

最新化妆品店五一活动方案 化妆品促销活动方案(通用9篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

化妆品店五一活动方案篇一

作为女性的节日，三八妇女节对于美容院来说是一个重要的促销节日，大大小小的美容院都会在这一期间推出各种各样的促销活动。在如今美容院经营竞争越来越激烈的情况下，美容院三八节促销方案该如何去设计呢？要想做好一次促销活动，必须做好促销计划。作为女性的“三八”妇女节，是美容院一年内必须要抓的四大节日促销活动（三八妇女节、五一劳动节、十一国庆节、元旦春节）的“第一战”，对全年的销售有着至关重要的意义。

市场状况分析

现代经济发展，商品品种多，竞争激烈。每一个企业都必须要知道自己的竞争对手有那些，他们的优势是什么，他们采取了什么竞争策略。再加上化妆品种类繁多、档次齐全、功能各异、品牌众多、价格差异，其市场竞争就更加异常激烈。所以说，想要在湖南开拓属于自己的市场，建立属于自己的分销渠道，关注化妆品的竞争环境是少不了的。湖南的化妆品比较知名的品牌有欧莱雅，雅芳，玫琳凯，资生堂，妮维雅等。这些都是中高档的化妆品，并且都是深受消费者喜爱的。这些品牌的化妆品都开了专卖店，或是铺货到精品店，或是在各大商场里面设有专卖柜，还有许许多多不知名的低档化妆品充斥着湖南化妆品市场。所以，奥岚雪化妆品要进入市场，就必须密切关注这些品牌的动静，关注他们的营销

策略，并且做好充足的准备。

快乐女人节“美丽存折”送不停

三八妇女节促销活动是化妆品促销活动中最重要的活动之一，也是新一年的首个重要活动，要通过这个活动激发消费的购物欲望，为新一年的销售打开一个良好的开端。

3月5日——3月12日

(1)、活动期间，凡进店者可获赠“美丽存折”1张（可抵10元现金）。

(2)、消费满38元，即可获赠“美丽存折”1张+价值38元的央视广告品牌莱妃护手霜一支。

(3)、消费满138元，即可获赠“美丽存折”5张+价值98元的央视广告品牌莱妃神奇裸妆bb霜一盒+周护。

(4)、消费满238元，即可获赠“美丽存折”8张+价值118元滋可露眼部套盒+月护。

(5)、消费满338元，即可获赠“美丽存折”12张+价值168元的央视广告品牌莱妃逆时空晶采眼精华一瓶+月护。

(6)、所有的“美丽存折”限以后购物使用，每消费50元，就可使用一张“美丽存折”，一张“美丽存折”可抵10元。“美丽存折”有效期至20xx年9月1日。

(7)、凡生日、结婚纪念日在3月8日的，可凭相关证件到本店领取价值69元的央视广告热播品牌原装产品一份。

(8)会员到场，可享受双倍积分+价值25元的滋可露女性套盒旅行装。

(1)、活动前两天以短信方式通知会员此次活动的内容，并送上节日的祝福。

(2)、准备好“美丽存折”的卡片和顾客登记手册，以便清晰记录顾客的消费情况。

(3)、活动前两天在专卖店的醒目位置和店门口打出此次活动的海报□x展架。

(4)、活动期间在专卖店周围散发传单。

卡片费用300元

x展架40元

海报25元

传单200元

其他费用500元

合计1065元

化妆品店五一活动方案篇二

化妆品行业无论是企业还是代理商无论是超市还是店铺，都需要更多的促销方法来增加销售业绩扩大自己的知名度，相对讲，中国的化妆品店主更加需要掌握不同类型的促销方法。现在，就来看看以下三篇关于化妆品促销活动方案的文章吧！

活动背景：是不是还在为错过双十一的特惠美容市场而感到惋惜，悔恨不已呢？那就不要错过这次双十二的美容院促销活动。来势汹汹的双十二，相信很多的美容院都卯足了劲想要

准备大干特干一番，扬言立志想要在这场促销战争中杀出条好成绩。而双十二的噱头，就是抓住顾客在双十一中收获到了优惠的便宜，这种贪便宜的心理谁都会有。特别是对于女性来说，精打细算是家庭主妇的优良品德。所以双十二就要好好的利用消费者的这个心理，在年末时段，收获销售的高峰。

活动主题：不要错过双十二

活动时间□20xx年12月09——12月15日

活动方案：

一、前期准备

1、装修。不管是什么活动，美容院都需要营造出一个节日的氛围，通过环境的氛围的整修，也就能容易初促进美容师进行促销活动。而本次的活动的装修方案，其目的就是为了能够提高美容院整体的销售业绩，也就是说其装修的风格，要主打以产品和项目为主，哪些主打的产品和项目摆放在美容院最为显眼的位置。给顾客一种直观的冲击，知道这些产品在节日期间有活动促销。

2、培训。只要到了活动期间，不要让顾客觉得因为是活动价，所以享受到的服务也跟着大大的打折扣。所以对于美容院也必须对美容师进行多方面的培训。活动量大，所以美容师早上必须要通过晨会来鼓舞所有员工的激情。同时店长也要强调这段时间主打推销的产品，并且也应该提高业绩的提成率，从工资上带动美容师的工作热情。

二、宣传策略

1、每逢节假日都是各大商场、美容院、快餐店进行促销活动的大好时机，所以为了抢占商机，普丽缇莎提前半个月在美

容院的官网、微博、微信、论坛等网络渠道上提前一周发布关于双十二促销活动。

2、双十二的时间到整个活动进行期间，在人流密集的场所、街道以及商业主干道等，沿街发放活动的宣传单以及以及优惠券，或者在写字楼的宣传栏上粘贴宣传海报。

3、整装旗下各大美容机构，在美容院门口张贴海报，挂横幅等

4、向在店内消费过的客户发送节日祝福以及店内的十二双促销活动方案。

三、活动方案

1、双十二是美容院最后一次大型促销活动，其促销的力度不会低于双十一。凡是当天在普丽缇莎美容院直营店消费的顾客，都能够享受全场五折的优惠。而对于会员，还能够享受普丽缇莎美容院提供价值1212元的美容院产品或者项目，由会员任选。

2、活动期间，除了12号当天，凡到直营店消费的顾客，在店内加美容院官方微博微信，并且转发到朋友圈或者微博中，都有机会参与抽奖活动，多重奖品等着您来带回家。同时活动期间还能够享受全场八到五折的优惠活动，参与普丽缇莎茶话会。由普丽缇莎专业的美容师为您讲解美容手法和保养等知识，教您成为美丽达人。

以“来就送、买还送、购物大派送”为活动主线，特别推出名优家电超低价竞拍活动，同时贯穿“银色狂想曲”大型文艺演出，极力营造节日的喜庆、狂欢氛围，通过轰动的社会效应，促进商场销售，提升企业形象。

一、欢乐圣诞打折购物带好礼

时间□xx年12月18日-25日

具体内容：活动期间，全楼商品6折起销售，凡当日在打折基础上累计购物满30元，家电、彩妆类满60元者(黄铂金、量贩、洁具及明示不参加活动的商品除外)可凭购物微机小票到一楼换卡处换取欢乐卡一张，多买多换。

二、来就送

具体内容：活动期间，凡光临大楼的顾客均可获赠圣诞小礼品一份。

三、买还送

2、具体内容：活动期间，凡在我楼打折基础上累计购物满10元，可凭购物微机小票到各楼层礼品发放处领取圣诞礼帽一顶。

四、惊喜圣诞平安夜名优家电大拍送

2、具体内容：活动期间，凡光临我楼的顾客，均可到北门广场舞台参加现场名优家电竞拍活动。

五、平安夜“银色狂想曲”大型文艺演出

2、具体内容：活动期间，我楼西门广场群星荟萃，联袂表演，以疯狂迪斯科、摇滚音乐及激情歌舞共同奏响“银色狂想曲”，为圣诞夜光临我楼的顾客献上一份圣诞大餐。

这只是某化妆品店搞的一个化妆品圣诞节活动方案，仅供参考，其中的详细内容，您可以根据自己店铺的需要而做随意更改，最终目标就是把商品售出去，还要客户对你的商品及店铺体验良好，能让客户在你的店里长久的消费才是最高明的哦！

一、时令促销。

1季节性促销，如夏季产品的热卖，一般是面膜贴，花露水，防晒霜，清爽的乳液和润肤水类，香水和清香剂类，消杀类，儿童沐浴润肤类等。2清仓促销、夏季清仓，季中清仓，反季清仓。比如，针对压库较多的品牌做促销针对某一品牌做套盒低价或者买赠促销。

二、赠送类促销。

1礼品促销，2买送礼品惠赠促销、买一送一，买多送一，送红包，送积分，买多送多。

三、借力促销。

1利用事实热点促销，比如神九飞天。2明星促销，利用娱乐明星吸引。3依附式促销，奥运会赞助商，双十一活动促销。

四、指定促销。

1指定产品促销，比如买古蓝朵眼霜送古蓝朵芦荟胶。2加一元多一件，比如古蓝朵无添加润肤乳加一元多送一款指定，产品。

五、附加值促销。

1品牌型促销，2榜单排名式促销比如古蓝朵蓝金丝肽素蝉联全国眼部品牌销售冠军3口碑式促销，邀请返利，好评有礼好评返利比如采取见证营销模式促销邀请到的见证人要给与适当的奖励。4承诺式促销邀请有礼品，买了保证不后悔，保证一个月内见效果。5故事性促销、她离开以后。6服务性促销、帮你制定减肥计划，帮你检测肌肤症状。包邮，以旧换新。

六、另类促销。

1视觉冲击力促销2模糊式销售，便宜卖。3稀缺性促销、国内唯一代理，绝版促销，机不可失失不再来。4通告式促销，设定预售日5反促销式促销，比如，高价促销。原价销售坚决不打折。6悬念式促销，不标价，猜价格。

七、名义主题促销。

1主题促销2联动促销，比如和服装店联合和金店和婚纱摄影联动促销。3联合促销，不同品牌的联合活动。4公益性活动促销。5首发仪式促销。

八、限定式促销。

4单品促销，只做一款。

九、临界点促销。

1最低销售折扣，比如低至五折，最低2折。2最高额促销，比如最高60元，80元封顶。3极端式促销，全城最低价。

十、回报式促销。

1免费式、免费试用，免单。2回扣返利、满就减，返现金3拼单、满几件就送，团购价。

十一、纪念式促销。

1节日，三八五一。2纪念日，店庆，生日3特定周期，每周二，每个月一天半价。4会员式促销，满就送会员卡，会员日，会员特价。

十二、产品特性促销。

1新品促销，新品九折，2效果促销3产品卖点，质量优越效果好，4引用案例额，某客户用了古蓝朵眼霜黑眼圈很快就没了。

十三、定价促销。

1满额送。2特价。3统一价，比如全场10元。

十四、奖励促销。

1互动式促销，签约有礼收藏有礼。2抽奖式促销3优惠券促销，现金券，低价券优惠券。

十五、组合促销。

1搭配促销，买一款古蓝朵霜配一款水半价。2捆绑式，买古蓝朵面奶送一芦荟胶，加一元送一件。3连贯式、首次购买全价，第二次购买两件半价。

十六、情景剧促销。

注意促销现场的妆扮氛围的渲染，促销商品和促销人员等的全面安排，注意服务热情礼貌周到。（需要专业人员参与设计）

十七、创意营销。

针对特定的环境和主题设计不同的吸引人的活动。（需专业人员参与设计）

化妆品店五一活动方案篇三

一、时令促销。

1. 季节性促销，如夏季产品的热卖，一般是面膜贴，花露水，防晒霜，清爽的乳液和润肤水类，香水和清香剂类，消杀类，儿童沐浴润肤类等。2清仓促销、夏季清仓，季中清仓，反季清仓。比如，针对压库较多的品牌做促销针对某一品牌做套

盒低价或者买赠促销。

1. 礼品促销。

2. 买送礼品惠赠促销、买一送一，买多送一，送红包，送积分，买多送多。

1. 利用事实热点促销，比如神九飞天。

2. 明星促销，利用娱乐明星吸引。

3. 依附式促销，奥运会赞助商，双十一活动促销。

1. 指定产品促销，比如买古蓝朵眼霜送古蓝朵芦荟胶。

2. 加一元多一件，比如古蓝朵无添加润肤乳加一元多送一款指定，产品。

1. 品牌型促销。

2. 榜单排名式促销比如古蓝朵蓝金丝肽素蝉联全国眼部品牌销售冠军

3. 口碑式促销，邀请返利，好评有礼好评返利比如采取见证营销模式促销邀请到的见证人要给与适当的奖励。

4. 承诺式促销邀请有礼品，买了保证不后悔，保证一个月内见效果。

5. 故事性促销、她离开以后。

6. 服务性促销、帮你制定减肥计划，帮你检测肌肤症状。包邮，以旧换新。

1. 视觉冲击力促销。

2. 模糊式销售，便宜卖。
3. 稀缺性促销、国内唯一代理，绝版促销，机不可失失不再来。
4. 通告式促销，设定预售日。
5. 反促销式促销，比如，高价促销。原价销售坚决不打折。
6. 悬念式促销，不标价，猜价格。

1. 主题促销。
2. 联动促销，比如和服装店联合和金店和婚纱摄影联动促销。
3. 联合促销，不同品牌的联合活动。
4. 公益性活动促销。
5. 首发仪式促销。

1. 限时，比如秒杀，今日有效。
2. 限量，限量销售。
3. 阶梯式促销，第一天7折第二天8折第三天9折，早买早便宜。
4. 单品促销，只做一款。

1. 最低销售折扣，比如低至五折，最低2折。
2. 最高额促销，比如最高60元，80元封顶。
3. 极端式促销，全城最低价。

1. 免费式、免费试用，免单。
2. 回扣返利、满就减，返现金
3. 拼单、满几件就送，团购价。

1. 节日，三八五一。
2. 纪念日，店庆，生日。
3. 特定周期，每周二，每个月一天半价。
4. 会员式促销，满就送会员卡，会员日，会员特价。

1. 新品促销，新品九折。
2. 效果促销
3. 产品卖点，质量优越效果好。
4. 引用案例额，某客户用了古蓝朵眼霜黑眼圈很快就没了。

1. 满额送。
2. 特价。
3. 统一价，比如全场10元。

1. 互动式促销，签约有礼收藏有礼。
2. 抽奖式促销
3. 优惠券促销，现金券，低价券优惠券。

1. 搭配促销，买一款古蓝朵霜配一款水半价。

2. 捆绑式，买古蓝朵面奶送一芦荟胶，加一元送一件。

3. 连贯式、首次购买全价，第二次购买两件半价。

十六、情景剧促销。

注意促销现场的妆扮氛围的渲染，促销商品和促销人员等的全面安排，注意服务热情礼貌周到。（需要专业人员参与设计）

十七、创意营销。

针对特定的环境和主题设计不同的吸引人的活动。（需专业人员参与设计）

化妆品店五一活动方案篇四

总所周知，在金融危机通货膨胀的客观环境下，开店创业的不在少数。化妆品店也越开越多的，对本店存在竞争的不在少数。

化妆品促销活动建议

一、给商品定位。零售的'化妆品消费群体集中在中青年，这一部分人对于爱美的渴望是非常强烈的，18到25岁的消费者大多喜欢日韩产品，对于价格虽然敏感，但冲动大于理性，上个季度彩妆的销量大过护肤产品！但现在越销售出现滑坡，我认为应该吧重点放在护肤品上面，马上进入夏季，护肤产品的需求量开始上升！所以我觉得应该吧护肤产品作为重点！把消费群体定位在18到28间！

二、我所提供的促销手段。见的多的无非就是产品做特价、加钱增购产品、有买有送、品牌享受折扣、周末定时限时抢购、和空瓶抵现换购等等。

方案一：产品特价促销

可以从消费者熟悉的产品中挑选几款作为特价产品，作为优惠来招吸引费者，之所以挑选大众熟悉的品牌是因为价格的认知度，产品的质量，让大家能够一眼看出本公司做出的让利是真实的！认知度不够的产品最好不做特价，因为认知度的关系不会有很大的吸引力！

方案二：品牌折扣

正对消费者对品牌的信赖，挑选某品牌的全部商品在促销期间做出打折的优惠，销售。聚集人气是必然的，这就是目的，提高消费者进店率。员工可在品牌打折期间做出专业销售，将消费者的目光带向本店的未打折商品上！提高销售利润！

方案三：有买有送

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品！以及消费就送湿纸巾！

方案四：加钱增购产品

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品300元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

方案五：周末限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾

客狂购，以较低价格出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

方案六：空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利润的核算）；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，我们还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

三：化妆品促销活动销量提升注意事项：

促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费

咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一起上）进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

化妆品店五一活动方案篇五

分析自己化妆品消费群体的消费习惯、消费水平，这一数据根据专营店以往同时期或相近时期店内顾客的客单量、购买单品价格带、购买频率、品牌购买动向、畅销产品分类，同时还要分析商圈目标消费者的构成，以及当地消费者喜欢的促销模式、赠品等构成。分析数据出来后才能做出有针对性的促销对象及促销产品，以及采用何种促销方式。

常用的促销活动手段主要有产品特价、品牌折扣、买赠、加钱增购、限时抢购、空瓶抵现换购等等。

• 特价

专营店从品牌产品或是流通产品中挑选几款消费者熟悉或较熟悉的特定产品做特别优惠价格来吸引消费者，挑选消费者熟悉的产品，价格对比度会清晰，消费者能切实感受到促销优惠的力度。消费者不熟悉的产品尽量不做特价，因为消费者对产品了解不深，是没有太大吸引力度。

• 品牌折扣

面对大家熟悉的某些品牌，特别是具有吸引力的品牌，可以将全系列产品在促销期间打折优惠销售。可以迅速聚拢人气，提升入店率，但是因为品牌产品的利润率本来就不是很高，打折后利润率则更低了，因而店内促销人员在进行销售时要学会转移销售，将消费者的购买方向引导至专营店经营的主

利润品牌上。

- 买赠

消费一定金额或是消费一定数量可以赠送相对应的产品或是其它赠品：（如买某品牌两款任何产品送一支护手霜；买三款送一支护手霜加一个面贴膜；或是买满多少金额送一支护手霜等等方式）。赠送的其它赠品以消费者喜欢的赠品为佳，针对中高端消费者可以赠送丝巾，手袋等等时尚用品，而县乡级市场的中低端消费者则喜欢日常家居用品，（如电吹风、电饭锅、高压锅、电磁炉、餐具、食用油、纸巾等等）。

- 加钱增购

加钱增购是指消费者在达到一定消费金额时可加少量现金来购买另一种产品，增购产品要具有一定的实用性与吸引力度，增购金额要根据换购产品的成本来定。（如买满化妆品100元+10元可获得价值50元保湿霜一瓶。）

- 限时抢购

限时抢购，在指定时间内提供给顾客非常优惠的商品刺激顾客狂购，以较低价格

出售的促销活动。在价格和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。限时抢购的目的，是利用抢购客源增加店内其他商品的销售机会。同时通过时间段的控制可以控制客流。

- 空瓶抵现

季节更替，消费者开始准备购买新产品了，而空瓶刚好抵现金来购买化妆品，以实现空瓶的价值，促使顾客消费的一种手段。（如任何一个产品空瓶都可以在购买店内某些品牌产品时，抵现金五元或十元，抵现金的额度需要进行成本和利

润的核算)；要注意抵现时购买一款产品只可抵一个空瓶的现金。

要提升消费者的入店率，商家还可以对消费者开展免费化妆、免费咨询、抽奖活动，更好地吸引消费者，配合店内促销活动，达到促销目的。

促销活动在市场上不凡其多，促销活动方案的内容要有活动重点，即凝聚点，我们可以单独做某一个项目，也可以以买赠、加钱增购为主要活动项目，而限时抢购、空瓶抵现可作为辅助活动内容。各种方式的运用要恰到好处，把握好细节的运用才会有很好的产值。活动方式不可乱用，要因地制宜，在商圈内促销活动的针对性要强，有的放矢，才能真正有效果。

a□促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位入店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b□老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c□有新顾客进店时，若新顾客对店内经营品牌不是很熟悉，不要强行推销。可以充分利用免费化妆与免费咨询，通过免费咨询或免费试妆（试妆时护肤和彩妆一起上）进行沟通并延长逗留时间，寻找机会销售。

化妆品店五一活动方案篇六

必须在开业气势上务必要一炮打响，体现宏大规模的特点。迅速提高水莱雅补水专家的知名度，吸引消费者来参加开业活动。开业就有好的销售业绩。

策划吸引消费者的促销活动，让开业时，水莱雅补水专家就充满人气。

提炼诉求卖点，在促销推广中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

设计有诱因的促销活动方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

1、提炼诉求（宣传）卖点：

补水养颜；价格低、服务好、质量过硬

2、策划促销活动方案：

促销活动方案1：开业演出及开业仪式

利用演出来吸引消费者；全天演出。

促销活动方案2：向消费者告示水莱雅我的补水专家

突出理想也就是价格、服务；用报纸向社会公告；用巨幅向社会公告。

促销活动方案3：开业有礼，红包多多

以5元的代金券设计成红包的形式；开业期间，见人发一张。

促销活动方案4：每天推出特价产品1款

可以长期推行要推销售额大的，影响才会大。

化妆品店五一活动方案篇七

一、明确本次活动的目的与宗旨，并以活动的目的与宗旨作

为促销的行动准则。

活动的目的是活动的灵魂和意义所在，因而它是促销的基础与制定活动准则的依据。

企业的每一次促销活动都有其目的。如让消费者更快得接受新产品；发布企业调整信息；树立企业形象，扩大市场影响力等。如宝洁公司20xx年8月19日到9月21日的碧浪洗衣粉的促销的目的是让消费者知道碧浪降价不降质，全面65折的企业重大的价格调整。

二、选择合适的超市

1. 人流量大，形象好，货架位置好的场地。

促销产品应放置在人流量大、形象好的位置。若促销产品没有专柜，则应把促销产品放置在货架的较显眼且易于顾客购买的位置，一般为货架的第二层或第三层应是超市的货架而定。

2. 与超市进行有效的沟通，争取超市的最大支持。现在超市做促销一般都会有一定的限制，如交纳场地费、服装与商场统一、赠品不能带入场内等，会给促销活动造成许多不便，因而必须与超市进行有效地沟通，以取得超市对活动的最大支持。在与超市的有关人员进行沟通时，最重要的是强调双赢，做促销虽然厂家有一定的目的，但同时有利与超市增加销售，应尽量取得商场的支持如人员、广播、安排堆头、货品摆放的有利位置、及海报的张贴的位置等的支持。

3. 定位一致原则，即超市的选择应与超市的定位、促销产品的定位、超市商圈顾客群的定位及本次活动的目的保持一致。如赛尼可的促销超市的选择通常是超市定位较高，商圈的顾客群可为中高收入的超市或像好又多、物美等大型的连锁超市。而一般的洗衣粉的促销则可以在一般的居民区较多的超

市。

三、促销活动必须师出有名。

四、设计合理的广宣品，选择合适的赠品。

1. 广宣品的设计原则：

(1) 广宣品的设计总体风格要与产品在顾客心目中的形象和厂家的形象相一致，或直接采用产品的电视广告中消费者所熟悉的形象。如润妍、飘柔的广宣品大多为消费者所熟悉的电视广告中的秀发美女的宣传画，这样有利与消费者加深对产品的印象。沙宣的广宣品则会以时尚为形象；体育用品以健康、运动为基调。

(2) pop的设计要简单、醒目、活泼。应减少过多的文字叙述，重点词语用醒目的颜色写，字体要活泼、生动，切忌用草字，能让顾客在三秒中内看完全部内容并对活动留下较深的印象。

(3) 因在促销活动中会出现赠品断货的情况，在pop的末尾务必写入赠品有限，赠完为止。

2. 赠品的选择。

赠品的选择原则有实惠的原则与时尚的原则。但在选择赠品时必须使赠品与所促销的产品有一定的关联或有一定的宣传作用。具体方法有：

(1) 赠送试用装。用公司新产品的试用装或同品牌的其它同档次产品试用装作为赠品，采用这种方法一方面可以让消费者觉得实惠，另一方面可以促进新产品的推广。是一箭双雕的促销策略。

(2) 赠品应与品牌形象及目标消费群的心理特点相一致。如在

国际上沙宣的品牌形象是时尚、专业因而沙宣促销时的赠品往往会体现沙宣专业、时尚的特点。如送时尚手提包、时尚钥匙扣、时尚腕表、时尚钱包、直发梳等女性较喜欢的时尚用品。

(3) 赠品的设计生产应体现形象高成本低的原则，这样有利于减少促销成本。如沙宣的赠品看起来都较时尚精美，但其成本并不高，玉兰油的赠品选择有品牌知名度的依泰莲娜项链，但是作为赠品的依泰莲娜由于采用成本低的原料，因而价格低廉，体现了在产品时的高形象、低成本的原则。

(4) 直接用具有宣传作用的赠品，如印有产品及企业鸟标志的雨伞、围裙等。

五、招收有经验或较适合超市促销的人员。

在招收促销人员是要对前来应聘人员进行考核，可以问一些如你觉得在做促销时哪几方面较重要、您对以前你所做促销产品的认识等，以考核该促销员是否适合该工作。

六、对促销人员与促销主管进行培训。

对促销人员的培训时活动的最重要的一步。

1. 明确促销人员的举止行为必须维护企业的形象与超市的形象，并遵守超市的规章制度的培训：如在宝洁公司的玉兰油促销中，因为玉兰油是国际著名品牌宝洁的产品，在超市里属于中高档的产品，因而要求其促销小姐必须是皮肤好、声音甜美、态度热情、画淡妆的女性，且对这些促销小姐进行培训，要求遵守超市的规章制度，积极帮助超市的理货、盘货等活动。

2. 明确工作的程序，如报销量等；

3. 明确赠送赠品的条件，以防赠品误送、滥送、多送、少送；
5. 服务态度与销售技巧的培训；
6. 明确奖罚制与奖罚措施，以避免赠品的不送和促销员的失职等行为；

七、促销主管对促销活动的日常工作进行检查、监督。

对活动的检查监督主要是对促销人员的服务态度、方法和备货等进行检查。如促销人员有无迟到、早退的现象；是否对顾客热情；有无按规定的原则送赠品，货架上的备货是否充足；有无及时补货等，发现问题及时解决，不能解决的问题有无及时上报等，对日常活动的开展的有效监督是使促销活动健康有序地进行的必要条件。

八、做好活动的统计把握活动的进程。销售人员必须每天对销量及存在的他所不能解决的问题进行报告。可以采用日报表、周报表等形式。每周召开一次例会，解决促销中存在的问题。

九、促销效果评估。促销活动结束后，采用科学的方法对促销活动的效果进行评估促销的重要一环。促销的负责人员应对此次促销活动的效果进行调查、测定。如让超市有关负责人对活动的评价，包括对本次或动的方法、赠品的选择、促销人员的总体评价及活动的成功与不足之处。并对照目标检查完成了哪些，分析实现目标与未达成目标的原因，为以后的促销活动积累经验。

一个周密的促销活动除了上述程序以外还应有周密的计划，但关键是计划的落实与清晰的工作条理。

化妆品店五一活动方案篇八

喜迎奥运新春献礼幸运100%金钱一把抓三重惊喜大奉送

(一)惊喜一：幸运100%，金钱一把抓：

活动细则：

- 1：凡在活动期间进店的女性顾客均可免费抓金一次中奖率100%
- 2：各美容院(店)及商场专柜需在前台设抽奖箱一个，奖箱内放糖块一箱，每块糖块上面均粘有5角硬币一枚及相应的奖项卡片。
- 3：奖项设置为：60%为价值20元的代金券，10%为价值18元的护手霜，5%价值68元的纯露，5%为价值99元的《非常61》超值体验卡，5%为价值50元代金券，3%价值100元代金券，2%价值386元的祛皱套盒，10%为其他小礼品。
- 4：顾客单手进行抓金，依单手的最大容量能抓多少抓多少，原则是手能顺利从奖箱中取出且不能损坏奖箱。
- 5：所抓奖品当场兑换。

(二)惊喜二：空瓶换物

活动细则：

- 1：凡活动期间持某某品牌系列化妆品空瓶，均可在店内或商场柜台进行相应的产品兑换，
- 2：兑换细则为：

一代产品(含同仁御颜系列)空瓶

3支空瓶可兑换价值18元的护手霜一支

5支空瓶可兑换价值66元的一代美白嫩肤洁面乳一支

二代产品空瓶

1支可兑换价值18元的护手霜一支

3支可兑换价值68元的纯露一支

5支可兑换价值145元的二代lps专业美肤洁面乳一支

(三)惊喜三：礼上加礼好运连连

凡在活动期间进店(柜台)一次性消费满300元的顾客，均可获赠价值300元的年终答谢抽奖卡一张及大型沙龙联谊会入场券一张，届时可以贵宾身份参加我公司举办的大型年终答谢沙龙联谊会并有机会获得千元大奖，以单次满300元为一次机会依次类推，具体细则详见沙龙会活动方案。

1、必须在开业气势上务必要“一炮打响”，体现宏大规模的特点。

2、迅速提高“同仁御颜养生堂”的知名度，吸引消费者来参加开业活动。

3、开业就有好的销售业绩。

1、策划吸引消费者的活动，让开业时，“某某品牌”就充满人气。

2、提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

3、设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

1、提炼诉求(宣传)卖点：

首家社区理想养生堂

价格低、服务好、质量过硬

2、设计促销方案：

方案1：开业演出及开业仪式

利用演出来吸引消费者

全天演出

方案2：向消费者告示“打造社区理想养生堂”

突出“理想”也就是价格、服务

用报纸向社会公告

用巨幅向社会公告

方案3：开业有礼，红包多多

以2元的代金券设计成红包的形式

开业期间，见人发一张

方案4：每天推出特价产品1款

可以长期推行

要推销售额大的，影响才会大

方案5：累计消费达×××元，赠礼

赠送实用的生活用品或者产品

开业一个月后，可考虑送其它低价高质的产品

3、设计促销活动：

方案1：人体广告宣传

宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、

选择人流量大的时候，比如早晨上班、晚上下班的高峰期，

要有5人以上才有气势，才有宣传效果。

1、飞字广告：某某品牌店xxx开业有礼

某某店有礼惊喜不断

2、报纸

文案：随着人民生活水平的不断提高，健康和保健越来越为社会所关注。某某品牌正是应是顺势的产物。500余种养生养颜产品齐聚“某某品牌”，其产品秉承了同仁堂338年的优良传统。传统和时尚并行，养生和养颜完美融合，真正意义上的贴近生活，情系百姓。

终于，同仁御颜养生堂x月x日正式入驻xx[]届时举行特大酬宾活动！

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

开业一月内促销不断，惊喜不容错过！

地址：

电话：

3、开业横幅：某某进店有礼惊喜不断

4、开业气球：某某进店有礼惊喜不断

5、店内海报：

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

6□x展架

5元，享受28元的玫瑰保湿洁面乳1只，解决肌肤干燥！

12元，享受价值68元的纯露1瓶！缕缕芳香，熏出魅力。

7、其他宣传：开业军乐队或秧歌队

化妆品店五一活动方案篇九

1、时间□20xx年12月x日下午2：30—4：00

2、地点：街道办二楼会议室

3、主持人：（待定）

4、参加人员：社区代表

(尽量选择有影响、有地位、素质较高的业主)

1、由各区区长推荐参加业主人员名单，并附业主基本资料;(x月x日)

2、将推荐的业主名单筛选后，报至物业经理审核批准;(x月x日)

3、由各区区长亲自将邀请函送至业主手中;(x月x日、x日、x日)

4、会场布置;(12月x日)

5、迎接来宾，并引导至会场;(安排2名客服人员全程接待)(x月x日)

6、茶话会开始:

(1)由主持人宣布茶话会开始，并介绍茶话会与会人员;

(2)社区主任致辞

(3)社区居民代表致辞;

(5)物业领导总结，做结束语;

(6)发放赠品

(7)茶话会结束;

7、由客服人员收拾会场

1、数码相机(提前将电池充满);

2、邀请函15张、桌牌20个、参加业主名单一份；

3、食品准备：

(1) 茶壶一个，纸杯一袋，杯托20个，茶水五壶，茶叶1盒；

(2) 瓜子、花生各5斤，小桔子、苹果、香蕉各10斤，糖2斤；

(3) 会场布置：拉花、气球、红纸(茶话会三个大字)；

4、赠品准备：25个保温杯，并印公司名称和标志

共计约需800元左右。