰，同时带给客人体验，营造美发店良好口碑。

活动期间，指定烫发、染发、拉发项目仅需19元。送45天超长效果保型期，保型期内如果客人有不满意的地方，或者是造型变形，可以到美发店免费重做。

## 历史

### 大优惠

客人购买昂的控油平衡洗发水(750ml)仅需218元，且+40元，便可获赠价值220元的烫发或烫发一次。

客人购买昂的控油平衡洗发水(320ml)仅需128元+20元，便可获赠价值180元的烫发或烫发一次。

### 染烫

### 升级

中秋节活动期间，会员卡充值满300元可以享受7.5折优惠，再送染发或烫发前护理一次。

会员卡一次性充值满500元，可以享受7.5折优惠，再送染烫后护理三次。

会员卡一次性充值满1000元，可以享受7折优惠，送护理四次，再送昂的造型营养滋润洗发水一瓶。

会员卡一次性充值满20xx元，可以享受6.5折优惠，送昂的造型精装版护理一套，再送昂的造型营养滋润洗发水一瓶。

### 充值



送送送

1. 短信宣传。借助短信群发平台进行活动宣传，将美发店的优惠活动以短信形式通过美发店客人档案库传递给客人。
2. 微信朋友圈宣传。制作中秋节美发店活动海报，客人转发海报至朋友圈并获得50个赞，到店消费可以凭借截图免费享受头部spa一次。
3. 微信公众号宣传。在美发店的公众号上提前发推文为活动预热，告知活动优惠。
4. 传单宣传。

## 美发店活动方案篇四

在节假日可以开展活动，譬如十月一日。10月1日是伟大祖国成立周年的'大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期间包月卡打9折，包季卡8.5折，并送4次治疗，包半年卡7.5折，并送8次治疗，包年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购买产品全年打6.5折。

“短信”现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等。据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错。加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的内容记忆深刻。而且建议在理发店管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增添了美发店的档次。

人人都想中奖，而且是中得越多越好。特别是女性，对中奖的欲望更强烈。在此，我们把人们的中奖欲望用于我们理发店当中。在北京有一家就是成功的抓住了这点，他的操作方法很简单，每当顾客在我们美容美发店消费20元。则赠送顾客一注价值2元的体育彩票。依此类推，顾客消费每增加20元，则多加一注。有一次，有一位顾客在这家理发店消费了300元，这家理发店老板当场就给这位顾客买了15注体育彩票，结果，这位顾客中了二等奖，奖金为14780元。该顾客中奖后，消息迅速地传遍了方圆2公里。从此，来这家美容美发店的顾客也就越来越多了。

## step1□对顾客进行详细的分类

一般来说，没有兴趣的顾客对于美容院发传单宣传很是反感，因为其一在于美容美发店盲目的宣传根本没有把理发店的特色体现出来，其二在于有些发传单的人是为了应付工作，随便几张一起塞进顾客手中，这种被迫接受会令顾客对美容美发店的印象大打折扣。对于进店消费的顾客，要根据顾客的消费习惯和消费能力进行不同的分类，针对不同人群推出不同套餐，会达到事半功倍的效果。如针对学生可以推出校园卡套餐，针对周围居民可以推出居民优惠套餐，而针对白领等可以推出高档套餐。随着时代愈来愈趋向个性化的消费，开店的人更需要与时俱进。有针对性的宣传和服务才是招揽顾客的关键。

## step2□给自己一个明确的定位

理发店老板在开店之前应该有一个明确的定位，究竟是坐等收钱还是投入在理发店的经营中去，做老板并不是一味地依靠员工，而是有自己的一套管理体系，让员工信服。首先老板应以身作则，招揽顾客，在保证客流量的同时还可以带动员工的积极性，看谁的业务完成的高，调动员工的积极性和责任感。

# 美发店活动方案篇五

“缤纷五一，惊喜等着你”

4月28日—5月7日

3、让顾客产生好感，提升品牌形象。

惊喜一、每天前3名，低至xx折

想烫就烫，活动期间每天前3名顾客消费原价480元的.数码烫可享受折优惠。

惊喜二、消费满286送80元代金券

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、具体烫的款式及原价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。

惊喜二解释说明

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。