

2023年养发馆三八节活动 发廊活动方案(汇总10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。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

养发馆三八节活动篇一

1、稳定老顾客

2、发展新顾客

3、提升**美容院在该地区的著名度

：预备5000元**货品作活动用（公司送出10套褰服）

：（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**美容院给予的最大支持、消费最高的

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)

6) 褰服秀

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,即可送褰服优先享有)

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。

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

养发馆三八节活动篇二

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）。

养发馆三八节活动篇三

【篇一】发廊活动方案

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(2013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: $2000 \text{人} \times 60\% = 1200 \text{人}$

一、剪发: 单项 $30\% \times 1200 = 360 \text{人}$ $360 \text{人} \times 128 \text{元} = 46080 \text{元}$

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

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

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

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

办卡 $+34776 \text{元} = 36000 + 34776 = 70776 \text{元}$

二、烫/染单项

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 $\square 17\% \times 2000 \text{人} = 340 \text{人}$

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

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

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

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

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

三、双项

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 $2000 \times 5\% = 100$ 人

通过计算，意味着将有 180 人 $+ 170$ 人 $+ 100$ 人 $= 450$ 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元) 60元+68元 (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 $50\% \times 360$ 人 $= 180$ 人 180 人 $\times 88$ 元 $= 15840$ 元

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

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

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

$28944 \times 50\% + 36000 = 50472$ 元

广告词：

亲们，知道吗?xx造型2013年1月11日开启迎新年活动啦，我们一起与美丽相约吧!2013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

【篇二】发廊活动方案

1. 活动日期□20xx年12月8日至20xx年1月8日

2. 活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务;创造平均客单消费高价战略。

(3)通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4)创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5)脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6)立体造势，大量吸引人。

(7)帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8)帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9)激励团队以团队利益为出发点，营造!“比，学，赶，帮”气氛。

(10)争当“服务天使”“技术能手”，“进步员工”的先进荣誉福利并举。

3. 活动内容:

(1)对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2)内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩.

(3)规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4)凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5)凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型

设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如何能使用《旺点发型设计软件》进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套全能浪漫无损烫发原价ss元+靓点染发原价xx元。姜疗倒膜原价xxx元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价xx元+姜疗护发原价xx元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次xxx元，特价xx元，并送价值xx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xx元一(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)

4. 活动前的准备

1) 进行活动前人员动员：告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：拉条幅：看起来简单，但一定要做。店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他一定会看，而电话就

不同了，可接可不接，而且短信便宜。

5. 顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。(物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。(热情，主动，舒适)

(4) 享受超低价格，超值服务。

6. 员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源;更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

6. 活动前布置执行要点:

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日完成)。

(4) 顾客资料整理. 电话通知客人，三天工作期(月日完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开(月日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8)a□店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“全能浪漫无损烫”。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让顾客购买产品：

b□广告发放语术训练。

c□冷烫技术训练。

d□染发技术训练c

e□护发技术训练。

f□统一问候客人语术。

g□20xx年最新发型发表(布置店堂的挂画下，喷写圣诞快乐)

(9)店外广告(写真，喷绘)发布月日完成

7.美丽卡发放月日完成

8.纸巾发放月日完成

9.海报贴月日完成

10.每日早会检查前一天状况，布置当日工作

11.奖罚方法：

(1)此活动以业绩达成数的结果为比赛基础。

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b□助理贵宾卡，护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)

第三周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)

第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)

c□活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元□
号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率□

1号发型师本月应得奖金400元。

中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

(1) 活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完了，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（这里推荐大家使用《旺点系统美容美发管理软件》）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：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

【篇三】发廊活动方案

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：奖励英国enpir维多利亚价值380元倒膜一套，此倒膜仅限本店使用(1名)

二等奖：奖励vds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)

养发馆三八节活动篇四

新年新发型好礼送不停超值行动火热进行中

xx年x月x日——xx年x月x日

1、对于美发店：短时间内为店面带来很多新顾客，也让很多潜在消费者知道自己的店面，通过优惠券实在的优惠内容，增加他们来店消费的欲望，从而发掘一大批来店消费的新顾客。更可以通过本次促销活动，改变店铺原有一些项目消费金额少或消费顾客少的情况，强势带动店铺的整体项目消费的提升，并有效留住老顾客。

2、对于员工：优惠券里包含洗护及美发的优惠项目，大量的客源可为员工带来提成的增高，使员工过一个丰厚的新年。顾客也为员工带来很多的操作机会，大大提高员工在专业技术，增加员工的凝聚力，也有利于店面发型的宣传推广。

3、对于顾客：实实在在享受到优惠，满足顾客在节前打扮、改变形象的欲望。

六。活动细则：

3、派发办法：

a)由分店主管带领员工，大量派发，监督员工派发数量和质量。

b)外聘派单人员，由店内派专人监督派单质量

4、各连锁机构在接到开展优惠酬宾活动通知后，如果能开会讨论活动具体实施细则，成立活动小组，逐项落实、责任到人，活动效果会更好。

5、活动小组负责人要亲自监督优惠活动《宣传单页》的发放情况，并提前面向下属做好现场推销环节有关培训。

6、所有目标人群、附近商铺

7、员工提成：

b)建议按员工产值计算，烫染护券可按优惠券面值计算（如烫发优惠券现价99元，发型师和技师产值以99元计算）

8、统计方法：每券上均附有号码，顾客持券来店消费，须把该券与水单钉在一起，活动结束后统计出持券消费的顾客数量，从而计算出本次活动为分店带来了多少新顾客。

9、派发话术：您好□xx店送50元给您！（如果对方有兴趣，可进一步介绍：我们xx店新年优惠活动，撕下优惠券做头发便宜很多的，我们店在xxx地方，1月31号前才有这种优惠哦，你赶快来吧！）

10、活动布置：

注：场地有条件的分店可在门口放置升空气球、充气拱门、飘星等。

11、广告布置：

（1）。门头拉新年庆横幅

（2）。门口放新年庆x展架或张贴海报

（3）。门口用新年庆气球布置出浓厚的节日气氛

（4）。门口或显眼位置设立促销台，上面摆放新年庆礼品。旁边放置x展架。

（5）。员工穿着整齐工衣，佩带工牌，发型要求是店面最新发型，咨客或迎宾须佩带新年庆绶带。

（6）。收银台布置参考门口布置，并放一个a4大小的海报。

（7）。烫染剪发区张贴新年原创发型，天花悬吊周年庆促销吊旗

（8）。洗护区张贴新年庆海报

12、促销效果分析

假设店面印刷1万份宣传单，每张宣传单含20张优惠券，则优

优惠券共发出20万张，按20/80法则计算，预计10%的优惠券吸引顾客使用一次，则为店铺直接带来2万次顾客消费次数，其中每个顾客持续使用优惠券假设为10次，则本次促销活动直接派单带来的新客以及新客转介绍的客人总计达到2000个。

(1) 活动期内预计新增顾客：2000个

(2) 活动直接销售业绩：40万元

假设顾客的单次消费按20元计算，则： $2\text{万次} \times 20\text{元/次} = 40\text{万元}$

(3) 活动新增的2000个顾客一年内为店铺增加的销售业绩：184万

b□假设10%顾客一年在店铺消费2000元，则： $10\% \times 2000\text{人} \times 2000\text{元/人} = 40\text{万}$
c□假设80%顾客一年在店铺消费400元，则：

$80\% \times 2000\text{人} \times 400\text{元/人} = 64\text{万}$

由于活动优惠政策的刺激，按20/80法则计算，则老顾客在本次活动中产生的销售业绩为：

还有更多更多的好处。。。。。

13、促销预算

(2) 广告吊旗： $20\text{米} \times 20\text{元/米} = 400\text{元}$

14、优惠券说明：

(1) 正面所赠的300元现金券，为烫染现金券，50元/张，共送6张。(300元的优惠券可以联盟周边商家联合促销，购买店

面的现金券。如影楼拍摄婚纱照满3800元，送300元尚艺的现金券）

（2）正面右下角的50元现金券，有效日期为3月31日，目的为年后顾客还能使用该券，锁住顾客烫染项目。

（3）背面的撕券，有效期的设置有2种选择：

a□全部有效期为1月31日：顾客必须在节前来消费，短时间迅速提升客流量，但节后业绩不能保障。

b□上2行有效期为1月31日，下2行有效期为3月31日：让顾客能在节后也能享受优惠，套住一部分节后客源。

（4）背面的撕券，价格可以修改：如果该店的洗头客较少，洗头凭券只需5元甚至可以调整为1元洗头（但时间应缩短），短时间内为店铺带来海量的顾客；如果剪发客少，剪发凭券只需15元；如果护理客较少，护理凭券只需38元；如果烫染客较少，烫或染凭券只需68元，甚至更低的价格，为该项目带来更多的顾客体验。

养发馆三八节活动篇五

企业转型升级，需根据自身的资源，扬长避短，成功概率高。有人却是“跨界”从一个领域到另外一个全新领域，一下变成处男、处女危险很高。有人每隔三五年换个行业，有人][一年换三个，做事只是为眼前挣钱却没有任何正累积，是正累积呦！又有多少人能真正明白这句话的含义呢？安东尼·罗宾说，正累积1万个小时，创造人生辉煌！所以终于明天成功与年龄无关，只根你什么时间开始正累积这1万小时有关。有人正累积1千小时就放弃了，有人累计5千小时就放弃，有人累积9小时就放弃，这是为什么？因为看不到希望！如果人人都能看到希望，那希望已失去意义了。当别人已失去信心，你仍坚持，这就是卓越！在企业转型阶段，大部分人都会有些

困惑，谁能在正确方向坚持，谁就距成功近一步。自勉！

很多发廊老板在问我要活动方案，说句心里话，我一般并不敢轻易给发廊老板出活动方案的招，因为每一家发廊的状况不一样，基础不一样，所处的经营阶段也不一样，我在没有了解你家发廊各方面情况的前提下，万一给错了方向，损失的不仅是你自己，更为关键的是我还得因此背下你的骂名，费力不讨好的事情毕竟都不是大家想要看到的局面。

关于发廊的活动，从经营的角度来说，的确是必不可少的组成部分。但不管什么样的活动，它毕竟只是经营的一部分，不是发廊经营的全部，更不应该把活动当成所谓的救命稻草，当做医治百病的灵丹妙药。

我一直以来有一个观念，活动是一把双刃剑，用对了你可能会如虎添翼，用错了你也许会雪上加霜。是对是错，则完全取决于你是否能够准确把握：你家发廊经营的现状和所处的阶段。

提升客流量的活动、提升客单价的活动、既提升客流量又提升客单价的活动。

如何让顾客受益、如何让员工有动力、如何让发廊有利润。

鉴于这段时间很多发廊老板咨询我关于开新店如何做活动的问题，我就拿出一个案例来抛砖引玉，开启一下大家的思维。但我在这里必须提前申明，这个活动是有前提条件的，千万不能盲目乱套，一定要依据你家发廊的实际情况仔细推敲和斟酌！

对于一家新开业的发廊，最重要的还是要有客流量，如果没有足够的客流量，员工高涨的士气和斗志很快就会被冷清的场面给冲淡、给磨灭，所以我们首先把这种活动定义为“客流量”的活动。

活动的内容分为2个部分：

活动一：来店里洗头的客人，在他买完单的时候，由前台收银送他10张免费剪发卡（用卡片形式做的），凭这种卡过来消费的顾客只需要支付洗头钱，卡片上面签上发型师的名字或工号。

剪发卡的有效期用手工填写，其中9张有效期为7天。（目的是让顾客送给他的亲人和朋友）

另外一张剪发卡有效期分男客和女客而定，男客有效期为1个月，女客有效期为2个月。（目的是让他本人来消费）

活动二：来店里洗剪吹的客人，在他买完单的时候，前台收银送他10张免费洗头卡，凭这种卡来店里消费的客人完全免费，不收取一分钱。

洗头卡的日期也分为两种方式填写，其中9张有效期为2天。（目的是让顾客送给他的朋友）

另外一张可以设定在3天，也可以设定在5天，最好不要超过7天。（目的是让顾客本人得到实惠）

亲爱的朋友：你看出来这个活动的玄机 and 奥妙了吗？

很显然，这个活动的目的是为了发展满意的顾客帮我们去客带客，广泛和大量地帮我们去宣传，影响到他的朋友圈。

剪发卡的时间为什么要设定在7天以内？洗头卡的时间为什么要设定在2天以内？这些都是和消费周期和消费频率相关。大部分客人不可能因为想占你这点小便宜，天天跑到你家发廊去洗头；即使剪发，他也不可能两个星期来剪一次。

连续循环一个星期或者半个月，请问你家客流量会上涨到什

么程度？

我想这个数字算出来很多老板都会觉得不可思议！

但活动归活动，这里面还是需要很多环节去支撑，否则不仅会弄巧成拙，更有可能会一败涂地！

做这种类型的活动需要几个方面的基础去支撑，否则一般情况下我并不主张发廊老板轻易使用这种方案！

第一：你家发廊助理的洗头技术是否到位，如果洗头方面的技术和服务品质不够过硬，建议你不要轻易去碰。

第二：你家发型师各方面的技术功底如何，吹风、裁剪的技术是否过硬，否则吹的越多、剪的越多，死的越快。

第三：你家助理的沟通能力如何，你家发廊有哪些加收项目，这些项目的成交率是否能弥补你这个阶段的水电和物料基本费用。

第四：你家发型师的沟通能力如何，吹变剪、剪变烫等项目开发的能力如何，成交的比例和概率是多少。

第五：你如何将这些客人引导到办理会员卡，办卡的比例能够达到多少。

第六：免费的剪发卡只收了洗头钱，发型师和助理的记账方式怎么平衡。洗头卡完全不收费，助理和发型师的工资怎么计算，这些你都要提前和员工商量好，把道理和员工讲清楚，争取获得他们的支持。

第七：你作为老板，你愿意牺牲眼前的利益来获取前期的客流，你预算的底线是多少。客流量的问题是解决了，员工其他项目产值的绩效如何来考核，考核的标准应该去到哪里。

这7个问题你都要认真思考清楚，否则即使你短期内获得了大量的客流，根本的问题如果不解决，最终伤害的还是你自己！

玩笑归玩笑，我只是想开启一下这位老板在经营上面的一些思维，虽然这个玩笑有些极端，但我是想告诉他一个道理：发廊不是所有项目都是赚钱的，客人是进来了，能不能产出价值、能不能留住顾客，最终还是由你家发廊的技术和服务说了算！

我给大家的这个活动其实还有一个非常重要的环节，我不知道各位有没有真正看明白？

原因只有一个：那就是必须建立在顾客对你家发廊技术和服 务非常满意的前提之下，这种活动才可以去做，这种活动才会产生真正的好效果！

养发馆三八节活动篇六

美发店开业活动方案如何做呢？首先根据顾客选择美发店的标准进行组织，下面介绍美发店在开业之初的活动应围绕如下几点来进行：

我们的顾客就在我们的身边，可是她们并不认识我们。那么，可以通过什么方法让顾客认识我们，最简单的方法就是利用我们平常各种店头广告了。

店头广告是体现一个店的综合素质的窗口，店周围卫生状况是顾客审视消费环境的一个重要因素；绝对不要用传统的方式（如红色纸）去张贴海报，店内要常备大头笔及白色蜡光纸，每当一个新的活动或通告需要告知顾客，即可在固定的位置张贴；在店门口我们可以让顾客了解到一些她们感兴趣的资讯如收费标准、服务项目与技术内容，以吸引顾客。

店头广告是为来往的人群所设置的，宜采用鲜明的色彩吸引

人们。内容多为优惠、促销公告及季节性美容知识等。店头广告的目的'是为了给行人一个明确的印象，清楚本店经营内容及风格。

宣传品可以是优惠券、代金券，也可以是纯粹关于美容知识的宣传，旨在让顾客不断了解最新的美容知识以产生兴趣，吸引其注意力。

让异类经营者以答谢顾客的形式推广本店服务，永远是一种较为聪明的推广方法，使用这种方法一定要找出一种互惠互利的模式，否则没有人会为你做宣传。

以下举几种异类结盟活动的方法：

凡在其店购物（消费）达×××元者可参加本店有奖活动；

问答或抽奖活动；

凡在其店购物（消费）达×××元者可获本店价值多少元代金券一张；

本店老客户可获本公司举办顾客活动门券一张。

可用的方法有很多种，但这些方法必须有一个共性，就是真的能给美容院带来实际利益。

开业时最需要的是人气，让你的朋友来享受你的优惠，如果她有消费能力，吸引她成为你的客户；如果她没有消费能力，吸引她成为你的宣传员；将自己的生意，和朋友共享，会获取朋友的帮助和尊重。将这个方法也教给你的员工，让她们也开发属于自己的客源，给予宽松的提成政策，会收到良好的效果。

除非联合起来，否则做报刊广告的必要不是很大。

需要注意的是，所有的开业活动都是为吸引客源而准备，但是开发客源并不是我们的最终目的，我们的目的是通过引导顾客消费来盈利，那么配合客人进店后的消费引导工作很重要。

顾客的消费心理是复杂的，会受很多因素的影响，如是否有适合自己的经营项目、产品品质的感受、产品价格是否适中、服务人员是否专业、店内是否安静等。

养发馆三八节活动篇七

前期的预备：

- 1□xx活动为谁服务，要达到什么目的。
- 2、明确为什么要搞xx活动。
- 3、活动的地点、时间、开展什么样的活动。
- 4、对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

- 1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志（可以用丝印或贴不干贴），椅子3、4把。
- 2、需配备拉网展架或x展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。
- 3、路演xx中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行查看，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。
- 4、路演xx中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对

设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。

5、路演xx针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。

6、路演xx活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

1：一至两名商务人员（商务人员必须对产品和活动有一定的经验），加带2~4名xx小姐□a□一般为年轻女性，身高一般在162cm以上青春亲民为佳）。

2：商务人员一律得统一着装（一般是深色的西服，白色衬衣，深色皮鞋，胸卡□□xx小姐穿着由发廊统一的xx服（注意：鞋须穿深色高跟皮鞋，一定要带公司统一的天使帽）。

3：活动前必须针对xx人员进行岗前培训（培训内容包括□xx目的□xx人员站位□xx相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束后清场事宜）。

二、活动的申报。

这是必经程序，区域活动应得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1、活动方案：背景分析；活动目的；活动时间、地点、活动人、主持形式、内容；活动操作控制；应急措施等。

2、费用：活动所需的，预算以内的费用。

3、小区活动。

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明：活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时，认识发廊品牌，了解美发产品；活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

活动的开展

- 1、活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与xx人员之间的互动性。
- 2、注意资料发送的对象（有部分可能是对手发廊情报人员）及其重点对象。
- 3、注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

四、活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

养发馆三八节活动篇八

本店为迎接双十一的到来，特此做了如下活动方案：

”千人千面，最美不过适合你造型百变”

- 1、活动期间充值会员卡，充两百送五十，本人可免费洗吹剪一次。
- 2、烫染单项满300元可以享受7折。

- 3、单笔消费达300可免费带一人洗吹剪。
- 4、活动期间在店烫染达500元，送免费头皮护理两次。
- 5、充值三百元赠送价值100元生化烫一次。
- 6、充值800元赠送高效滋润护发发膜一盒，可免费到店护理。

宣传海报是永远都不会过时的宣传方式，也是最方便快捷的宣传方式，节日之前店里就应该营造好一种气氛，可以在店里挂上一些醒目风格一致的小招贴画，这样的好处是能够风格明显统一，能够给顾客带来很好的体验感。此外，在美发店的醒目的位置也要贴上那种大的宣传海报，能让来来往往的行人看到的那种，所以这种海报上面的信息一定要简单明了，让人一目了然的。那种。足够的吸引人。

养发馆三八节活动篇九

活动背景：“光棍节”从网络节日变成青年朋友广为流行的节日，而在网络上则演变成购物狂欢节，每逢到了“光棍节”不论是商场、饭店或者游乐场所，都会借助节日的氛围策划“光棍节”活动来招揽顾客。在这年轻时尚的节日里，____美容院推出了“光棍节不孤单”特惠活动。而如今天气逐渐变得干燥寒冷，并且入秋之后持续着干燥、炎热的天气。所以从目前美容院的消费上可以了解到，消费者在换季之后进店消费初秋时节以美白修复为主，而如今则是以滋润保养为主。因此，____美容院借助“光棍节”这一档期进行促销活动，不仅是提高知名度，提升形象的大好时机，也是利用节日抓住商机的绝佳机会。

活动主题：____陪你过光棍情人节

活动时间：11月1日~11月11日

活动地点：____美容院各大直营店

活动对象：____所有的新老单身女性顾客

活动目的：恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到____的温暖，并且还能够在美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为____带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

- 1、“光棍节”本是从网络上流传而来的节日，所以在宣传上要着重在网络宣传策划中。首先在____美容院的、官方微博以及论坛等渠道上发布关于这次活动的宣传信息。提前两周的左右将活动内容发布在网络上。
- 2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠卷等。
- 3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

注意事项：

- 1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。
- 2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受8.8折的优惠。并且赠送____的会员卡一张，和____提供的护肤小样试用装一份。

注：活动体验券以店内的有效期为准。

光棍节促销活动2

一、活动目的：

光棍节是一种年轻人的娱乐节目，1月1日是小光棍节，1月11日和11月1日是中光棍节，而11月11日由于有4个1，所以被称为大光棍节。本次活动围绕“光棍也要狂购物”这个活动主线，全力突出光棍节娱乐的节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。通过宅男系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的`销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间：_年11月9日--_年11月11日

三、活动主题：“欢乐光棍欢乐颂，联盛大礼乐翻天”

四、活动内容：“欢乐在联盛，光棍大采购”

1、“光棍欢乐颂”活动期间，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。并针对单身宅男宅女群体最喜爱的泡面类商品统一实行优惠促销。

2、“联盛送情意，光棍礼上礼”凡在本超市购物满200送精美礼品一份并免费办理联盛超市会员卡。（礼品建议个性饰品等时尚物品）

3、“欢乐幸运颂”幸运转盘转不停，大礼连连送！凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推！可得到指针指中的相应的奖品。

4、“欢乐会员颂”推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让联盛的会员卡变成随身必带的物品之一。

5、“欢乐时尚颂”时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推！

五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，海报的制作与发放，活动的监督执行。

光棍节促销活动3

一、前言

1、单身礼品

2、11元抢购

11元抢购？这可是京东商城最近正热搞的光棍节促销活动方案呐。是不是很有创意？当然了，想搞好棍棍促销，首先要算好

成本，要做到薄利多销，还要借此良机打好名气，为以后的生意做铺垫!11元，真的不是很贵喽，每一个人都会舍得在这样的日子里话费不大的价钱，买到一件心仪已久的东东，所以你的产品还要有吸引人又实惠的优点哦!

3、降价促销

降价促销，永远都是节日促销不变的主题!降价，要巧妙地降价，要让消费者感受到真真正正的实惠，你才有销路，才能大赚一笔的哦!降价若不当的话，很容易给消费者造成负面的影响，这可是事关你以后生意能不能成功的关键呢!

4、送光棍节吉祥物，祝福光棍们早日脱单

每一个光棍都是不想就此光棍下去的吧!所以吉祥物会被奉为上品哦，光棍节促销活动方案中也可以专门买光棍节吉祥物，当然也可以“进店有礼”，送个性的光棍节吉祥物，这样能吸引大批的消费者进店的，进得人多了，生意自然就旺旺了。当然，您也可以在消费者购物满多少元的时候送什么级别的光棍节吉祥物的。这绝对不是一个坏的光棍节促销活动方案。

二、活动背景

在双十一活动前夕，商家可以参加淘金币、聚划算、等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在双十一活动中的销售做铺垫。“双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。20__年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，许多人的集体疯抢，以及多家知名品牌参与。单日成交额达上好几亿。

三、活动时间与活动商品

活动时间：11月7日到11月13日

活动方式：

1、淘金币：挑选10款产品(顾家支持)上淘金币活动

聚划算：挑选3款产品(顾家支持)上聚划算活动

2、活动时间：20__。11。11凌晨一点至24点。

宣传语：全场五折还包邮哦！

四、活动目的

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法

五、店铺活动

1、好评送消费券

2、收藏拿双十一红包或者是淘金币

3、关注有好礼

六、活动规则

(1)消费券只限购买原价商品；

(2)聚划算商品不参加双十一活动。

七、活动推广

1、直通车引流

2、店铺活动通告

3、宝贝描述通告

4、帮派社区宣传

5、旺旺签名活动预告

6、淘客联盟

八、活动跟进(团队配合)

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页，设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。

网络：检查促销软件设置。快捷短语和自动回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：发货员备货以及快递公司提前联系准备!确保库存准确，避免缺货、准备好打印机及相关材料和打包用的材料。

准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决、文案：提炼活动广告宣传语、推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

九、库存准备

(2)根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3)检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4)务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

十、人员准备

按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5)物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算

十一、物料准备

(2)快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3)本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

光棍节促销活动4

一、活动背景：

光棍节兴起于校园，并通过网络等媒介传播，逐渐形成了一种光棍节的文化。11月11日，是单身一族的一个另类节日，

因为这一天的日期里面有连续四个“一”的缘故，这个日子便被定为“光棍节”(one'sday)[]

二、活动目的、目标及意义：

让我们广大的光棍朋友们，在这特殊的节日里，有一个放纵的舞台，狂欢的场所，能够将单身的自由自在发挥到淋漓尽致，或是在这个具有特殊意义的节日里，找到你的另一半，结束单身。

三、活动时间：11月11日

四、活动地点：待定

五、资源需要：

(1) 宣传大海报一张. 宣传板一张

(2) 用不同颜色标上编号的纸片(分为两类，一类作为每人的编号，一类供游戏用)

(3) 白纸若干，笔5、6支;气球，贴纸彩线若干

(4) 话筒至少两个，传递彩球一个或者花朵一束

(5) 与光棍节相关的奖品(如：苹果、棒棒糖、甘蔗、水)

(6) 照相机至少一部

(7) 道具：一次性杯子、削皮道具、无线麦、打气筒

六、活动策略：

(1) 分组及任务

- 1) 外联部负责为本次活动拉赞助，接待宾客及安排他们入座；
- 2) 人事部负责理事会成员的通知，会场的布置，活动工具的制作；
- 3) 培训部负责主持活动和粤语教学，调动会员积极性，活跃气氛；
- 5) 秘书部负责设计台词、活动的记录和总结；
- 6) 财务部做好活动的费用计算和记录，购买活动奖品和道具；
- 7) 策划部负责策划本次活动并协助培训部完成本次活动。

(2) 任务要求：

- 2) 注意现场秩序的持续，成功配对的人，发编号(尽量自由进行，必要时按编号入场)；

七、活动开展：

(一) 准备工作

1) 校园宣传：

布置宣传板一个，贴上大的宣传海报，海报内容由宣传部制作(应注明时间、地点、主题、赞助商)

2) 道具制作：

由秘书部向各部长收集游戏，并了解其需要的道具，组织理事会成员制作完成，交给人事部保管(主要是游戏用的简单工具)

3) 奖品购买：

由财务部和相关部门联系，了解需要购买的物品，进行物品购买，并做好记录。

4) 场地申请：

由会长向学校申请教室，作为活动场地。

(二) 活动正式进行

1) 理事会成员提前一个小时到场，布置场地(场地要求，有一定空位作为表演的舞台，黑板要求注明主题、赞助商，用气球或贴花见到装饰现场，有节日活动的氛围)

2) 会员到场，理事会分组完成，人员接待及入座；

3) 会长讲话，并宣布活动开始；

4) 主持人带动大家唱《单身情歌》，调节一下气氛；

5) 温习一下上次教学的、与光棍节有关的词语；

6) 现场征求表白用语和思路，以及用粤语教会大家；

7) 表白大会及模拟情人产生；

8) 默契考验，情侣大比拼；

9) 单身串烧；

10) 再次唱单身情歌结束

八、活动内容：

(1) 教学内容：

1) 与光棍节有关的词汇、简单的句子:

2) 与光棍节有关的抒情歌曲:

你是我心中的一首歌等, 或是用歌名编写的一段表白

3) 粤语短片语言学习(为后面的游戏做基础, 要简短)

(2) 活动内容:

1) 模拟情人一小时, 表白大会:

a. 鼓励会员自由到讲台讲出心中中的他得样子, 在现场表白, 寻找模拟情人;

b. 成功的下台准备默契考验, 没成功的才艺表演;

c. 也可以在下面自由组合, 没伴侣的待定, 作为情侣挑战失败组的惩罚;

2) 数字游戏:

a. 将准备好的编号纸片装在一个大盒子里面, 放在讲台;

c. 最快的奖励, 最慢的惩罚(被惩罚者, 可以叫剩下的单身待罚);

3) 默契大考验:

a. 给3分钟时间, 让刚组成的情侣互相了解;

b. 参比情侣, 一人发问并将答案写在纸上, 另一位回答;

c. 对得最多的组胜, 惩罚双人表演

4) 削苹果比赛：

九、经费预算：

宣传海报：15元

道具筹备：20元

装饰品：20元

奖品：60元

总计：115元

十、活动中应注意的细节及问题：

(1) 尽量关注后排成员，让每位成员都有表演的机会(横竖排点名、编号)

(2) 教学期间不要乱走动，特别是在讲台前晃动

(3) 教学内容不要过长，注上拼音，把长句变成短句教，在整体教

十一、活动负责人及参与者：

负责人：理事会主要成员

参与者：全体会员

十二、结束工作：

(1) 清理现场，恢复教室原貌

(2) 财务部将费用统计好加以记录

光棍节促销活动5

关于光棍节客户群的分析

光棍节客户群细分：

大学生，办公室一族，多集中18岁~30岁之间。

光棍节客户群特点：

单身，时尚，娱乐

光棍节客户需求：

心理自嘲，娱乐，爱情

策划光棍节公司资源现状

活动目的：

多店资源整合，借助光棍节为托管店铺引进流量

2，资源支持

多店资源，产品线较丰富，具备主流渠道传播的推广执行团队

光棍节活动的整体构思和部署

活动的卖点

以店内折扣优惠为核心卖点

活动页面秒杀送礼为辅助

活动的整体引流构思

引流方法：店铺通过悬挂双11活动预告的广告图，以给予优惠的形式吸引顾客关注微博

淘宝光棍节促销活动方案2

一、活动主题及其概念

光棍啦，时尚购物全场无理由5折。

传播概念，以时尚光棍(推广所用文案，图片，包括页面制作都围绕这个概念)为传播切入点，利用各渠道对活动页面进行传播。

二、策划案执行流程概括

1、10月11号-16号

进行推广所需的资料收集准备(包括微博帐号，旺旺号，推广所需的文案及图片素材等)

活动期间店铺客服推荐活动的话术

2、10月17号-31号

所有推广渠道开始推广微博，并且微博同步开始运营。

3、11月1号-5号

微博开始新的有奖转发，参加活动的店铺开始上活动预告图，将流量跳转到微博。

上预告页面，进行分享有礼活动，分享本页面可获5元优惠券

4、11月6号-11号

经过17天的论坛推广反馈数据，挑选出优质论坛进行软文直接推广页面。

各渠道推广宣传首页

养发馆三八节活动篇十

1. 青春的脚步，被头发卷住了；
2. 过年了，你的头发该烫了？
3. 春天来了，你的头发该烫了？
4. 烫别人不敢烫的头发，烫别人烫不出的发型！
5. 本店三种发型不会烫（让你老气，俗气，生气的发型）；
6. 你的风采，来自我的光彩；
7. 你的魅力来自我的创意；
8. 到了这里，才发现自己；
9. 留下你的头发，请把面子带走！
10. 虽然你的'头发被剪掉了，你却得到了面子；
11. 烫出闻不到的味道——女人味
12. 头发乱了，卷起你的头发
13. 购买健康，赠送浪漫

14. 购买健康，赠送尊贵

15. 剪掉千丝烦恼，烫出万种风情

16. 剪发不贵，烫染免费

17. 洗护不贵，烫染免费

18. 欣赏——发自内心

19. 想烫就烫，烫得漂亮；想染就染，染得精彩

20. 不同的创意，相同的满意

更多经典广告词推荐：

全球最佳广告语

方便面经典广告语

最新复印机广告语

关于电器类广告语

关于建材类广告语