

主要内容

将复杂的事简单化

促销的误区

揭开美丽的外表

什么叫促销

别做无头苍蝇

促销流程

习惯重于智慧

促销结语

成功在于坚持

促销误区

无新不做，好高骛远

简单的事被复杂化

无的放矢

忙 VS 茫

移 库

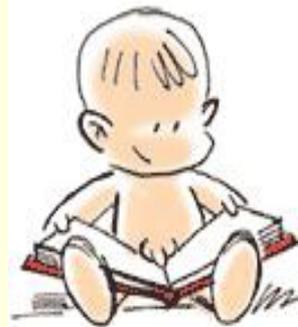
自己的痛苦给别人

死板硬套

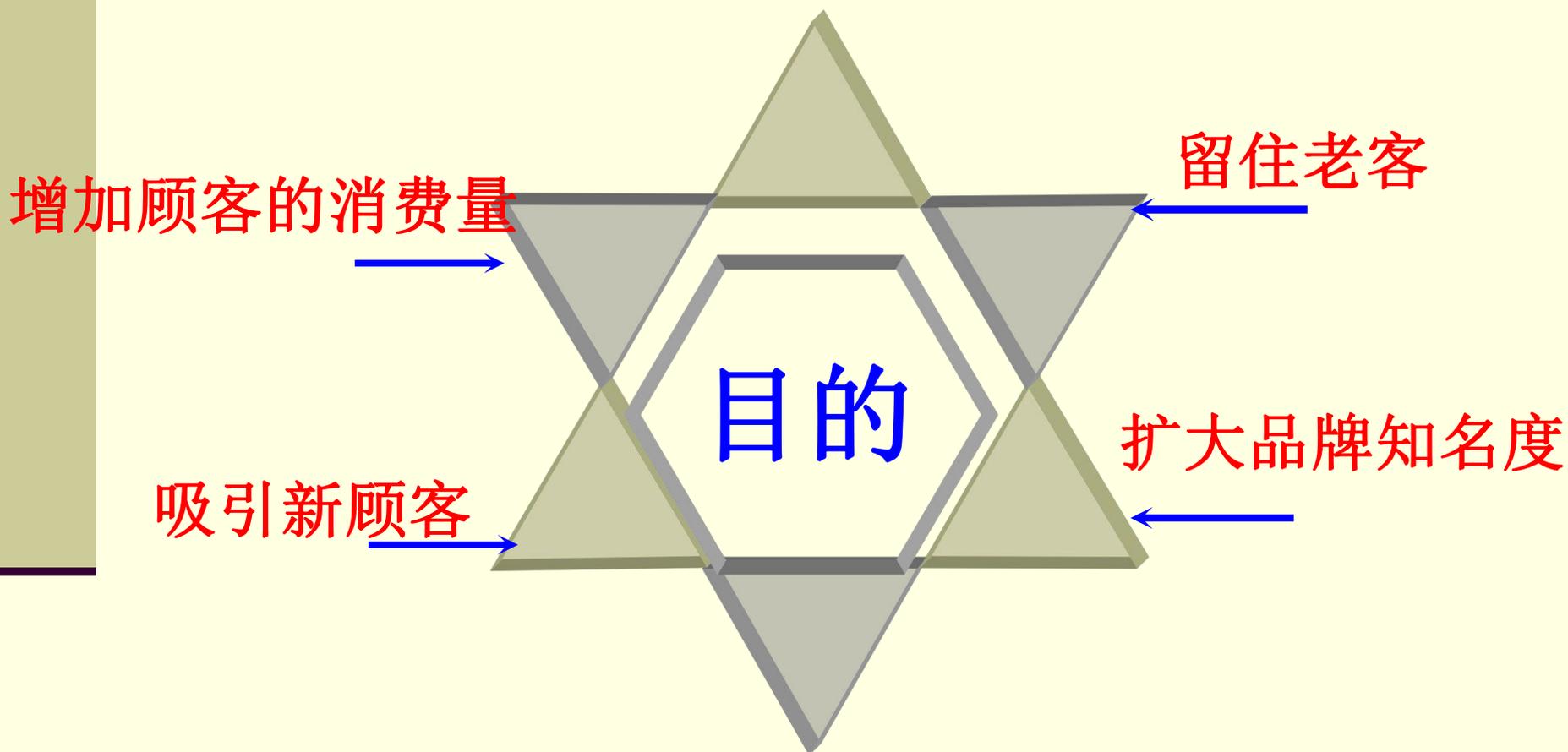
伤害感情

什么是促销？

通过信息传播向消费者传递企业商品信息，以直接或间接的方式，刺激和诱导消费者购买的过程。

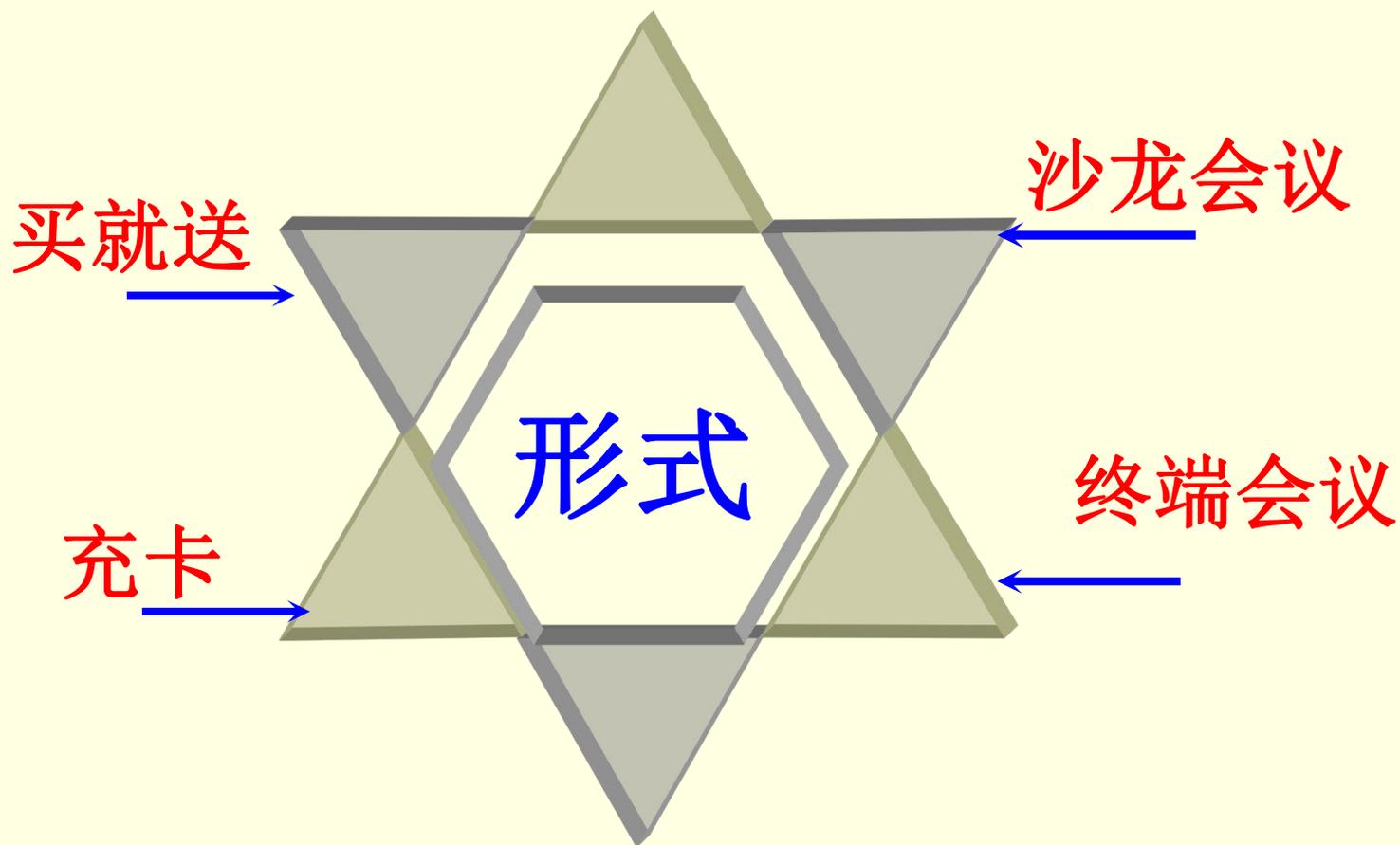


促销目的



还有其他的目的。。。。

促销形式：



还有其他形式。。。。

一、促销的优点：

- 额外诱因，引顾客购买
- 销售量的增加
- 极富弹性，一种推销的信息

二、促销的缺点：

- 暂时性、短期性的活动
- 本身无法独立运作
- 通常是非循环性的

三、促销应遵循活用——

“6W”“2H”法则

WHY：为何推行促销？原因是什么？

WHAT：推销什么？

WHEN：什么时间举行？举行多久？

WHERE：什么地方举办？

WHOM：促销对象是什么？

WHO：由谁负责执行？

HOW：用什么方法进行？

HOW MUCH：支出多少？

四、成功促销活动必备 工作事项：

- 1、促销主题、促销的内容
- 2、促销氛围的营造
- 3、促销前的培训（产品、活动案、销售话术、手法、销售演练等）
- 4、促销前内部人员注意事项

品质决定未来，

细节决定成败！



完整的促销流程：

促销前：

- (1) 前1周内安排促销人员培训
 - a、做专业技术培训
 - b、做专业销售话术沟通讲解
 - c、做销售技巧的培训
 - d、产品、理论考核



(2) 促销前3天工作安排

- a、协助美容院做出促销方案、奖励制度
- b、协助店内做好重点客户筛选
- c、邀约话术的培训及训练
- d、促销方案的培训和训练
- e、活动海报的制作



(3) 促销前1天工作安排

- a、所有促销品摆放出
- b、布置店内的活动氛围
- c、确定促销人员及工作职责定位
- d、做目标的分配，并公布奖励制度
- e、工作重点明确化，如何相互配合
- f、准备好销售时所需资料和档案

促销中：



(1) 顾客进店时均由老板或负责迎宾的美容师引导至专家前进行咨询，美容师协助导师重点介绍、推荐专家和海报所列产品。

(2) 通知并协助店长应及时处理促销中出现的问题。不要批评，只需指正。

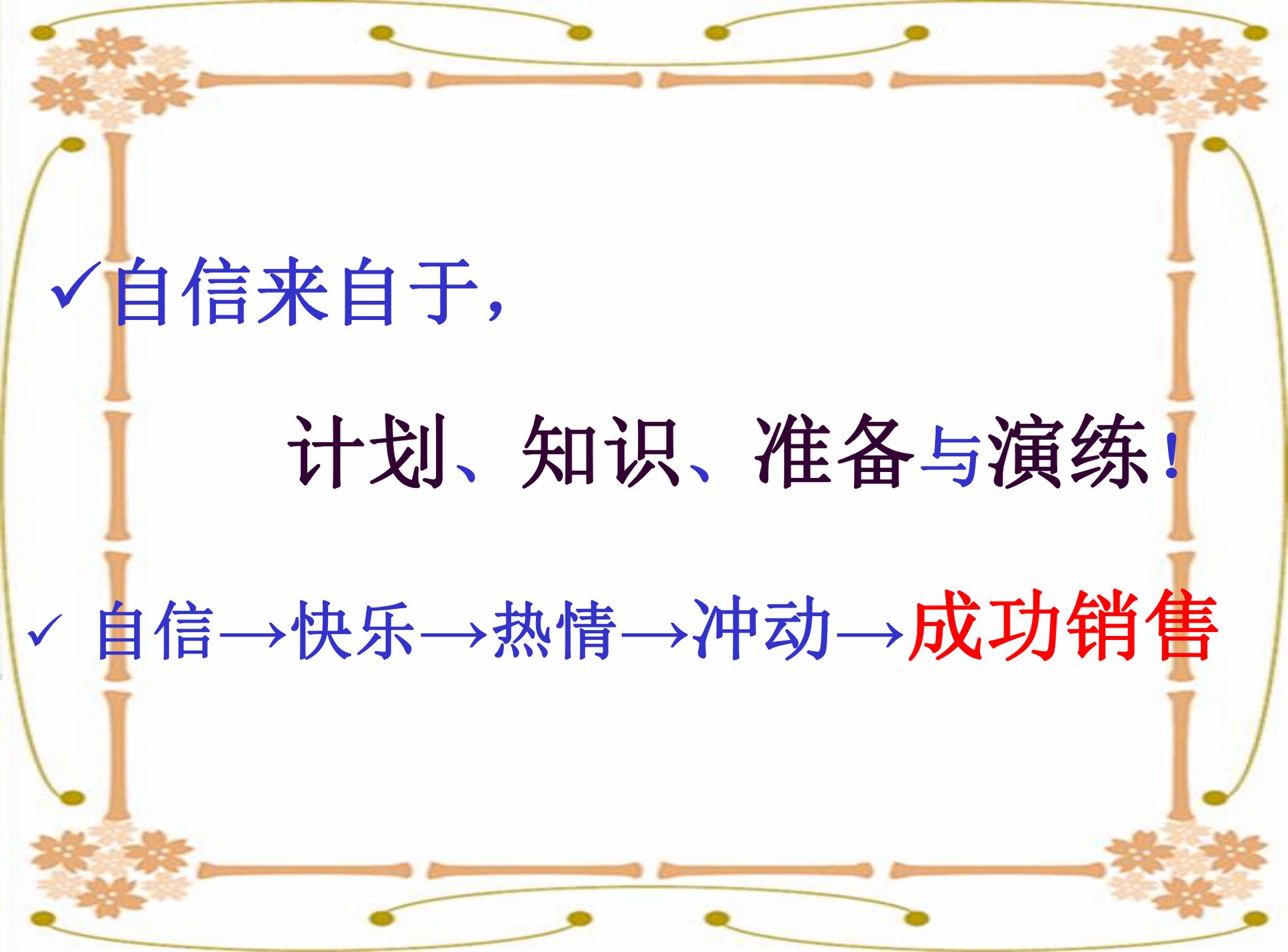
(3) 每天晚上总结一天的促销情况，及时更正出现问题

(4) 公布完成业绩，落差业绩，明天的目标

促销后：

及时开会，总结本次促销活动的经验，努力把促销活动期的气氛保持下去。





✓自信来自于，

计划、知识、准备与**演练！**

✓自信→快乐→热情→冲动→**成功销售**

促销的**目的**是为了提升美容营业额
它并不局限于某种形式。



对于美容院而言

只要能**促进营业额**就会是**好的促销**

