# 美容销售方案模板范文大全优选29篇

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2025-03-26

*美容销售方案模板范文大全 第一篇活动主题：美容院与你共度双十一光棍节活动时间：20xx年11月05日-11日活动对象：所有的新老单身顾客活动目的：光棍节当然要让单身顾客享受到美容院的温暖和热情，恰逢深秋季节，美容院可以根据秋冬节的皮肤问题推...*

**美容销售方案模板范文大全 第一篇**

活动主题：美容院与你共度双十一光棍节

活动时间：20xx年11月05日-11日

活动对象：所有的新老单身顾客

活动目的：光棍节当然要让单身顾客享受到美容院的温暖和热情，恰逢深秋季节，美容院可以根据秋冬节的皮肤问题推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借助20xx年双11光棍节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台，也能为自身美容院带来更多的新朋友，提升美容院的销售业绩。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够优惠折扣和领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受折的优惠，并且赠送美容院提供的护肤小样试用装一份。

活动注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

**美容销售方案模板范文大全 第二篇**

临近国庆节了，又将迎来美容院促销高潮，哪美容院在国庆促销活动有什么号的方案没呢,下面为您细数10大促销招数，下面就一个一个个体介绍给你们!只要按着去做，定会给你带来惊喜!

招数1开卡促销

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡;大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月卡比每单次消费的费用低，办理年卡比办理月卡总和消费要低，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

招数2折扣促销

打折一直是商业促销的一种重要手段，它有很强的吸引注意刺激购买欲的作用，而且具有即时的效果。

运用方法：折扣促销是美容院最常用的促销方式。针对这种促销法，美容院根据不同的季节、节日推出不同的.折扣商品，用某些低价位商品刺激顾客的消费欲，带动其它商品的销售，或某一新项目推出时，让顾客进行尝试可进行折扣的促销手段。

招数3免费试做促销

免费试做促销是美容院为了吸引新的顾客群体，或在新项目开发上推出的一种，让顾客先感受在消费的一种促销方式。

运用方法：美容院将有某些需求的顾客集中起来，在即定的时间为顾客免费试用，让顾客首先体验效果在培养顾客成为主顾客。然后再进行下一次的免费试做，再进入下一个循环。

招数4消费积分赠品促销

消费积分是美容院为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠送的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

人气指数运用方法：美容院先设定一定积分，达到一定额度的消费顾客即取得一定的积分，就可以得到美容院赠送的产品、礼物、疗程等，还可以参加其他的优惠活动。

招数5次数促销

次数促销是美容院最常规促销的一种变化，是一种顾客消费后的附带促销，让顾客感受到美容院更多的优惠，可稳定住即将成为美容院老顾客的人群。

运用方法：美容院可设定如顾客在第几次做护理后可免费进行一次美容院指定的项目或疗程，第几次做护理后又是免费，若干次为一个促销段，以此来设定。

招数6活动促销

美容院国庆活动促销是美容行业一种新的促销方式，能够让美容院在短期内使销售量激增。利用各种节假日，美容院可进行此类大型的促销活动。

运用方法：美容院利用各种节日请一些专家、名人通过某些活动项目进行的促销。其中包括：动联谊促销、专家促销、名人促销、旅游促销。

招数7有奖促销

在顾客购买了某一款产品或某些价位的产品后，美容院可使用的一种激励顾客消费的促销手段。

运用方法：美容院可赠送一些小礼品如：眉笔、丝巾、工艺品等给顾客;还可进行摸奖促销，如在店内设定某一时段的摸奖活动，客人每次消费后根据消费后的金额，通过摸奖的形式来激励消费。

招数8派单促销

美容院为了吸引更多的新顾客，扩大经营商圈，提高美容院知名度而进行的一种发放美容院宣传单、体验单的一种促销手段。

运用方法：美容院需要印制一些有美容院形象的宣传单，派美容师在美容院附近，美容商圈内定点派单或将此单送到商圈住宅的顾客信箱内，以达到宣传美容院，促进顾客消费的目的。

招数9人情促销

人情促销是美容院以满足人的情感需求为出发点来设计，更能打动消费者，可建立美容院长期稳定的顾客群体。

运用方法：美容院开展如：周年酒会、问候促销(利用电脑或手机为顾客节日送去的问候)、顾客档案节日问候(顾客的生日)等促销活动，让顾客感到美容院的丝丝关怀之情，拉动美容院和顾客之间的距离。

招数10会员促销

会员制促销是一种以俱乐部的形式吸引、培育忠诚的消费群体，逐步建立顾客数据库，从而为美容院带来长期、稳定收益的营销模式。运用方法：会员制有两种形式：一种是销售会员卡，顾客交若干会费后即可成为美容院的长期会员，全面的享受各种会员优惠和服务;另一种是赠送会员卡，顾客在一定期限内消费达到一定金额后，即可被赠于会员卡，获得会员资格。

**美容销售方案模板范文大全 第三篇**

一、开业前的准备工作

1、美容师的培训

美容师的培训是非常重要的准备工作之一，培训类容也比较多，有美容手法的培训、销售技巧的培训、美容项目流程的培训和美容仪器的培训等。

2、开业前的装修、设备准备

美容院开业之前，所有的装修工作，美容院产品，美容院仪器等一些硬件设施都要准备齐全，甚至小到美容院的宣传海报、美容毛巾等都要预备齐全，做到有备无患。

二、开业前的宣传

美容院开业之前的宣传很重要，要为自己美容开业当天积攒一定的人气，争取做到一炮打响。

美容院开业的宣传方式目前主要有以下几种方式：

1、在人流比较集中的地段派发优惠券，邀请函等，可以适当的推出进店有礼，进店优惠等促销方案来吸引顾客。

2、一些高端美容会所，可以在一些当地的报刊、杂志、电视、媒体上等刊登宣传广告。

3、可以利用自己所有的社会资源，亲戚朋友，同学同事等，邀请他们前来捧场，并让他们帮忙邀请更多的朋友前来。

**美容销售方案模板范文大全 第四篇**

活动时间：3月6—15号

活动对象：女性

活动目的：诱导刺激新老顾客的消费，提升美容院加盟店的销售额;营造温馨喜庆的节日氛围，打造美容院良好形象;趁着女性重要节日，推出新产品和项目，吸引不同层次的顾客群体;美容院加盟店促销活动，可以宣传和推广美容院品牌，提升美容院的知名度。

活动背景：三八妇女节是女性节日，女性在社会的角色有很多种，母亲，妻子，儿媳等，借助节日文化特点，近一步向消费者渲染要对女人好一点这一促销主题，利用情感共鸣来完成促销。

活动主题：浪漫女人节，更要爱自己

1)扮靓女人，节日多多送

3月8日生日或是3月8日结婚的顾客可凭身份证或结婚证可赠送体验卡一张。

省、市级的“三八”红旗手，凭证书和身份证可免费获得一次美容项目。

身份证尾号是38的女性朋友，凭身份证可获得美容院提供价值520元大奖一份。

凡在活动期间消费满388元的顾客，可以获得美容院赠送的价值98元的礼品一份;活动消费满588元的顾客将可以获得价值288元礼品，9次免费美容的机会。

注：具体的活动规则，可以根据美容院具体的产品和项目设立。

2)爱自己，从护肤开始

寻找肌肤“专属”天使，凡在3月8日在美容院购买任何一款产品，都可以享受买2送1，过了这个“春”就没有这个“惠”，全场折起，满多少送多少，多买多送。

3)女人爱自己,爱乳房

迎国际妇女节，美容院可推出女性关爱体检套餐，仅需380元就可享受原价1038元的乳房体检及护理套餐，凭短信预订还可享受八折优惠

活动宣传：

1、宣传：正门和店内拉彩旗、气球，并且将广告和店内的微信二维码放在门口明显的位置。

活动之前可以通过发微信、微博还有宣传单进行造势宣传。

2、派店员工去附近人流量多的地方发宣传单。

3、店门前悬挂条幅。

**美容销售方案模板范文大全 第五篇**

1、扮靓女人，节日多多送

3月8日生日或是3月8日结婚的顾客可凭身份证或结婚证可赠送体验卡一张。省、市级的“三八”红旗手，凭证书和身份证可免费获得一次美容项目。身份证尾号是38的女性朋友，凭身份证可获得美容院提供价值xx元大奖一份。

凡在活动期间消费满xx元的顾客，可以获得美容院赠送的价值xx元的礼品一份;活动消费满xx元的顾客将可以获得价值xx元礼品，xx次免费美容的机会。

注：具体的活动规则，可以根据美容院具体的产品和项目设立。

2、爱自己，从护肤开始

寻找肌肤“专属”天使，凡在3月8日在美容院购买任何一款产品，都可以享受买2送1，过了这个“春”就没有这个“惠”，全场x折起，满多少送多少，多买多送。

宣传：正门和店内拉彩旗、气球，并且将广告和店内的微信二维码放在门口明显的位置。活动之前可以通过发微信、微博还有宣传单进行造势宣传。

促销前准备工作

1、许愿墙

美容院可以留出或简单装饰好一面墙壁(贴小纸片的墙是空白的)，然后准备好各种颜色的小纸片，顾客来了以后，可以在纸片上写下20xx年的心愿，如“希望今年变得更漂亮”、“我要保持身材”，“希望皮肤可以越来越白”、“每天都会有一个好心情”等愿望。

2、鲜花

美容院的顾客以女性居多，三七女生节、三八妇女节又是女性的节日，每个女人都爱花，而且不分年龄段，所以，美容院在接待区、美容区摆上一束鲜花，一定会让顾客们的心情很好。

**美容销售方案模板范文大全 第六篇**

一、促销主题的确定

每一次促销活动都应该有一个确定的主题，根据这个主题再去组织相关活动细则。三八节日的美容院促销，自然需要集中在女性身上。在主题的确定上，可以用一些比较打动人心的温馨的文字，抓住女性爱美的心理，吸引她们的目光。

三八妇女节是女性节日，女性在社会的角色有很多种，母亲，妻子，儿媳等，借助节日文化特点，近一步向消费者渲染要对女人好一点这一促销主题，利用情感共鸣来完成促销。

参考主题：三·八节“专为女性预备的双重厚礼”(注重促销活动中的优惠);美丽人生，幸福女人(抓住幸福的感觉);为你的“她”延续情人节的浪漫

二、促销内容

各个美容院的促销形式和促销内容都大同小异：打折、买赠、免费体验等，美容院要利用这些促销形式体现出新味来。

抽奖促销

案例1 美容院：让您美丽，让您的男人心动

案例内容：

在1个月左右的时间内，在美容院消费满280元即可赢得各类奖品。要想赢得各类奖品，此中有上计，更有上上计，就看你有没有弃小博大的妙计：

上计：凭消费凭证赠高档美白润肤露1支;

上上计：弃小博大，放弃赠品，参加美容院举办的刮卡抽奖活动，给男人心动的惊喜，才是上上计。

奖品分设有：dvd，电动剃须刀、袖珍收音机及照相机等。

案例点评：

1、这是“赠品”与“抽奖”两者选一的模式，让消费者在“上计”与“上上计”中做出选择，这种心理暗示的手法，有可能使消费者产生当然应该参加抽奖的潜意识。

2、整个活动设计充满刺激性、挑战性。

3、这种“赠品”与“刮卡”二进一的做法，必须在确定能得到化妆品公司与赠品生产厂家的完全支持与协助的条件才能开展，有可能“dvd”有相应的品牌专卖店，能为这类活动的开展提供系件，而许多日用消费品受制于售点的实际情况，未必适用此种活动方法。

案例2 国际产品：三八节日—“专为女性预备的双重厚礼”

时间：3月8日-3月15日。

活动内容：在活动期间内，凡在国际购买500元产品的消费者将有机会获得以下礼品：

1)手机1台，市值人民币1500元左右(限1个名额);

2)手机充值卡1张，市值人民币每张100元(限5个名额);

3)秀之颜防晒霜一支，市值人民币68元(限54个名额)。

操作细则：

1)首先，在明显位置展示参加此次促销活动的奖品(手机1部、充值卡10张)，并把消费者的手机号码和奖品编号一起放入抽奖箱中，作为抽奖数据库;

2)在消费者购买满500元产品时，将顾客的手机号码填写在抽奖卷上投入抽奖箱内;并赠送消费者一张记分卡作为抽奖凭证。(记分卡可后期消费积分抽奖)

**美容销售方案模板范文大全 第七篇**

活动主题：七夕一起来“约惠”吧!

活动时间：

活动方案：

1.美容院促销活动期间，凡是男士进店为自己的妻子(女朋友)购买产品、项目，又或者是陪同自己的妻子(女朋友)做项目的，都可以在美容院获赠鲜花一束和精美巧克力一盒。

2.在促销活动期间，推出“七夕浪漫礼包”，所有男士都可以在美容院购买价值899元的特惠套餐“七夕浪漫礼包”赠送给自己的妻子(女朋友)，“七夕浪漫礼包”内含基础护理项目、身体护理项目、特别产品礼盒一套、鲜花一束、精美巧克力一盒(可附带贺卡，由专人送到指定处)。

3.美容院促销活动期间，凡是进店消费的顾客都可以享受折的折扣。

4.仅限七夕当天，凡是进店消费的顾客，能够大声的说出对彼此的爱意，即可获赠女性私密护理一次，以及玫瑰花一束。

5.凡是情侣在情人节当天进店消费，即可获赠电影票2张。

6.美容院促销活动期间，店内会员充值可享受充值优惠，充3000送3000，充5000送50000，以此类推!

7.七夕当天到店的顾客，即赠送玫瑰花一支(送完为止)，凡是情侣进店赠送精美礼物一份。另外上午9点-晚上21点，每个小时的整点，本店将会抽取一位幸运顾客，赠送一份精美的神秘礼物。

**美容销售方案模板范文大全 第八篇**

一、美容院国庆促销活动方案主题：“缤纷国庆，惊喜优惠抢先送”

二、美容院国庆促销活动日期：9月30日——10月8日

三、美容院国庆促销活动方案目的：

1、改善并提升美容院形象，增加知名度。

2、拓展商圈，开发更多的客源。

3、稳定客源，提高顾客忠诚度。

4、刺激营业额，提升顾客人均消费额度。

四、美容院国庆促销活动方案内容

1、免费送大礼：在活动期间，每天前6名顾客，送价值288元的美容项目免费体验一次，附加赠送一些小礼品;此外每天前10名顾客，888办vip卡一张，可终身享受会员服务，另外还送价值488元的美容护肤产品一套，机会不容错过哦!

2、豪华spa双人套餐：十一长假，相信很多情侣们都打算去哪个景点旅游或者回家过节去，但是还是会有一小部分情侣会留下来，这时美容院不妨专门为这些情侣打造一个豪华的spa双人享受，让他们花实惠的价格享受同等的待遇。

3、“1+1”联合促销：十一长假带动了各大商场、电影院的消费，同时不少有经营头脑的`商家会联合一些商场或者电影院搞联合促销，所以在此，美容院也可以在十一期间联合一些影院，推出在美容院消费满388元，即可获得最新电影门票一张;同时，还可以联合一些知名的服装店，推出在服装店消费满500元，即可获得在美容院享受一次288元的护理。

五、美容院国庆促销活动方案注意事项

1、美容院店内须进行适当布置，营造节日促销氛围，刺激顾客的购买欲望。

2、活动宣传可通过店门悬挂横幅(或\_展架)，派发活动单张，电话告知老顾客等形式进行传播。

3、制定活动销售目标，并分解给各美容师(美容顾问)相应任务，活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

4、提前准备好营销话术，以便应对顾客提出的各种问题。

**美容销售方案模板范文大全 第九篇**

一、活动时间：

二、活动地点的确认：

三、促销目的：

①为了稳定老顾客，使她们对美容院更有信任感;

②开拓新客源;

③增加美容院的经济效益;

④提高美容院的知名度，增强社会影响力。

四、促销的目标：

①提高美容师专业水平和销售技巧;

②提供给美容院规范的管理及新颖的销售方式;

③使美容院老板拥有逆向思维，营业额得以突破瓶颈;

④进一步规范美容院管理操作规程，提高服务水平。

五、促销人员安排：

组长：

组员：

组长职责：

①整体活动安排，协调及时调整促销方案;

②负责外围的派单和美容院派单的综合安排;

③监督检查产品、手法、培训的结果;

④对活动整体推进负有直接责任。

六、活动期间公司提供：

①活动方案;

②专家;

③高级美容督导和高级美容导师;

④美容师服(配额除外);

⑤KT板(借用);

⑥电话皮肤测试仪(借用);

⑦POP招贴画或\_展架(配额除外);

⑧请柬;

⑨资料和产品袋(配送);

事前工作：

1、店内：产品展示台、小汽球、促销方案张贴、美容卡、吊旗和客户档案卡。

2、店外的布置(横幅、大汽球、展示牌、易拉宝)

3、促销方案、优惠政策

4、产品的培训：由组长负责培训

5、人员的搭配：安排好收银、库管、发货

6、邀请函派发：编号、定区域、定人、定量(可适当奖励)

7、心态调整：美容院召开活动前会议，提要求，熟悉整个会议流程

事中工作：

怎么安排(参加人员的分工)

2、美容师要求(参照美容院管理规定)

3、要求：各尽职责,服从安排，责任到人

4、进入状态,人员的配合

事后工作：

总结活动情况，表扬先进个人

促销优惠方案

一、魅力佳人贵宾C卡:

价格880元

赠送护理1、划卡消费8折;

2、送4次经典护理或200元产品。

后期优惠1、续卡送积分58分;

2、送亲情卡一张(价值380元)。

二、魅力佳人贵宾B卡:

价格1500元

赠送护理1、划卡消费7折;

2、送7次经典护理或360元产品。

后期优惠1、续卡送积分100分;

2、送亲情卡一张(价值380元)。

三、魅力佳人贵宾A卡:

价格2500元

赠送护理1、划卡消费6折;

2、送10次经典护理或500元产品。

后期优惠1、续卡送积分166分;

2、送亲情卡一张(价值380元)。

四、魅力佳人玫瑰卡:

价格3880元年卡(卡)

赠送护理1、全年面部、肩、颈部经典护理;

2、全年身体护理包括：舒筋活络、背部刮痧排毒、健胸、肾保养、卵巢保养、纤体等;

**美容销售方案模板范文大全 第十篇**

1.活动日期：20xx年12月1日至20xx年2月13日

2.活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务;创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6) 立体造势，大量吸引人。

(7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9) 激励团队以团队利益为出发点，营造!“比，学，赶，帮”气氛。

(10) 争当“服务天使”“技术能手\_， “进步员工”的先进荣誉福利并举。

3.活动内容：

(1) 对外以3或2折来吸引客群，以韩国健康磁疗烫大酬宾，创造大客群。

(2) 内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩.

(3) 规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4) 凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5) 凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

( 6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

A 套韩国健康磁疗烫原价SS元 靓点染发原价XX元。姜疗倒膜原价X元套餐优惠。

B 套韩国健康磁疗烫原价X X元 姜疗护发原价X X元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次X X X元，特价X X元，并送价值X X倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靓点青春染发，只需花X X元一(不含洗 剪吹，有效期限截止年月 日)

4.活动前的准备

(1) 进行活动前人员动员:告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体

看看如何造势：

A 拉条幅：看起来简单，但一定要做。

B 店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

C 员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内

容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他

一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

5.顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。 (物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。 (热情，主动，舒适)

4) 享受超低价格，超值服务。

6.员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心， 增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5)借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识刨造新客群是不易，则应珍惜客 源;更应做好服务。

(6)提高员工收入。

6.活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做 好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期( 月 日完成)。

(4) 顾客资料整理.电话通知客人，三天工作期( 月 曰完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开( 月 日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8) A：店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“韩国健康磁疗烫\_。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让颐客购买产品：

B：广告发放语术训练。

C：冷烫技术训练。

D：染发技术训练c

E：护发技术训练。

F：统一问候客人语术。

G：20xx年最新发型发表(布置店堂的挂画下，喷写圣诞快乐)

(9) 店外广告(写真，喷绘)发布 月 日完成

7.美丽卡发放 月 日完成

8.纸巾发放 月 曰完成

9.海报贴 月 日完成

1 O.每日早会检查前一天状况，布置当日工作

11.奖罚方法：

(1)此活动以业绩达成数的结果为比赛基础.

A：发型师套餐达成及业绩目标达成数

B：助理贵宾卡，护发达成数及业绩目标完美数

第一周比赛周冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)

第三周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)

第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)

C：活动前三天：宣传并开始比赛

例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元。l号发型师本月实际完成200套。完成数除以目标数等于完成率，l号发型师本月应得奖金400元。中小工同上只是降低讲法奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。如1号发型师本月实际完成80套，既完成率80%.那么l号发型师，本月店内罚款40元。各级周冠军店内另奖多少元，各级月冠军店内另奖多少元 ，各级最后两名各罚多少元

(1)活动反馈

多美发店把活动进行完后，就完了，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢?这里告诉几种方法：

A、顾客来进行消费时，一定进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

B、短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正

，会加大下次消费。

C、电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

(2)活动总结

A、给每个员工进行业绩排名。

B、每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

**美容销售方案模板范文大全 第十一篇**

一、活动背景

\_美容院在郑州市农业路，开店的时间有两年多，营业的面积100平方米左右，15张美容床位，员工为20人左右。现有固定顾客500人左右，平均月营业额达10万元左右。从规模上讲，顶尚属于中档，但从顾客群来讲，所辐射的家属区范围分别是河南电视台家属区、河南财政厅家属区、河南农科院家属区及河南日报报业集团家属区，都属于高素质群体，比较侧重档次和品位。希望通过世纪良谋营销策划机构的帮助，元旦促销活动用一万元左右的开支来增加新顾客300人，营业额突破15万元，并且大大提升顶尚美容院的知名度、美誉度和顾客的忠诚度，从而塑造良好的社会形象。

二、活动主题：

爱心分享炫彩新年

主题阐述：在本次活动中，爱心的分享和传递将贯穿始终，每一项的优惠活动都不是庸俗的买赠而是有一种爱的感觉在里面，最终让大家在新的一年都有一份美好的心情。

三、活动内容

1、向卖火柴的小女孩献爱心万人签名大行动

ⅰ，飞雪圣诞平安夜，我们在欢庆平安、幸福的时刻，可曾想到在我们的同一星球、同一个城市、在我们的周围，还有靠拾煤渣、“卖火柴”和靠乞讨换取一块面包维持生计的孩子，在飘雪中、寒风里瑟瑟发抖的孩子…，让饥饿、寒冷远离平安夜，我们共同伸出双手献一份爱心给“卖火柴的小女孩”。

ⅱ，如果您有一份爱心，只需付出2元钱，也就是可在顶尚美容院领取小礼品(免费美容护理卡)一份，您付出的2元钱将捐献给市福利院的被遗弃无父无母儿童和救助站其他急待救助的孩子们。让他们过上一个远离饥饿寒冷远离平安夜，在顶尚美容院设点，动员购顾客或其他社会群体参与，动员捐款，同时由市妇联出面，联系当地社区，在小区家庭，小孩不再穿的衣服、用品捐献，社区设点，捐衣服、用品，留姓名，送给捐献者金伯利钻石\_店台历，收集捐物。

ⅲ，时间：12月24日前

主办：市妇联

协办：顶尚美容院当地主流媒体

公证：市公证处

ⅳ，安排捐助仪式活动，实施捐赠和爱心签名仪式，时间：12月24日

ⅴ，捐助人员全部留名媒体统一刊登((郑州晚报)或(大河报)或(东方今报)或(河南商报)等)

举办此活动的目的一方面是为了造势，也就是：制造新闻，让社会各界都知道顶尚美容院是一个充满责任感和爱心的美容院。同时，也为下一步的促销作好铺垫。

2、回报贵宾顾客豪礼大满罐

凡是活动之前的所有老顾客，只要累计消费达3000元以上者，均视为贵宾顾客，通知她们统一来领礼品，礼品为零售价为500元左右的三件套妆和一张价值200元消费卡。组织她们现场排队领奖品，然后合影留念。在活动当天购买满3000元者，也将视为贵宾顾客，享受贵宾待遇，也就是可参加领礼品与合影留念活动。

举办此项活动的目的是，在老顾客当中形成极好的口碑，通过口碑相传来吸引新顾客。

3、白白美一回

选中新款美白套装，在活动当天限100名，购买新款美白套装者，一年后可以赠送价值相同的套装产品。此项活动一方面为了推广新款美白套装产品，另一方面也是为了促进新顾客购买。

4、你结婚我送花浓浓祝福进万家

凡是今年要结婚的准新娘，只要来顶尚美容院登记，顶尚美容院就会在结婚当天送鲜花过去和试用套装。此项活动主要为了拉近与潜在顾客的距离，吸引新客源。

四、活动执行及活动进度

本次活动共分为四个阶段：

第一个阶段：制造新闻，迅速出名

主要措施就是通过举办“向卖火柴的小女孩献爱心万人签名大行动”;在12月24日之前一周内在媒体投放广告3次，告知活动内容;12月24日当天举行仪式，地点：顶尚美容院向前20米联通广常同时组织店内员工10人向现场观众散发关于后边三项活动的宣传单页。

第二个阶段：传播口碑，赢得信任

实施第二个活动，也就是：回报贵宾顾客豪礼大满罐!在元月1日前3天，通过利用手机短信群发功能告知老顾客，属于有针对性的传播，不必做广告。在元月1日当天，让顾客在美容院门前排队等候领礼品，然后分批合影留念，形成一道靓丽的风景!

第三个阶段：趁热打铁，出击销售

实施第三个活动：白白美一回!在元月7日前投放3——5日的报纸硬广告或者报纸夹页广告。在活动当天(元月8日)同时把100套新款美白套装摆在美容院外边以惹人注目。5个人负责接待，5个人负责沟通谈判。

第四个阶段：抓住结婚高潮期，锁定潜在消费者

一般来讲，阴历腊月和阳历元月是结婚的高潮期，可以把送鲜花和使用装作为对新娘的一个切入口，尤其是家在美容院附近的。一方面可以每隔两三天投放一次报纸硬广告，在元月20日前投放3——5次也就是可。通过电话咨询进行登记，店里可以专门抽出2——3人负责送花。

五、注意事项

1、这四次活动进行时，销售行为实际上贯穿始终，只是在不同的阶段重心不一样而已。

2、进行每一项活动时，首先要对美容院全体员工进行培训达到能够正确领会活动意图。

3、活动准备工作最好都要提前进行。

4、提前准备好营销话术，以便应对顾客提出的各种问题。

**美容销售方案模板范文大全 第十二篇**

每年的光棍节都是各大化妆品品牌争相上演促销大战的时候。特别是淘宝推出之后，几乎每年电商都会用全新的记录证明的商机。光棍节除了在美容行业的日化线里贡献良多，专业线同样不能错过这个商机。下面我们一起来看看美容院活动方案的推荐。

活动时间：

11月1日

活动地点：

美容院各大直营店

活动对象：

所有的新老单身女性顾客

活动目的：

恰逢“大小光棍节”，为了使所有的单身女性顾客能够在此节日中感受到美容院的温暖，并且还能够得到美的体验。在“光棍节”期间，并且结合季节、气候等问题美容院特此推出补水、防干、修复等广受女性朋友欢迎的促销项目。希望能够借此时节，与顾客建立一个和谐、温馨的沟通平台。能为美容院带来更多的新朋友，提升美容院的消费者市场占有率。

活动宣传：

2、活动期间在人流密集的场所、街道以及商业的主干道等街面，发放宣传单及优惠卷等。

3、活动两周前只要是在店内消费达到一定金额的顾客，分发节日的优惠卷和体验卷等。并且装饰美容院门头、在美容院门口张贴海报和悬挂横幅等。

活动内容：

1、美容院内的会员在活动期间参与本次活动，凭会员卡能够销售8折的优惠并且领取护肤的体验券，如果会员积分卡内的积分达到500分及以上者，凭借会员卡能够免费在店内体验一次保湿补水的项目。

2、非会员的顾客，在活动期间进店消费达到288元者，可以直接享受折的优惠。并且赠送会员卡一张，和美容院提供的护肤小样试用装一份。

注意事项：

1、做好前台的登记，记载好顾客名字和信息资料。

2、对员工做好活动的培训，为了答谢顾客，挖掘顾客的潜在消费力，稳定顾客源。所以在活动期间要注意从顾客进门到消费结束后的每一个环节，保持微笑，亲切待人。

**美容销售方案模板范文大全 第十三篇**

一、开卡促销

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡;大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老顾客，在顾客护理期间，为顾客办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月卡比每单次消费的用度低，办理年卡比办理月卡总和消费要低，并且顾客还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。场合对接：月卡、季卡、年卡、积分卡适合于任何大小的美容院，金卡、银卡、贵宾卡、会员卡适合大型的美容会所、大型美容院、美容生活馆。

二、折扣促销

打折一直是贸易促销的一种重要手段，它有很强的吸引留意刺激购买欲的作用，而且具有即时的效果。运用方法：折扣促销是美容院最常用的促销方式，规划方案《美容院活动方案》。针对这种促销法，美容院根据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，用某些低价位商品刺激顾客的消费欲，带动其它商品的销售，或某一新项目推出时，让顾客进行尝试可进行折扣的促销手段。场合对接：适用于任何类型美容院。

三、免费试做促销

免费试做促销是美容院为了吸引新的顾客群体，或在新项目开发上推出的，让顾客先感受在消费的一种促销方式。运用方法：美容院将有某些需求的顾客集中起来，在即定的时间为顾客免费试用，让顾客首先体验效果在培养顾客成为主顾客。然后再进行下一次的免费试做，再进进下一个循环。

场合对接：适用于小型、中型美容院。

四、消费积分赠品促销

消费积分是美容院为顾客回馈老顾客而采取的一种方法，让老顾客在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠予的一些礼品，以促进顾客继续消费，带给顾客一种心灵上的慰寄。

特别提示：其额度不一定太高，可做小返点或大返点。

场合对接：任何类型的美容院均适用。

五、次数促销

次数促销是美容院最常规促销的一种变化，是一种顾客消费后的附带促销，让顾客感受到美容院更多的优惠，可稳定住即将成为美容院老顾客的人群。

运用方法：美容院可设定如顾客在第几次做护理后可免费进行一次美容院指定的项目或疗程，第几次做护理后又是免费，若干次为一个促销段，以此来设定。

场合对接：适用于中、小型美容院。

六、活动促销

活动促销是美容行业一种新的促销方式，能够让美容院在短期内使销售量激增。利用各种节假日，美容院可进行此类大型的促销活动。

运用方法：美容院利用各种节日请一些专家、名人通过某些活动项目进行的促销。其中包括：动联谊促销、专家促销、名人促销、旅游促销。

场合对接：适合规模较大的大中型美容院或美容会所等。

**美容销售方案模板范文大全 第十四篇**

一、活动主题：

大声告诉你心仪ta

二、活动时间：

20年11月11日

三、活动对象：

年龄在18—40岁左右的单身男女

四、活动目的：

既然光棍节，在美容院内不妨举办一个“光棍节联谊”，让年轻的单身朋友在活动中能够找到自己心仪的对象。而每一个希望参加联谊的朋友，都希望给对方自己最完美的一面，不妨让美容院来全副武装自己一番。美容院团队为你精心打造一套绝美的妆容。这也是一次绝好能够为美容院提升自身品牌知名度，增加顾客信任感的机会。

五、活动内容：

活动方案一：好像大声说喜欢你

活动期间向你心仪的对象，大胆说出最想说的话，并赠送美容产品。表白成功者还可以获得美容院“成双成对”、“一生一世”美容套餐，这些爱的套餐都是美容院免费为消费者准备的，售完即止。

这些活动是免费参与环节，凡是到场的来宾们，选购了高档的美容院产品后，就能够获得化妆品小样，将小样赠送给心仪的对方。如果表白成功后，两人同行至“幸福门”领取美容院的礼品。

活动方案二：幸福触手可及

在20年11月11日光棍节活动现场，只要是到现场购买产品顾客，百分之一百的可以中奖。以这样高中奖率的方式刺激消费者的购买欲，每一个顾客参与者均可以参与抽奖。奖项为一等奖、二等奖、三等奖，特等奖，其中一等奖为所选此次产品或开卡，项目的七折，二等奖为八折，三等奖为九折，特等奖为小礼品一份。

在这里普丽缇莎想要提醒一下各位商家，奖品设置要通过核算成本。可以将一、二等奖设计得更多一些，易奖券的形式发送给顾客。特别是新用户，也要让他们感受到美容院的优惠和实在。

将光棍节促销活动举办得有新意、有特色也是为接下来年终活动打响前奏，吸引消费者今后积极参与到美容院的活动中。当然如果美容院真的能够成就出一对对情侣，也不乏美事一桩。

**美容销售方案模板范文大全 第十五篇**

活动目的

1、把握春节促销商机，通过活动内容和活动对象创新避开“价格比拼”和“客源争抢“的恶性竞争，并给予顾客新鲜感，刺激其消费欲望。

2、提升美容院销售业绩，吸纳新客源。

3、打造美容院的品牌形象和知名度(美誉度)，提升顾客忠诚度。

活动时间

20\_年2月1号至6日(建议活动时间一个星期)

活动主题

喜迎新春\_美容院特惠活动

促销活动形式(活动分前，中，后三个阶段进行)

(二)活动期间为第二阶段：活动广告之后，工作人员将所有的顾客资料进行评估，分为A，B，C类顾客分析后，邀约体验(体验流程见内部培训资料)

(三)活动开始为第三阶段：通过前面顾客的体验，这时候店内有了一定的人气，此时利用这些体验人看的见的效果，再次加大宣传，提高品牌知名度。然后挖掘B，C类及有潜力的顾客。

活动内容

活动期间，从即日起凭广告顾客只需1元就可以体验一次面部补水护理，顾客可在美容院购买“新春美丽心礼”特惠套餐(价值988元)，美丽心意卡可享受特惠。

1、任选基础护理项目十二次。

2、任选身体护理项目四次。

3、凡在活动期间消费500元以上的顾客，即可获得补水膜一盒。

4、凡在活动期间办理会员卡的顾客，加一元，另可获得一套补水产品。

促销活动店面布置

(一)店堂设计布置：店堂布置有灯笼，中国结等装饰品，营造春节气氛，给消费者一种联想，在店堂，美容室、走廊、卫生间、门口、窗户等大量张贴海报，X展架，宣传画等，营造活动氛围，给消费者一种视觉冲击，加强消费者购买欲望。

(二)产品陈列：促销产品主题清晰，补水产品为主，货架大面积陈列补水产品，在店堂中央堆放陈列大量的补水产品，消费者视觉冲击，联想到冬季皮肤缺水，需要补水。尤其是促销产品名码标价陈列，引起消费者对产品的关注。海报张贴到产品陈列一定给消费者浓浓的促销氛围，对消费者引起视觉冲击，增加消费者购买欲望。

一、活动思路：

2月14日是西方的情人节，由于国人越来越珍视民俗节日和西方文化，再加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，情人节已经成为情侣必过的节日之一。

珠宝行业作为情人节主力商品之一，借情人节的巨大商机给钻饰节带来一个好的开端。

二、活动时间：2月6号—2月14号

三、活动主题：爱你一世真爱相伴

四、活动内容：

凡进店购物者送玫瑰一支，成交顾客送一个红包(价值X元的抵扣卷)

1、“爱你一世缘定今生”倾力为您打造不用您操心花钱的高雅且浪漫婚礼

凡在本店购买情侣对戒第二件半价

凡在本店购买其它钻石饰品3700元送价值\_x元定制婚纱一套

凡在本店购买其它钻石饰品5700元送价值\_\_元浪漫结婚照一套

凡在本店购买其它钻石饰品17000元送价值\_\_元蜜月双人游(这是针对结婚的礼品，如果觉得不合适也可以把礼品换成传统的送黄金，银饰等等)

2、“爱我、你敢承诺多久?”见证你们的爱，让爱保值、让爱升华。

凡活动期间来店购买钻石饰品，均可参与“爱的承诺”活动，写下爱的誓言。并签下双方的真实姓名及盖上手印。\_x珠宝公司承诺：四年后可凭相关证件我公司按原价回收所购产品，如不愿回收，可赠送一件价值\_x元饰品。可续签承诺书，六年后来店，可得到原产品价格一半的钻石饰品。(现在钻石回购的机制随着珠宝类越来越让人们接受，现在很多珠宝店都有钻石回购，若干年后钻石回购绝对珠宝类发展的趋势)

3、“浪漫佳节金玉良缘”

活动期间黄金冰点价0利润惠动全城，翡翠、银饰品买\_x元送\_x元

4、“情人节抢购会”

活动期间，每天13点14分到下午2点14分举办一场特价金镶玉抢购会，原价\_x元和\_x元的高档千足金金镶玉，只卖\_x元和\_x元，每场抢购会两款各卖13件和14件，限时抢购，售完为止。

注：每逢到点抢购会时，提前15分钟广告宣传，确保店内和店外的朋友都能听到。

注：同时活动期间一定要推出明星款，让员工背好明星款的话术。

**美容销售方案模板范文大全 第十六篇**

一、促销主题的确定。

每一次促销活动都应该有一个确定的主题，根据这个主题再去组织相关活动细则。三八节日的美容院促销，自然需要集中在女性身上。在主题的确定上，可以用一些比较打动人心的温馨的文字，抓住女性爱美的心理，吸引她们的目光。

三八妇女节是女性节日，女性在社会的角色有很多种，母亲，妻子，儿媳等，借助节日文化特点，近一步向消费者渲染要对女人好一点这一促销主题，利用情感共鸣来完成促销。

参考主题：三·八节“专为女性预备的双重厚礼”(注重促销活动中的优惠);美丽人生，幸福女人(抓住幸福的感觉);为你的“她”延续情人节的浪漫

二、促销内容。

各个美容院的\'促销形式和促销内容都大同小异：打折、买赠、免费体验等，美容院要利用这些促销形式体现出新味来。

(一)抽奖促销：

\_\_美容院：让您美丽，让您的男人心动。

(二)案例1：

在1个月左右的时间内，在\_\_美容院消费满280元即可赢得各类奖品。要想赢得各类奖品，此中有上计，更有上上计，就看你有没有弃小博大的妙计：

1、上计：

凭消费凭证赠高档美白润肤露1支;

2、上上计：

弃小博大，放弃赠品，参加美容院举办的刮卡抽奖活动，给男人心动的惊喜，才是上上计。

3、奖品分设有：

dvd，电动剃须刀、袖珍收音机及照相机等。

4、案例点评：

(1)这是“赠品”与“抽奖”两者选一的模式，让消费者在“上计”与“上上计”中做出选择，这种心理暗示的手法，有可能使消费者产生当然应该参加抽奖的潜意识。

(2)整个活动设计充满刺激性、挑战性。

(3)这种“赠品”与“刮卡”二进一的做法，必须在确定能得到化妆品公司与赠品生产厂家的完全支持与协助的条件才能开展，有可能“dvd”有相应的品牌专卖店，能为这类活动的开展提供系件，而许多日用消费品受制于售点的实际情况，未必适用此种活动方法。

(三)案例2：

\_\_国际产品：三八节日—“专为女性预备的双重厚礼”。

1、时间：3月8日—3月15日。

2、活动内容：在活动期间内，凡在\_\_国际购买500元产品的消费者将有机会获得以下礼品：

(1)手机1台，市值人民币1500元左右(限1个名额);

(2)手机充值卡1张，市值人民币每张100元(限5个名额);

(3)秀之颜防晒霜一支，市值人民币68元(限54个名额)。

3、操作细则：

(1)首先，在明显位置展示参加此次促销活动的奖品(手机1部、充值卡10张)，并把消费者的手机号码和奖品编号一起放入抽奖箱中，作为抽奖数据库;

(2)在消费者购买满500元产品时，将顾客的手机号码填写在抽奖卷上投入抽奖箱内;并赠送消费者一张记分卡作为抽奖凭证。(记分卡可后期消费积分抽奖)

**美容销售方案模板范文大全 第十七篇**

活动目的

1、把握春节促销商机，通过活动内容和活动对象创新避开“价格比拼”和“客源争抢“的恶性竞争，并给予顾客新鲜感，刺激其消费欲望。

2、提升美容院销售业绩，吸纳新客源。

3、打造美容院的品牌形象和知名度(美誉度)，提升顾客忠诚度。

活动时间

20xx年2月1号至6日(建议活动时间一个星期)

活动主题

喜迎新春 美容院特惠活动

促销活动形式(活动分前，中，后三个阶段进行)

(二)活动期间为第二阶段：活动广告之后，工作人员将所有的顾客资料进行评估，分为A，B，C 类顾客分析后，邀约体验(体验流程见内部培训资料)

(三)活动开始为第三阶段：通过前面顾客的体验，这时候店内有了一定的人气，此时利用这些体验人看的见的效果，再次加大宣传，提高品牌知名度。然后挖掘B，C类及有潜力的顾客。

活动内容

活动期间，从即日起凭广告顾客只需1元就可以体验一次面部补水护理，顾客可在美容院购买“新春美丽心礼”特惠套餐(价值988元)，美丽心意卡可享受特惠。

1、任选基础护理项目十二次。

2、任选身体护理项目四次。

3、凡在活动期间消费500元以上的顾客，即可获得补水膜一盒。

4、凡在活动期间办理会员卡的顾客，加一元，另可获得一套补水产品。

促销活动店面布置

(一)店堂设计布置：店堂布置有灯笼，中国结等装饰品，营造春节气氛，给消费者一种联想，在店堂，美容室、走廊、卫生间、门口、窗户等大量张贴海报，X展架，宣传画等，营造活动氛围，给消费者一种视觉冲击，加强消费者购买欲望。

(二)产品陈列：促销产品主题清晰，补水产品为主，货架大面积陈列补水产品，在店堂中央堆放陈列大量的补水产品，消费者视觉冲击，联想到冬季皮肤缺水，需要补水。尤其是促销产品名码标价陈列，引起消费者对产品的关注。海报张贴到产品陈列一定给消费者浓浓的促销氛围，对消费者引起视觉冲击，增加消费者购买欲望。

**美容销售方案模板范文大全 第十八篇**

一、开卡促销

开卡促销是美容院基本的促销手段，也成为美容院主要的促销方式之一，开卡的形式多种多样，小到如：月卡、季卡、年卡;大到如：金卡、银卡、积分卡、贵宾卡、会员卡等。

运用方法：美容院为了稳定住忠诚的老客户，在客户护理期间，为客户办理的促销卡，在金额上享受一定的优惠，即办理月卡比每单次消费的用度低，办理年卡比办理月卡总和消费要低，并且客户还可享受一定的购买产品优惠及折扣，享受美容院各种优惠项目。

二、折扣促销

打折一直是贸易促销的一种重要手段，它有很强的吸引留意刺激购买欲的作用，而且具有即时的效果。

运用方法：折扣促销是美容院最常用的促销方式。针对这种促销法，美容院根据不同的季节、节日推出不同的折扣商品，用某些低价位商品刺激客户的消费欲，带动其它商品的销售，或某一新项目推出时，让客户进行尝试可进行折扣的促销手段。

三、免费试做促销

免费试做促销是美容院为了吸引新的客户群体，或在新项目开发上推出的，让客户先感受在消费的一种促销方式。

运用方法：美容院将有某些需求的客户集中起来，在即定的时间为客户免费试用，让客户首先体验效果在培养客户成为主客户。然后再进行下一次的免费试做，再进进下一个循环。

四、消费积分赠品促销

消费积分是美容院为客户回馈老客户而采取的一种方法，让老客户在消费一定的金额后，就可以得到美容院赠予的一些礼品，以促进客户继续消费，带给客户一种心灵上的慰寄。

五、“手机短信”温情促销

“短信” 现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等。

**美容销售方案模板范文大全 第十九篇**

一、背景分析：

每逢节假日来临，美容院也迎来了促销的最佳时机。各个美容院都不会失去一个良好的销售的机会，各大美容院各显其能，都想在分走其中的一块蛋糕。可是如今美容院促销手段日益雷同，美容院活动方案如何做?

二、活动核心主题：美不是天生的，美需要行动;美不是空话，美需要见证。

三、目的及意义：

通过促销活动重塑美容业形象，扩大商家的影响力与信誉度，提高美容院的外在形象。

商家在活动中使自己的产品得到宣传，得到潜在的消费群，扩大其知名度。

参与性与趣味性相统一，展现美丽人生。

学习美容技巧和美容常识，对自己所需要的美容一个清晰的了解和认识。

让我们对美的认识有一个更高层次的认识，把感性的美升华到一定高度的理性美。美不局限于外表的美，而更注重心灵的美，成功的事

普及美容知识，使美容深入人心。

消除美容误区，由取悦于人转为善待自己。

倡导一种雅致生活，使上美容院成为一种时尚，提高女性生活品味。

推广新服务项目，提高销售。

四、活动时间：提前一个月开始筹划准备。

五、服务范围：服务对象为16岁以上的女性人群。

六、广告策略

品牌建设与市场推广相结合，力度相当。

将各种资源进行整合，形成一股整合的力量。

品牌建设与市场想呼应，形成一个强大的系统工程。

要有针对性的投放广告，防止力量分散。

广告内容要突现出“差异化”，即突出美容院在某一领域具有专业领先性，又要和其他的美容院分开来。

广告风格要大气又不缺乏浪漫，具有震撼力。

七、媒介选择

报纸软文、硬性广告

电视宣传片

户外广告(包括户外广告牌、灯箱、临时户外广告)

美容院前门招贴

社区推广

八、推广方案

品牌建设

报纸广告：

户外广告：在市中心推出大型广告招牌，以及公交车站台广告。户外广告能迅速树立起美容院的品牌形象。

美容院招贴：美容院门前做形象招贴广告，如拱桥，花柱。

电梯广告：高档商务大厦办公楼里上班族一般都属于中高档收入阶层，在大楼电梯里面做电梯广告(力求文字简约，做工精美，画面有冲击力，要能第一时间吸引乘电梯者的眼球，并能长时间留下深刻印象)

行业刊物广告：如美容杂志。

**美容销售方案模板范文大全 第二十篇**

低门槛法：

其政策大致如下：

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。

方案三：沐足5元一次(仅限一次)然后推广全年沐足卡，1880元99次(要预约)，不到19元/次，一是拓客，二是这块可以不赢利。

方案四、年卡740元，送产品380元，30次沐足，10次焗油。

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。

方案五：高端美容院不否可用这种低门槛方法呢?当然可以，如一高档店的促销设计为3—8万的卡的基础上，加入一个1888元的准入卡，限用2个月，2个月后感觉满意后必须转卡。

限量来体现机会。

类似方案还有许多：如与“三.八”，只花“38”元的促销标语，美容院全部服务项目“38元”特价优惠一周活动。十一时侯，100元选美容院三个项目连做的服务。今年是建国六十周年，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。

透支法：

其政策大致如下：

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。

1.每1000元作为一个储值基底数，以客户名义在银行设立一个户头;

2.客户累积(期限2个月)或单次消费满1000元产品，存入客户银行帐户10%现金，存入客户积分卡10%的积分点数，赠送‘亲情卡’2张;

积分点数金额客户在店内消费服务项目全额抵现金使用，购买产品抵50%现金使用;

4.银行现金帐户金额作为客户的保险基金或子女教育基金由客户自行支配。

注：每张亲情卡可做2次免费护理，本人不可使。

对比法：

其政策大致如下：

1、美容院年卡1800元，同时下半年赠送送价值\_0礼品套盒;

2、美容院年卡20\_元1的方案，当场送价值\_0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。

撕单法：

其政策大致如下：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚腩到手臂到大腿，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：20\_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，没有价值感。

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。

划点法：

其政策大致如下：

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。

现金法：

其政策大致如下：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒;

2、美容院年卡20\_元，7折优惠，同时送700礼品套盒

3、美容院年卡20\_元，做到10次时，返现金\_0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。

**美容销售方案模板范文大全 第二十一篇**

活动主题：我在鹊桥等你来相会

活动时间：20xx年8月13日~8月20日

活动目的：夏季本身就是一个的淡季，需要一次活动带动美容院经济增长。美容院通过此次促销活动如果能够造成一定的轰动效应，必然对美容院百利无一害。通过各种渠道对美容院进行宣传，扩大美容院加盟店的影响力。提高口碑聚集人气，从而刺激顾客的消费行为，提升美容院今后的业绩。

活动准备：

2.既然是情人节活动，虽然说是中国传统情人节，但是情侣之间喜欢的礼物无外乎是巧克力、音乐盒、鲜花、香水、饰品等物品，所以美容院不妨联合鲜花店、珠宝店、电影院、餐厅等商家共同举办此次促销活动，以此提升美容院的影响力。

3.活动方案还要有弹性，可以根据具体的促销实际情况进行更改，对美容院实际情况补充调整。

活动内容：

1.恋爱无限大。联合当地珠宝首饰、化妆品、婚纱摄影厂家联合冠名提供活动礼品。凡是在活动期间在美容院消费满500元的顾客，均可以享受珠宝、首饰、摄影类5折的优惠活动。

2.相爱厮守。七夕情人节是为了纪念牛郎织女唯美的爱情故事，但是他们却并不能每天享受在一起，可我们却可以。在美容院中，不妨举办一个我和我爱的人合影活动。从微信客户端、微博、QQ或者现场收集并征集情侣照、夫妻照、全家福等。最后在8月20日当天，抽取10张照片，既可获得美容院价值2888元护理卡一张。

3.浪费爱情片。很多情侣都会在情人节当天选择去电影院中，看一场唯美的爱情片。美容院可以抓住顾客的这个现象，活动期间每天给前10名的消费者免费赠送电影票兑换券两张。

活动注意事项

活动期间一定要做好宣传工作，尤其是宣传话语需精心设计。着重要情调“浪漫”二字，这样才能够吸引恋爱中女性顾客们的注意。同时还要制定好销售活动目标，将任务分解给给位美容师们，活动结束后立即给达成活动指标的美容师奖赏，激发他们对下次活动的积极性。

**美容销售方案模板范文大全 第二十二篇**

活动主题：普丽缇莎美容院加盟店迎新贺岁

活动时间：20xx年元月1日~元月3日

活动方案一：最专业的美容老师

1.聘请专家做促销。利用专家做促销是最容易打动顾客的一种销售模式。元旦三天假日将聘请专家授课，并且采取饥饿营销的模式，只能预约不能临时报名。这也是为了显示专家的尊贵，另外也是保证参加会议的人数。专家授课内容，为大家接受美容化妆的知识，包括中医养生、形象设计、化妆造型等。

2.健身塑形活动。冬天是最容易长膘和藏肉的季节，自然面对即将要见亲朋好友。自己如果体型走样了又怎么能够说得过去，所以在美容院中策划健身塑形活动是再好不过的项目了。同样也是聘请专业的塑形按摩培训师，现场讲授和教学冬季如何健身素塑形。

活动方案二：真情回馈消费者

1.凡是在元旦期间前100名进店消费的顾客，就可以直接获得由美容院派送的美容院元旦感恩大礼包。高档美容护理产品，市场价值20xx元。

2.元旦三天乐，这三天进店消费的会员，只要凭借着会员卡，消费买单在前台可以领取一份精美小礼品。

3.活动促销期间，只要持有普丽缇莎会员vip卡，就可以享受美容院五折特价项目、产品的优惠活动方案。

活动方案三：元旦促销送好礼

只要在美容院内累计消费满1000元，即可获赠美容院20xx年vip会员卡一张。并且当日消费，可以享受双倍积分，并且赠送美容院100元现金劵一张，随意够买店内心仪美容院产品。

**美容销售方案模板范文大全 第二十三篇**

活动时间：

20\_年11月11日

活动对象：

单身的新老顾客们

活动目的：

1、11月11日是所有单身年轻朋友的节日，不妨在美容院的\_给力光混节，脱光大比拼\_中寻找到自己心仪的对象。

2、想要脱离光棍节，想要那个他/她看到自己美好的一面，不妨让美容院来为自己全副武装一下，意思就是让美容院团队精心为你打造心仪的妆容。

3、美容院借助光棍节活动，刺激年轻男女消费，提高美容院的业绩

4、进一步提升自己的品牌知名度，增加顾客的信任感。

活动方案一：\_11元抵扣劵\_

1、活动当天所以持\_11元抵扣劵\_的顾客均可支付11元享受美容院指定的护理项目。

2、所有参与本次活动，并已登记在册的顾客均可获得美容院准备的小礼品。

活动方案二：双11\_脱光\_表白大比拼计划

内容：活动的口号是\_如果爱ta，要大声说出来\_。在活动期间，要设置脱光表白的环节，并且邀请女性朋友带着她们喜欢的男性友人一起参加活动。以赠送美容产品的方式，让女性朋友或者男性朋友，对着她们喜欢的人，大胆的说出自己的爱意。

优惠：表白成功的可以获得美容院价值一千一百元的超值项目套餐。

注意：这样的活动必须是免费的，美容院一方不能收取任何的参与费。且成功脱光的顾客，才能领取到美容院的小礼品，其他的顾客可以领取美容院提供的小样品一份。

活动方案三：私人定制魅力女人打造计划

内容：女人天性爱美，她们都希望自己可以越来越优秀，这样就能吸引到异性的眼光。所以仅看这个标题，相信就有不少的单身顾客动容。活动的开展的方式很简单，就是以服装搭配为主题，开展一次像时装色彩搭配的座谈活动。参加活动的顾客人数不限制，只要是到本店有消费的客人都可以参加。座谈会议的内容，围绕着服装、时尚、生活妆等新潮的话题。

优惠：免费的为在场的顾客搭配时装，并且请专业的化妆师为顾客化一个精致的生活妆容。

注意：建议以小型沙龙会的方式开展活动，因为这样有更多的顾客参与其中。

活动宣传：

**美容销售方案模板范文大全 第二十四篇**

活动主题：三月做幸福女人

活动时间：三月八日----三月十五日

活动目的：诱导刺激新老顾客的消费，提升中小型美容院加盟店的销售额，营造温馨喜庆的节日氛围，打造美容院良好形象;趁着女性重要节日，推出新产品和项目，吸引不同层次的顾客群体;中大型美容院加盟店促销活动，可以宣传和推广美容院品牌，提升美容院的知名度。

活动背景：三月份，万物复苏，大地回春。经过了寒假的洗礼，被压抑的消费欲望，在春节过后，重新的高涨起来。特别是过年期间，很多女性朋友作息紊乱，熬夜、暴饮暴食、嗜酒让皮肤状况不容乐观。而开年上班后，爱美的女性急着去美容院、养生会所做护理，补救下黑眼圈、痘痘和暗黄的肌肤。所以三月份是开发新客源，提升美容院销售额的好季节哦!各大中小型美容院加盟店，一定要把握良机，一战到底!

活动内容：

1、“做精致美丽小女人”——在三月八日当天，凡是到店消费的顾客，都可以八折的超低优惠。另外消费满二百元的顾客，可以获得美容院免费赠送的肌肤美白护理套盒，而消费满伍佰元的顾客，可以获得免费的一次脸部护理机会。

2、“美容院关注女性健康”——在三月八号活动当天，美容院可以去社区、商场和写字楼派发关于美容护肤的宣传册子，上面标明美容院正在热销的产品项目。另外，还可以邀请专业讲师，开设美容健康的讲座，让新老顾客齐聚一起，学习美容护肤与健康保养的知识。

3、“女人懂得爱护自己”——凡是在三月八号到本店的顾客，都可以领取节日礼品一份，另外在美容院购买任何一款美容产品，都可以享受低折扣的优惠。

中小型美容院加盟店三八活动短信：

1、三八幸福女人style!美容院特推出各项优惠活动，会员持卡就能够领取丰厚礼品哦，详情请到店咨询!

2、因为有你，世界如此美丽!美容院祝您三八节日快乐，幸福美满!

3、迎三八妇女节!凡是到美容院消费的朋友，均可享受八折超低优惠，咨询电话。

**美容销售方案模板范文大全 第二十五篇**

活动主题：粽意香浓，情系万家

活动目的：在一年一度的端午节假期中，美容院利用此节假日，进行一系列促销活动，不仅可以提高美容院的业绩，还能够因此提高美容院品牌知名度，起到一举两得的作用。

活动时间：20xx年6月17日~6月22日

活动内容：

凡是在活动期间进店消费的顾客朋友们，都能够参与包粽子比赛，并且顾客朋友都可以得到由美容院提供的精美礼品。

1.与“粽”不同

学习包粽子，凡是在活动期间进店进店消费的顾客，都可以参与此次活动。现场活准备好包粽子的原材料，邀请每日会包粽子的顾客参加。时间定在5点30分。不会包粽子的人，现场还有工作人员亲自教学。每一锅出炉的粽子评选出最佳粽子，获得由美容院提供的价值5000块的美容院精品礼盒套装一份。

2.端午送福献爱心

如何让美容院能够品牌名声能够最短时间有所提高，最好的方法必然就是举办公益活动。端午节是我国传统的节假日，也有一定的历史典故。而敬老也是我国传统美德，所以美容院在端午节期间，不妨联手一些品牌商家到敬老院中为老人们送福送健康。同时也为他们带去节日的祝福，送上香甜可口的粽子。还要为了突出美容院的优势，可以为敬老院的护理人员提供免费的按摩护理。

3.品味出“粽”

美容院在端午节期间，将每一款美容院产品、项目和不通过口味的粽子相匹配。只要在活动期间在本店参与试吃粽子的活动，或者只要在美容院有过消费的顾客都可以得到相应的端午祝福卡，刮开后会得到相应的粽子搭配美容免费体验卡美容产品推荐。

活动准备：

美容端午节院促销活动在开展前期，么容易必须要动员全体员工，对美容师们进行教育和培训工作，这主要的目的是为了强化员工对美容院促销方案的认同，和提高促销能力及服务说破。为了让端午促销活动达到良好效果，老板们可千万不要忘记培训和动员!

**美容销售方案模板范文大全 第二十六篇**

一年一度牛郎织女相会的日子就要来临，在这样温馨浪漫的节日中。又是美容院促销活动开展的大好日子，不少女性消费者在七夕情人节来临之际，都会选择做一些自己喜欢做的事情。所以根据消费者这样的心理，美容院加盟店不妨推出以“媲美织女”为主题的促销活动。

活动主题：

你比织女更美丽&七夕来约惠!

活动目的：

1.通过七夕活动为自己的美容院增加客源。

2.通过七夕活动的实施，让周边的消费者们更加了解自己美容院加盟店，以此达到宣传自己的店面品牌的效果。

3.通过此次活动也要达到维护老顾客的作用。

活动时间：

20\_年8月16日-8月18日

活动对象：

所有\_X美容院的新老顾客

活动宣传形式：

1.沿街派单宣传，在当地繁华的街道上，向目标顾客发送宣传优惠单。

2.手机短信宣传，给老顾客发送活动的祝福，邀请他们来美容院加盟店参加活动。

3.提前一周在微信等官方平台进行宣传

4.联合其他商家在刊登广告，如果有条件还可以在电台推送广告。

活动内容：

活动方案一“真爱无限”：在活动当日只要是男士在店中消费购买“七夕情人节爱心礼包”，就能能够出去优惠项目外，享受长长久久会员卡。长长久久卡可以享受美容院加盟店基础护理项目九折。并且在七夕当天购买时礼盒，还能够获赠献花、巧克力一份。

活动方案二“爱的誓言”：此项活动仅在8月17日，七夕情人节当天举办，只要自己丈夫、男友在活动当天写下对自己的伴侣的誓言，在这些动人的情话粘贴在美容院大厅的爱心墙板上，让大家一起来共同见证。只要完成此项活动的情侣或夫妻，就能够享受价值1500元的面部项目套餐。

活动方案三“真情无限”：凡是活动期间到店来消费的女性消费者，可以获得评选最佳情话评选券一张，选出自己认为最动人的情话，就能够获得体验卡一张，以此来吸引消费者积极参与。

活动注意事项：

1.在活动期间制定美容师的销售任务，并给各个他们相应的任务，活动完成后并给与响应的奖惩。

2.对于这样浪漫温馨的节日，在美容院加盟店中也要装饰的充满节日气氛。目的也是为了吸引顾客，激发他们的消费欲望。

3.美容院前期宣传单要有感染力，以最浪漫、最合理、最体贴的理由打动目标顾客们，特别是活动一和活动二的男性同胞们。

**美容销售方案模板范文大全 第二十七篇**

1.活动日期：20\_年12月1日至20\_年2月13日

2.活动宗旨：

(1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。

(2) 借此活动促成销售增长时间让顾客认同本店专业技术和服务;创造平均客单消费高价战略。

(3) 通过本次活动促使全体员工同心协力，团结互助的精神得到凝聚和发挥。

(4) 创造达成个人和团队最好的业绩目标。

(5) 脱离竞争压力，稳定客群，拉开与竞争对手的距离。

(6) 立体造势，大量吸引人。

(7) 帮助员工认识到只有在贵宾卡的保护下，才会有真正的指定客回馈。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。

(8) 帮助员工创造烫发，染发，护发，稳定客群，更好控制顾客消费周期。

(9) 激励团队以团队利益为出发点，营造!“比，学，赶，帮”气氛。

(10) 争当“服务天使”“技术能手\_， “进步员工”的先进荣誉福利并举。

3.活动内容：

(1) 对外以3或2折来吸引客群，以韩国健康磁疗烫大酬宾，创造大客群。

(2) 内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数。创造高单价高额业绩.

(3) 规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4) 凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5) 凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴设计或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

( 6) 凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

A 套韩国健康磁疗烫原价SS元 靓点染发原价\_\_元。姜疗倒膜原价\_\_\_元套餐优惠。

B 套韩国健康磁疗烫原价\_ \_元 姜疗护发原价\_ \_元套餐优惠

(7) 剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次\_ \_ \_元，特价\_ \_元，并送价值\_ \_倒膜一次。凡在当日购买贵宾客人，可购买靓点青春染发，只需花\_ \_元一(不含洗 剪吹，有效期限截止年月 日)

4.活动前的准备

(1) 进行活动前人员动员:告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体

看看如何造势：

A 拉条幅：看起来简单，但一定要做。

B 店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

C 员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内

容，时间等。本人认为短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他

一定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

5.顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。 (物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心，满意的服务。 (热情，主动，舒适)

4) 享受超低价格，超值服务。

6.员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人，并能将所学知识发挥出来。提高自信心， 增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5)借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识刨造新客群是不易，则应珍惜客 源;更应做好服务。

(6)提高员工收入。

6.活动前布置执行要点：

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做 好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期( 月 日完成)。

(4) 顾客资料整理.电话通知客人，三天工作期( 月 曰完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开( 月 日完成)

(6) 发型师可控客人由四天前通知。

(7) 圣诞树及圣诞画在活动前一天布置完毕。

(8) A：店内销售语术形成文字。

(一) 剪发怎样说成“韩国健康磁疗烫\_。

(二) 烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

(三) 染发顾客如何元加一个挑染色。

(四) 如何让顾客购买“剪发卡”。

(五) 如何让颐客购

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！