

美容院促销活动方案

一、低门槛法

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳 365 元，就可以享受全年的美容护理，主要是利用低价位把顾客吸引进来，再通过全年销售来赚取其它利润。

方案二：年卡 2400 元，做满 20 次以上，年底返 1000 元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

二、限时限量法

如：“三八”妇女节只需要花 38 元的促销标语，美容院全部服务项目“38 特价优惠一周活动。如建国六十周年，还可以与当地单位搞个 666 元提供 66 位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

三、透支法：

1、储值卡：现有许多美容院用储值卡来做销售，在没有新品牌新项目新顾客的情况下，其促销政策为：凡是消费者缴纳 1 万元给美容院，其护理，项目五折，产品六折。可能还有八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美容院利润来说损失具大；

2、 保值卡：消费者预存 2 万，2 年后基础护理后，2 万现金全部退回，号称美容股票；

3、 任选卡：消费者缴纳 1 万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选自己喜欢的各类服务。

4、 终免卡：将美容院项目拆分，进行终身免费的服务，如油压终身卡；基础护理终生卡；

说明：其实美容本身就有融资的性质，以下几种方法手段不过突出一些，美容院最常见的一种方法，

5、“消费储值”模式：消费储值方式通过变相返点返现的形式，可以提升客户的消费附加值，并可留住顾客长期消费。

四、对比法：

1、美容院年卡 1800 元，同时下半年赠送价值 600 礼品套盒；

2、美容院年卡 2000 元+1 的方案，当场送价值 600 礼品套盒；第二年只要 1 元钱就能美容，（前三个月只做服务不卖产品。）

说明：就顾客而言，更喜欢比较和占便宜，其实政策设计就是让顾客选择第二种方法，不过用第一项来做比较而已。

如美容院设计 1000 元卡 3000 元卡，与 1280 元卡与 2880 元卡就有区别，因为 3000 元相对 1000 元，最起码要 3 倍以上的好处才能打动顾客，而与 1280 元卡与 2880 元卡，在顾客看起来相当于 2 倍，如果有 3 倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

五、撕单法：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚臍到手臂到大腿，一次就做了十个地方，全套下来只相当于做了十次而已；

二、如果顾客现场能成交，根据不同消费者会有多达五六种礼品赠送，层层加量，如迷你装，小礼品，加次数，多项目，抽奖券等；

三、案例如：美容院常见促销政策：年卡：2000 元，送 1000 元产品，额外再送手护 10 次，卵巢保养 10 次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上。

鉴于美容院开年卡相对较难，这个政策可转化调整为：

第一步：美容院半年卡 1500 元，送产品 1000 元，限活动当天开卡有效；

第二步：如果顾客再加 500 元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。

第三步：如果顾客再愿意，手部护理 5 元/次，限 10 次，卵巢保养 10 元/次，限 10 次

说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

六、划点法：

自由划卡式消费：中大型美容院普遍采用的一种销售形式，即将美容院所有项目计算成积分，通过顾客划卡划点式消费。但也有问题，就是积分与具体金额划等号，顾客很清晰单次的价钱，一般最好地改良的方法为：

如顾客存入 1 万元，送积分 2800 分，共 12800 个点，泡浴 28 个点，花茶 10 个点，精油开背 188 个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。

说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

七、现金法：

1、美容院年卡 1380 元，送价值 700 礼品套盒；

2、美容院年卡 2000 元，7 折优惠，同时送 700 礼品套盒

3、美容院年卡 2000 元，做到 10 次时，返现金 600 元或旅游，同时赠送同时送 700 礼品套盒

说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让顾客产生注意力，容易达成。

八、体验法：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花 18 元体验其它项目（一般都是丰胸等高价服务），老顾客介绍的新顾客可以花 18 元体验基础护理，或从在淡季时 1 号到 31 号，每天花 1 到 31 元来美容院选择项目做。

A 案例：某美容院开业之际，在周遍社区散发 6000 余张宣传单，宣传其推出的“1—30 元钱，就能买年卡”的促销活动。促销活动规定，在促销活动期间美容院每天低价销售 30 张美容服务年卡，其售价，根据消费者来店购买顺序依次定为 1 元——30 元。售完为止，其它服务项目均按原价销售。

某美容院为吸引消费者，赢得市场竞争，推出了“0—25 元体验价，体验后，根据感觉付款”的促销活动。活动规定，凡在本店体验任何美容服务项目，其最

高体验价格均为 25 元，且消费者体验完毕后，可根据自身感受酌情付款。就是本人促销百法的感觉定价拓客。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有此种方法的影子。

九、特价法：

北京一家设在某医院附近的化妆品零售店，为达到招揽生意，同时清理库存的目的，在 5.12 护士节期间，举办了为期十天的“只要是护士，就可享受 3 折”的凭证优惠促销活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以 3 折的价格购买指定的 20 余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种不能过多，折扣也要分开，从 3 折到 6 折，应该有效区分很重要。

十、超值法：

活动期间消费者选购消费公司产品达 300 元者，额外加 20 元，可获赠价值 XXX 钱的礼包：

送一个大礼包包括：XXXX 产品价值 148 元。XXX 沐浴露价值 130 元，旅行包 价值 36 元。

购防晒套装+16 元就送简约套装+防紫外线伞+68 元购买原价 380 元脊椎保养经典套

又如：顾客购家装专业丰胸套装特卖 2680 元(定价 2880 元)，特别赠送手部年卡(或美甲一张)，打时间差，用来锁定顾客全年来美容院；

说明：这是我们厂家许多年前经常用的一种方法，不能过 20 元礼包赚钱，而通过它带动 300 元产品销售，当然美容院也可以去一些大市场购一些类似东西，自己来做促销。到后来演变成与会员制结合的，办一张卡，再加 98 元钱，可每月有礼物，价值 3800 元，但礼物不能是产品，只好是沐浴露，口手，香薰挂瓶，或者一些非常规销售的产品

十一、抽奖法：

美容院举办了“月月有抽奖，季季送大礼”活动，每个月抽出小奖，每季抽出大奖，小奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额一个。

十二、抵价法：

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动” 纤体项目服务卡：2000元/10次(无产品)

推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香(?元)

腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香(?元)

关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)
2. 抵用70元的空瓶有：天竺葵、薰衣草、洋甘菊、檀香油，抵用100元的空瓶有：玫瑰油

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡所剩余次数的护理(注：不超过该卡一半的次数)，同时享受正常开卡优惠政策；凭其它品牌护肤品空瓶(或包装盒)在美容院购买相应的产品，一个空瓶(或包装盒)可获九折优惠，二个空瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；

说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。

十三、捆绑法：

三合一活动：

全价购面膜280元一套

半价购眼部特护一套455元

三折购夏季养膜一套572元

再如：购基础年卡一张，可优惠五折购保健品，四折内衣等相关附属产品等)

说明：结合顾客注意力，推广全套美容院产品，有些东西反正不是用来赚钱的，想赚也可能赚不到，还不如做局部让利来达成刺激销售的工具。

十四、打包法：

在许多大店里面，计算顾客全年的消费，一年年卡 2000 元，卖顾客 20 瓶产品，每瓶 100 元，共 2000 元，共 4000 元，但是推销 20 次会让顾客感到特别不舒服，不如做一个顾客全年美容方案：全年护理卡 4000 元加自由选用产品 20 次(瓶)，要固定品牌。这样基本上满足了顾客全年居家产品的需求。

说明：这样不至于经常推销让顾客反感，而且相对是赠送，顾客更好接受。

十五、转卡法：

学习销售型连锁的转卡形式，以顾客爱占小便宜心理，让顾客消费更高价值的卡种。即顾客做了 780 元的卡，如果转卡为 3800 元的卡，不管卡里还剩多少钱，都按 780 元来算。依次类推。或者余额翻倍。还有一种转卡则是。

某闺秀美容院首经常举办“月月有抽奖，天天有优惠”的活动，让有潜力有意向顾客去抽奖，人人有奖品，等领奖时，就有销售机会，顾客贪图便宜，又面子薄，受到优惠的诱惑，销售了 740 元的超值特惠卡，内容为 15 次面部经络美容护理。等顾客第二次来的时候，不管她是否想买了，通过店长、部长、经理的说服，推销价值 2000 元的眼部护理 30 次。在此基础上，视顾客的购买力和欲望，可升为 3800 的卡，或者直接升为 5800 的卡。如果钱不够，可由店长代垫，下次还他，定金一旦收到，第一时间上缴财务，不能退了。此外，还有办 9800 的终生卡，有许多优惠和好处，如果顾客带个人也来办终身卡，该顾客能享受积分优惠，价值不等。终身卡，也分类型：如暖油包身终身 1 万 5，足疗终身 1 万 5。如果顾客在美容院做护理，就多提一些转卡的人和事，让客人产生对比感和攀比心，从而达到转卡的作用。

十六、双倍法：

凡来店的顾客购买任一服务卡项赠同等服务卡一张例如：办金卡赠金卡。买月卡赠月卡，买年卡赚年卡。还有一类方法就是双人来美容就可以只收一个人或一个半人的钱，也是如此，羊毛出在羊身上，看政策如何设定而已，如原来一个卡价值 3000 元，双人来美容院只要 4500 元就可以，另外送一瓶产品，让另一个购买。

说明：该赠卡可以送一个朋友或者不同的朋友，但要限次数，时间。

十七、连环累计法：

滚动累计促销案例：

“18元包月滚动模式”介绍：用低价吸引客源增加人气后，通过滚动促销促进消费者增加消费。

顾客消费18元可获得：免费护理4次，

再消费月卡200元可获得：前面18元可做购买产品的优惠，及带一位朋友免费护理一次，

再消费季卡540元可获得：前面所消费218元做其他护理(任选)的充值，并可获得100元家居产品赠送，

再消费半年卡960元可获得：前面所消费758元做其他护理(任选)的充值，并可获得280元家居产品赠送，

再消费年卡1680元可获得：前面所消费1718元做其他护理(任选)的充值，并可获得500元家居产品赠送，

“1000元充卡滚动模式”介绍：

用中等价位和较大优惠力度吸引客源，再通过滚动促销促进消费者增加消费。顾客消费1000元可获得：厂家赠送礼包：免费护理4次，含一瓶产品，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷一张(共价值元)。

再消费季卡1540元可获得：前面所消费100元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：380元家居产品赠送，一个小礼品，一张其他项目单次护理卷及朋友免费护理卷两张(共价值元)。

再消费半年卡2960元可获得：前面所消费1540元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：800元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷三张(共价值元)。再消费年卡6680元可获得：前面所消费2960元做其他护理(任选)的充值，并可获得厂家赠送礼包：2500元家居产品赠送，一个小礼品，及朋友免费护理卷五张(共价值元)。

注意：所谓“其他护理(任选)”指项目较高附加值的护理，比如卵巢保养，背部开穴，护理中增加精油，淋巴排毒，美发、纹绣等等。(所有价格可以随当地消费习惯和终端商自身情况不同进行调整)

美容院推出一项新的答谢老顾客的促销措施。其促销措施规定：凡在该美容院购买“年卡”和“半年卡”的顾客，若在2002年继续购买“年卡”和“半年卡”则在“年卡”和“半年卡”的折扣基础上“半年卡”多折“0.5折”；“年卡”多折“1折”。而且，今后每年如此，直至折扣为“0”时，便可终生享受该美容院的免费服务，新顾客也可在未来的消费中享受该措施。(即：如果拥有2008年“年卡”享受“6折”的消费者，2009年购买“年卡”则享受“5折”，2010年购买“年卡”则享受“4折”。促销措施宣布后的一周内，有100余消费者购买了该美容院的“年卡”和“半年卡”，同时仍有人陆续咨询该活动。

十八、分级护理法：

美丽一生终极卡

只需花16888元，可享受价值服务32968元的服务，仅限8名。

服务内容：

开业三天内订购，可以成为终生永久性会员，此后下个年度开始凡于某某美容中心消费项目，可永久性享受护理项目7折优惠，产品8折优惠，某某医院整形项目7折优惠，(或8000元的第二年护理消费金。价值8000元)。

特聘为某某美容中心巡查顾问，及时检查本中心全面工作，有直接与美容中心资方沟通的权利与义务，宣传推广本中心，向本中心提供好的意见或建议，年度答谢获赠顾问特别奖励。

全年48次贴心保姆VIP面部护理，价值100元/次，共4800元。

全年48次贴心保姆VIP手部护理，价值50元/次，共2400元。

全年48次贴心保姆VIP颈部护理，价值50元/次，共2400元。

全年48次贴心保姆VIP身体护理，价值150元/次，共4800元。

一次性全效性无菌极致护肤课程：美容袍、拖鞋、美容裤、束发带、床单以及酒精、消毒棉花、口罩、调理用套头等组成专用无菌组合包，一人一款，确保卫生。价值 30 元/次，二年，共 2880 元。

提供全年的美容服务整合方案，专门指定式服务，配备私人美容顾问和健康顾问。价值 600 元。

另外免费赠送全年护肤家居产品，视季节，肤质，与消费习惯，配赠价值 4888 元王牌精选产品。能满足全年家居护理定量需求。

全年优惠身体亚健康基本体检一次。价值 1000 元。

提供亲情卡 2 张，价值 666 元，每张亲密式体验服务 4 次。价值 1200 元。

说明：在闺秀美容院将卡分极同时也要将服务分级，具体包括：项目分级，美容间分级，美容师分级，售后分级，活动分级

另外高端美容院要将可能卡项全设计出来，如 1 万，3 万，5 万，8 万，18 万，28 万，88 万等，又如高端顾客 1 年卡，2 年卡，3 年卡全部内容事先都要设计好，不要临时搞出一些即兴的东本 S

另再附些活动案例：

百分百有奖促销：终端会最后一个环节安排全情大抽奖活动，用百分百有奖的形式来刺激顾客的购买欲，每一个与会顾客均可参与抽奖，奖项为一等奖、二等奖、三等奖，四等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七五折，二等奖为八折，三等奖为九折，四等奖为小礼品一份。或者说厂家的特价产品时，一等奖 100 元，可赠 500 左右元产品最好是套盒，4 瓶加卡一张护理卡。通过事先核算成本，可将一、二等奖设计多些，用奖券的形式，也可用四色乒乓来做奖券。抽奖时尽量让新客人也能抽到奖；同时私底下满足一些客人想拿一等奖的要求。

瓶瓶有奖，套套有赏：设计刮刮卡：顾客买若干产品可获刮刮卡一张，现场刮奖；有一种厂家操作的是：20 变 200 的活动，顾客在购产品的基础上，额外加 20 元能获得 200 元的大礼包的形式；积分兑货：每一个产品标明积分，顾客通过会员卡确认，达到相等积分换相等物品；如果厂家的特价的时候，就可做这种升值促销方案。

客人可凭着邀请函去美容院做二十元现金券，每购一个产品从中划扣，如果是前店后院此种方法为宜。

集体抽奖：由省经销商或厂家牵头，在一段时间，该区域所有终端会发生消费的顾客在全省终端会活动结束后集体抽奖。由于参与人数多，奖项可以设计得比较吸引人，如奖品为日韩旅游，笔记本电脑，摩托车，黄金珠宝首饰，婚纱照等。

常规二种买赠促销政策：买产品赠护理，或开卡送产品，赠护理最好是特色项目，来带动开卡；送产还可以送辅料，如膜，手护，颈护等，带动项目开展。还有买二送一等，买大送小，买套盒送单品等折扣方式。项目可拆分很多种

实物促销方面：从家用电器如电饭锅，到女性用品，如皮箱，女性发卡，胸针等小饰物，从化妆箱到棉被，枕套，如果真有心，去小商品批发市场，没准能找到一些物美价廉的东西。另外充分运用自己的社会资源，都会提供一些内部价格的优惠的礼品，再者美发产品，儿童产品，男士产品，美容小仪器也是个不错方法