

第一篇：如何做好促销计划

一. 促销的重要性：

美容院一年做不了几次促销活动，稍具规模，能够有完整的，具体的，详细的规划的促销更是少之又少。一般的美容院经营者往往是想做就做，或是看到别人有所行动就跟着行动，缺乏明确的计划性，目的性，结果是花了大的精力，物力，可收效甚微甚至为不见成效，“赔了夫人又折兵”。不仅成本无法控制，而且浪费广告资源。

开发客源靠促销。

提升销售额也是靠促销。

提升美容院名气同样是促销。

促销计划要想成功，必需要经过慎密的考虑，拟定出详细的促销方案，如：何时做促销？一年做几次促销？如何办好促销？一份完整的促销方案包含哪些主要的方面？

二. 何时举办促销活动最好：

1. 重大节日：如新年春节，三八妇女节，母亲节及圣诞节。这些节日是做促销的最好时机。
2. 经营淡季：美容院的淡季与旺季向来比较明显，可在淡季时举办一些促销活动，不仅能提升业绩，而且可拉平全年的销售额，不至于出现旺季特旺，淡季特淡的情况。
3. 美容院特定的节日：美容院本身的特定节日也是做

促销的绝好时机，如周年店庆等。

4. 员工情绪低落时：当员工的团体意识出现危机，士气不振时，不妨利用促销活动的绝好时机来促进团结，并可形成竞争意识，每次促销事先定出完整的规划，基本上都能达到预期效果。

三. 如何举办成功的促销活动：

1. 确定店内的主力客源：只有明确店内的主力客源，方可按实际情况制定促销计划，可按以下比例确定：
 - A. 每个年龄段在全部客源中所占的百分比。
 - B. 收入百分比。
 - C. 本商圈与其它商圈来客量百分比。
 - D. 会员与非会员的百分比。
 - E 主要的职业的百分比。

二. 明确客源主要的方向：

上班族与当地居民在客源中的比例必须心中有数，如果以当地居民为主，则所有的宣传方式自然与以上班族为主的方式宣传有很大区别，这一点在作宣传时首先明确。

三. 定促销主题：

一个明确的主题，能够使消费者一目了然，明白我们在做什么，要表达什么。所以主题必须设计得简单，有创意，最好不要超过 15 个字，并应以消费者需求为导向。

四.

美容院绝招——促销秘笈 100 法

1. 美容院促销的重要意义：

很多美容院老板认为，促销就是为了卖产品，赚更多的钱，其实不然，促销不仅可很好的增加美容院的营业额，还可更好的提高您美容院的知名度，增加您美容院的客源，使您美容院的生意越来越红火，从而使您的美容院在竞争激烈的市场中脱颖而出。

2. 美容做促销的方式与方法：

正因为美容院的促销对美容院经营的成败有着至为关键的作用，所以美容院的促销方式也五花八门，各种各样。美容院促销可分为十大类上百种方法，今天向大家介绍主要应用的三十种：

（1）折扣促销：据资料显示，折扣是美容院最常见的促销方式，有 50% 的顾客接触过这类方式也是美容院惯用的一种促销方式。通过折扣促销，美容

院的做法是将产品按厂家提供的零售价加上若干，再给予消费者打折（打八折，打九折）实际上又回到原厂家提供的零售价。

(2) 开卡促销：开卡形形色色，卡有若干种。如月卡，季卡，年卡，金卡，银卡。连环卡，积分卡，贵宾卡，会员卡是较常规的做法，开卡可与会员卡有机结合起来。

(3)。免费试做促销：即将若干有意向的客户集中起来在固定的时间内做免费试用，让客人体验效果后再培养成主顾客，然后再免费做的循环。但有些美容院在做的过程中，伺机说服客人买产品，有甚者将使用的如毛巾等变相收费，且一次性将很多产品卖给顾客，后续服务跟不上，给消费造成一种上当受骗的感觉。

(4) 买二送一的促销：买二送一，买大送小，买客装送院装或买客装送免费疗程，或买美白送丰胸或美体送精油等，其中注意的是

要将各种套路促销用心设计。

(5) 返点促销：消费者每到美容院做一次疗程或购买一次产品就可在其美容院护肤卡上做返点的基数，可现返下次消费礼金一张，如不领取则右累积，设定累计方案为越高返点越多，可返现金或产品，并参加年底或季度抽奖。

(6) 消费积分促销：积分是美容院为客户冲量设计的一种方法，先设定一定的积分达到一定额度的消费金额，即取得一定积分就可赠送礼品，礼物，疗程或参与其他优惠活动，其额度的高低需根据美容院顾客的档次所定。

(7) 电视促销：是做店形象与强化店格的有效方法，通过电视台的推广与宣传，能扩大店的知名度，吸引客户前来消费，如与其他促销相结合效果会更佳。在某些县市，如费用不高不妨一试或与电视台合办美容知识讲座，刊登字幕。

(8) 灯箱路牌促销：如果可能在城市的繁华位置做美容院自己的形象广告，以长期的图案文字来反复加深消费者的印象，

另在美容院前的灯箱,也最好是美容院自己的形象,不要为厂家的赠送吸引,而忽视自己宣传的机会,厂家的赠送容易与其他经营同一品牌美容院雷同。

(9) 自编刊物促销: 自己出刊物可以很好的宣传自己,与在其他杂志上做广告的最大区别在于可全面深入地介绍自己,可大量派发,可显示实力增强影响力。

(10) VCD 促销: 在美容院播放产品的 VCD,告诉客人相关美容知识和操作手法,长久能形成品牌效应,还可将 VCD 作为礼物送给客人,让他们回家使用。

(11) 学生促销: 一种是对大学生一类的促销,另外一类主要是对美容美发学校的学生进行促销,当学生购到一定金额时,可给予相应优惠。并极力鼓励他们向周边人销售。或他们售客装就可免费做护理或来美容院实习。对于能力较强,可高薪聘用。此类促销需有学校关系或背景。

(12) 任开价促销: 在促销过程中,随意让客人做某个

系列的沙龙护肤疗程，使用沙龙中现有品牌，指定的美容师，而不明确该项服务的价格，让客人在做完护肤之后，依照其感觉和满意程度任意付款（但一定要付款）。

(13) 幸运时段免费促销：可在行业的淡季或每天凌晨后做促销，以价格来吸引客人消费，很好利用床位。也可利用上述之宗教促销在开斋节等宗教节日做免费促销。

(14) 赊账促销：只是一个名词，不是真正意义上的赊账，其操作方法可为：先给客人派卡，不收费，再让其试做三到五次之后再确定交纳开卡费用，即先试作，见效付款。

(15) 官司促销：也不真正意义上的打官司，是通过事先约定好的游戏规则，通过媒体或介质来相互操作，达到双赢的目的。譬如用两个一模一样的店名或“滥用”名人形象来作为“打官司”的点来促销炒作。

(16) 派单促销：印刷好精美的宣传单张或促销单张，派美容师在美容院商圈内定点派单或将此派到商住区的信箱内，最好附寄回执。

- (17) **文化促销：**对“以成功美丽人生”为主题，讲述美容院的老板是怎样通过一个普通的女性，历经磨砺，最终成功的，愈传奇愈好。通过对人的炒作面提升品牌形象。
- (18) **广场大型活动促销：**最好是由代理商为某一品牌做的全城推介活动，通过此活动讲解专业与日化区别，同时为美容院形象广告。
- (19) **专家讲课促销：**专家学者一般授课时一定要采取预约的形式，并事先收取现金若干，现场返还，一是显示课的尊贵，二是确保与会人数，内容应深入浅出，忌名词化，同时注意互动，课程内容之：
化妆品知识妇女法讲作：结合近年刚出台的新婚姻法，从关爱女性健康，维护女性权益角度出发来考虑的，并可由此展开讨论；还有理财投资，自我形象设计，快速化妆，女人与性，命运风水易理禅星座解梦幸运数字等女人话题。

(20) 瑜珈美体操: 在美容院的美体区, 设一个练功房作芭蕾舞, 健美操, 瑜珈功等活动, 利用音乐, 结合舞蹈, 给客人身心灵的放松。可让高消费者之保姆等学习按摩手法等服侍方面的技巧。

(21) 形象代言人的促销: 在消费者中找一二个中年妇女, 经做护理后效果极佳, 且形容较好者 做美容院的形象代言人, 或是社会名流, 明星, 名人作代言人, 以他们来说话, 并相应灌制成录音影带和照片来宣传, 并定期请她们来交流心得体会。

(22) 听音乐会促销: 以赠送音乐会门票, 美容书籍比较高雅有品味的非联系活动与客人沟通, 另一种活动促销。

(23) 彩票保险促销: 用目前流行的体彩, 六合彩等, 让客户选号, 让美容院投注, 根据客人的消费情况, 给客人买类似于吉祥卡的保险来达到促销的目的。

(24) 赞助促销: 为增加美容院的知名度,除在相关媒体上做软硬性广告外,还可用少量资金做同质赞助,如在广州赞助“美在花城”之类与美有关的活动,又如某知名企业做的“爱心妈妈”的活动,都是做品牌的一种好方法。

(25) 红娘促销: 做好客户服务是重要性的一环。建立客户资料,并帮客人实实在在的解决问题,通过与客人的沟通交流,帮其中客人做媒引线,由人情入手打动客人,也可由家政促销入手,送贺年卡等也属此类。

(26) 细节促销: 如在美容院内休息区放若干小零食随意让人吃,咖啡,花茶,让人随意品尝,在情人节放鲜花若干让客人可喜好拿走一支等方法,这和送小礼物促销有区别在漫不经心做促销,有四两拔千斤的作用。

(27) 最佳客户或最有效果或感觉最满意客户促销:
主要想通过客人的嘴来做宣传,此法效

果好，影响大。通过给客人满意程度调查表，再结合客人实际的肤质改善情况来选决定，并给予相应的奖励。

(28) 联动促销：有多种方式和方法，如与婚纱影楼做拍婚纱照前做一个月美容护肤疗程，做美容护肤疗程送婚纱照。与附近商场化妆品专柜做促销，买多少化妆品，到美容院可享受打折优惠，或与美发的合作，或与服装专卖店合作。

(29) 名人促销：利用名人名星效应的促销在美容院促销中也屡试不爽，很有效果，在大型美容院中运用不仅可提升知名度，还可提升销售量。如可能请明星做促销，最起码也有照片若干为以后宣传所用。

(30) 外派促销：事先约好，到机关，团体，事业单位上门讲座，通过对美容基础知识来吸引客人到美容来。