

最新护肤品策划书总结(通用8篇)

学习总结可以帮助我们发现自己的学习习惯和学习困难，及时调整学习计划。接下来是一些非常实用的军训总结范文，希望能够对大家写作有所帮助。

护肤品策划书总结篇一

用着舒心

2 把我们的化妆品推向美容院,虽然美容院里大都是女士,但也是

化妆品的高消费者,通过她们可以把我们的产品告诉他们的爱人

和朋友

3 不定期地组织产品展览会,把最时尚最实用的产品展示给消费者,

不断的刺激他们对男士专用化妆品的需求.同时,也可以请专业

的美容师到现场讲解男士专业化妆品的作用,引导大家打破观念

要保养好自己的皮肤

4 自己也要不断的参加美容培训,尤其要使营业员参加专业培训,多了解化妆知识

(1)推出“五一 十一让皮肤放个假”活动

- (2) 推出“冬季护肤月活动”
- (3) 推出“圣诞送礼, 庆元旦迎新春”活动
- (4) 推出“送年轻给爱人”活动
- (5) 推出“魅力男士从皮肤开始”活动
- (6) 推出“男士形象大赛”活动

备注: 各项促销活动的目的

- 1、了解白领阶层的消费情况
- 2、刺激隐藏的消费者
- 3、扩大宣传力度让让更多的人去认识了解, 接受男士专用化妆品
- 4、收集反馈信息, 对出现的漏洞加以改正
- 5、给忠实顾客带来意外惊喜和附加价值, 稳定忠实顾客
- 6、建立良好的信誉度和口碑

3. 广告宣传策略

护肤品策划书总结篇二

一. 前言

近十年来, 中国的经济发展带来了人民物质生活水平的不断提高。据《中国消费导报》199x年刊登的一项调查显示, 女性

用于美容化妆的费用较1992年提高了5.9%。经一些经济专家预测，女性注重自身美容化妆的人数将有等比例增加的趋向，一些品牌优美、知名度高、价格较为适宜的美容化妆品将越来越受到消费者的喜爱。事实证明，人们已经知道化妆品不再是奢侈品，而是女性生活中的必需品。随着富裕程度的提高，女性更注重自己的打扮，希望把自己的生活打扮的多姿多彩。这个形式，给xx化妆拓展中国内地市场，扩大销售，提高效益创造了有利的市场机会，同时，也给国内外其他品牌的化妆品角逐中国内地市场创造了同样的条件。如何在竞争中求发展，在竞争中创效益，用什么样的方法使人们尽快认识“xx”是xx化妆品代理商、经销商不可忽视的重要课题，做好“xx”的推广对于完善产品的营销体系，有着不可低估的作用。

二. 市场分析

夏士莲等“xx”虽然有它独特的性能，但要想取得消费者的信任和赏识，迅速建立自己的市场是迫在眉睫的工作之一。因此，在短期内“xx”应该在人们对做为“外来品”的“xx护肤品”持疑惑、观望态度之时，迅速树立品牌形象，建立自己独有特色的市场形象，继而开辟批发市场，实现“xx”在中国内地市场较好定位，形成一个推广发展的良性循环，开辟产品的输送地，减少流通环节，提高产品效益。

2. 已建立市场的分析“xx”虽然进入中国内地市场数月，但在市场定位上仍感做得不够深入细致，原因有如下五个方面：

- (1) 宣传攻势没有展开，知名度低
- (2) 没有针对同行业产品的宣传攻势采取迂回措施，树立品牌特点
- (3) 进入商场后没有实行配套服务（如免费美容等工作）

(4) 价格较高，没有较好的考虑消费者意愿及购买力

(5) 树立品牌形象时没有鲜明的主题（对消费者来说，主题不鲜明就没有吸引力和诱惑力）

但也由于“xx”有一般护肤品没有的药物效果，有能治疗皮肤、柔软皮肤、自动去死皮、平衡调节肌肤分泌、抗拒紫外线伤害等一系列优点特点，有品牌形象独特、富情感和吸引力等自身优势，同已在中国内地有一定市场的其他国外护肤品化妆品一较高低，平分秋色是非常有希望而且是有可能的。

三. 推广策略

1. 品牌形象塑造：塑造良好的品牌形象对xx化妆品在中国内地

市场的销售有着不可低估的作用，建议以“春夏秋冬，给你温馨一片；寒冬酷暑，还你美的容颜”为主题进行品牌形象塑造，利用中国传统的节日（母亲节、情人节、妇女节等）举办冠名“xx”的’文娱晚会，用化妆品赞助模特队、舞蹈队、歌手、歌星的亚洲、中国等级的小姐竞选活动，吸收知名影视、歌红星为“xx”化妆品名誉演职员，用“xx”冠名加盟无舞蹈、模特培训学校，在活动过程中反复渲染，达到良好的效果，提高品牌形象，增加“xx”的知名度和美誉度。

2. 向知名商场、娱乐场所、大企业集团进行推广。从消费者的消

费观念和“xx”目前在中国内地市场的知名度来看，建议“xx”化妆品在知名商场和娱乐场所建立产品专柜。这样做，一是可以扩大影响，同其他化妆品进行市场竞争；二是在这些场合里能使产品直接同消费者见面，增加消费者对“xx”的认识；三是通过消费者有口皆碑的宣传，争取良好的口传效应。

3. 与美容培训学校、培训班联系，举办一定规模的美容化妆讲座，通过美容化妆过程中的不断宣传，渲染渗透，让消费者形成共识，起到促销的作用。

4. 广告宣传推广：广告宣传推广是连接产品同顾客的桥梁。“xx”应把其品牌形象、性能、特点、效果预测等以简洁、明了、动人、感人的广告语诉诸于公众，加深公众对“xx”的感性认识，达到消费者认可的目的。

5. 建立专制的推广机构，负责调查市场走向和市场需求量，根据市场需求变化情况，不断调整推广策略和方法，进行推广的实施产品展销会等筹备组织工作，以避免销售和推广的交叉。

四. 广告对象根据对中国内地的消费者市场和消费对象的分析，建议“xx”的广告对象应着重考虑如下结构的层次：

(1) 青年扮靓女性

(2) 较富裕的城市、地区（如珠江三角洲和上海、北京、西安、武汉等计划单列市）

(3) 文化娱乐界歌星、影星、舞星等层次

(4) 知名商场、政府阶层女性

(5) 专卖店老板、独立经营商、分销商

五. 广告创作计划由于“xx”不考虑电视广告，因此，广告的创作应围绕“共识”效果而作，广告形式选择如下：

1. 旅游广告：相关旅游设施的“xx化妆品”门票，登机牌、影（视）票券、旅行袋广告等。

2. 文娱广告：赞助节目活动、演出活动、节目宣传等。
3. 交通广告：制作提醒人们注意交通安全的路牌、车辆广告等。
4. 报刊特约节目内容：提醒人们注意“xx”会给家庭幸福、女性美丽带来积极作用和良好效果。
5. 在进行上述广告的创作时，具体运用的广告策略有：

(1) 广告主题系列策略：根据“xx”在每一时期的广告目标和市场特点，市场营销需要不断交换xx广告主题，以适应不同广告对象心理需要，起到指导消费的作用。

(2) 功效系列策略：通过多媒体的多则广告，针对多姿多彩的女性生活需要，多方面证明“xx”的特色特点，使消费者易于记忆理解，达到引导消费的目的，起到立竿见影的促销作用。

(3) 产品系列策略：结合“xx”系列化妆品的经营特点（如洁面护肤乳、防皱霜、日霜等不同功效品种在不同地区的使用效果）进行推广宣传，主要强调“xx”的品种多、声势大、连带性强等特点，起到诱惑消费者心理作用。

六. 广告地区根据消费市场的消费比例，建议在如下地区进行广告宣传推广。

1. 珠江三角洲地区及广东省其他城市。
2. 长沙、武汉、成都、昆明、苏州、杭州、上海、天津、北京等计划单列市。
3. 少数民族较集中的地区级城市。

注：由于对以上地区的广告宣传面大，因此，只适宜作单页，宣传单可搞成有奖测试式的。

七. 广告媒体选择（仅考虑电视以外媒体）

1. 广播电台：是声形相连的广告传媒，花钱少、传播远、效果好，具体为以下电台

（1）中央人民广播电台：主要面向广东省以外地区的城市消费者（对普通话消费者同样有作用）

（2）广东电台音乐台：娱乐性强、收视率高，主要面向珠江三角

护肤品策划书总结篇三

优势分析(s):

市场优势：男士化妆品市场属于“金矿”行业，还未开发，潜力很大

环境优势：大部分男士不太习惯在大市场的化妆品柜台前转来转去，因为我们是男士专卖，男士可以大胆的挑选。

劣势分析(w)□

消费目标劣势：目标是男士，其化妆品使用观念不强。

价格劣势：租金较高，有些产品的价格略高于市场的价格。

资源优势：相比一些大型的商场，产品种类少，且与其他资源协同作战的能力较弱。

营销方式劣势：销售方式过于单一，不能大批量的出量商品

机会分析(o)□

(1) 国民经济的增长，人民的生活越来越好男士市场的空间很大

(2) 由于这是一个“冒险的”“创新的”“朝阳的”行业，发展潜力很大

(3) 可以通过男士化妆品行业进入到相关的男士饰品、男士美容等另类行业

威胁分析(t)□

(1) 有些女士化妆品同样适合男士，强大的女士化妆品早就充斥了郑州市场。

(2) 国产化妆品价格一般较低，相对于高价位的国外化妆品，还是一个很大的压力

护肤品策划书总结篇四

“爱美之心，人皆有之”随着生活水平的提高，中国男人越来越重视自己的外表。男性使用化妆品具有以下四方面的心理动因：

a□自我舒适的感受；

b□良好的容貌有助于谋职和获得提升；

c□使自己对女性有吸引力；

d□涉及自我和竞争意识, 意识到外表英俊受到“羡慕目光”的注视会使人的自我得到满足。

从性格上讲，男子多数趋向活泼、外向、豪爽、洒脱。

在使用化妆品上，男女在心理上有着很大的差别。女士使用护肤品是追求皮肤的美丽，而男士使用护肤品是追求健康与活力。

男士化妆品多以草木味为主，如松木、麝香、柑橘、檀香、薰衣草等、独特超群。

在包装上，女性化妆品以柔为美，而男士化妆品要突出男性美，要求包装塑造男士阳刚之气，融细腻和粗犷为一体。

护肤品策划书总结篇五

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：

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。

护肤品策划书总结篇六

3.1：活动促销平面宣传：展架摆放，店前人流量很大，所以有必要在每次活动的时候做2个展架，放在显要位置，展架内容以：特价产品、名品折扣为主，文字少一点，图片多一点。海报和三折页，海报杂志成本过高，三折页活动要与邯郸市6家店活动区分开，武安店的活动要一波接一波，活动不能断，因为美食林内部的活动和阳光商场的活动过于频繁，不搞活动促销就失去了销售卖点。

人化妆精品店的声音，范例：靓佳人化妆精品店活动促销员听到广播后，请抓紧时间回店内，顾客等你。（一是让人知道靓佳人化妆精品店，二是告诉听众，靓佳人正在搞促销活动）

3.3：活动促销电视宣传：门头六块电视屏幕+凯芙兰岛柜一款电视，都应及时播放靓佳人促销宣传广告片，让春天百货一楼尽可能多的出现靓佳人三个字，进行疯狂乱炸。

3.4：活动促销短信宣传：根据录入的会员手机信息，有针对性的发送手机短信，扩大靓佳人的影响力。

4: 怎样让更多的武安市女性购买靓佳人产品?

4.1三折页平面媒体发放区域:

4.1.1从双马顺着中兴路到建东街，这是重点发放路线，两边门市、街上人流都是发放的重点对象。

4.1.2从美食林春天百货顺着放射路到建材市场，这离美食林比较近，虽然算不上繁华，但是附近居民对美食林都比较认可，也应该是我们发放的重点对象。

4.1.3从桥西路东头顺着桥西路、体育路到体育路西头，这是武安市又一商业街，周边小区比较多，适合发放。

护肤品策划书总结篇七

2成长期：加强知名度的宣传及产品功效新概念的宣传，刺激加大销售量，并通过美容院形成购买潮。

3巩固期：树立行业领导品牌，引发持久消费。

二实施会员制度

2每次购买产品前出示此卡，所购商品一律九折优惠

3自顾客在我店消费开始，我们将在贵宾卡上积分，积分标准为每消费十元加一分。顾客随时可以把积分兑换成一半价值的化妆品。

五 收益分析

护肤品策划书总结篇八

去超市的`顾客，主要从西门进去，然后从西门直接出去，而不光顾正门，因为在西门可以存包，而且服务台位于西门附近。

去春天百货的顾客，从正门进去，这也是我们重点开发的顾客，怎样挽留这部分顾客，将是我们研究的重点。

进入到美食林后，这些顾客会做什么？购物、上收银台交款、上厕所、上三楼吃饭，在顾客进店后的过程中进行插缝宣传。

正门宣传：在积分处、在正门外、在消防栓处，放置靓佳人的x展架，展架内容以促销产品为主，汉字说明为次，设计要点是：人看上去就有购买欲望；也可以派人利用空闲时间在门口进行宣传品的派发。

西门宣传：利用店内空闲时间，派员工到西门进口处，发放靓佳人三折页，进行当场促销宣传。

收银台宣传：在收银台放置靓佳人的宣传品；在收银台放置靓佳人的换购卡（购物满多少元可以获得一张换购卡），目的不是为了增加销量，而是利用美食林的客流进行口碑宣传，让更多的人传播靓佳人化妆品，让更多的女性朋友知道靓佳人。

女性厕所宣传：在厕所内安放讲究卫生标语，附加靓佳人的形象标语（考虑与美食林合作）。

存车处宣传：存包处我们没有办法宣传的话，可以在存车处宣传，让存车师傅穿上靓佳人的衣服，印上靓佳人的标语，或者直接委派员工在存车处进行定时派发三折页。

3. 1：活动促销平面宣传：展架摆放，店前人流量很大，所

以有必要在每次活动的时候做2个展架，放在显要位置，展架内容以：特价产品、名品折扣为主，文字少一点，图片多一点。海报和三折页，海报杂志成本过高，三折页活动要与邯郸市6家店活动区分开，武安店的活动要一波接一波，活动不能断，因为美食林内部的活动和阳光商场的活动过于频繁，不搞活动促销就失去了销售卖点。

人化妆精品店的声音，范例：靓佳人化妆精品店活动促销员听到广播后，请抓紧时间回店内，顾客等你。（一是让人知道靓佳人化妆精品店，二是告诉听众，靓佳人正在搞促销活动）

3.3：活动促销电视宣传：门头六块电视屏幕+凯芙兰岛柜一款电视，都应及时播放靓佳人促销宣传广告片，让春天百货一楼尽可能多的出现靓佳人三个字，进行疯狂乱炸。

3.4：活动促销短信宣传：根据录入的会员手机信息，有针对性的发送手机短信，扩大靓佳人的影响力。

4：怎样让更多的武安市女性购买靓佳人产品？

4.1三折页平面媒体发放区域：

4.1.1从双马顺着中兴路到建东街，这是重点发放路线，两边门市、街上人流都是发放的重点对象。

4.1.2从美食林春天百货顺着放射路到建材市场，这离美食林比较近，虽然算不上繁华，但是附近居民对美食林都比较认可，也应该是我们发放的重点对象。

4.1.3从桥西路东头顺着桥西路、体育路到体育路西头，这是武安市又一商业街，周边小区比较多，适合发放。