

# 2024年美容院前台年终总结个人12篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/155629.html>

## ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

### 美容院前台年终总结个人篇一

#### 一、提高服务质量，规范前台服务

前台是展示美容院的形象、服务的起点。对于客户来说，前台是他们接触我们美容院的第一步，是对美容院的第一印象，是非常重要的。所以前台在一定程度上代表了美容院的形象。同时，美容院对客户的服务，从前台迎客开始，好的开始是成功的一半。有了对其重要性的认识，所以我们一定要认真做好本职工作。努力提高服务质量。认真接听每一个电话，对反应的问题认真解答做好记录同时根据信息涉及的部门或责任人进行调度、传递、汇报。客户来访时我们将时刻注重保持良好的服务态度，热情的接待。在合适的环境下巧妙回答客户提出的问题。做到笑脸相迎、耐心细致、温馨提示等。在业余时间我们将加强学习一些关于电话技巧和服务礼仪知识。不断的为自己充电，以适应美容院的快速发展。

根据记录统计，20xx年我来美容院开始：填写x余次、接待来访客人x余次、订饮用水x余次、做员工考勤表x次、转接电话x余次、更新通讯录x次、快递收发x余次、盘点申购库存x次、收发传真x余次、打印文件x余次、打扫卫生x余次、周末转接电话x次、指纹登记x余次等。

#### 二、做好仓库管理，按时盘点仓库，做好物品归类

严格按照美容院制度，做到每件物品进出都有登记。及时查看物品的完好情况，对缺少或损坏的物品及时上报相关部门进行采购或维修。根据统计20xx年x月份至今共办理各部门各项物品入库x余次，入库物品都配有相应出库记录。

#### 三、应以大局为重，不计较个人得失

不管是工作时间还是休息时间，美容院有临时任务分配，我们都服从安排，积极去配合，不找理由推脱。

作为一员，我们将奉献自己的一份力量为美容院效命。平时积极参加美容院组织的活动，加强同事之间的感情和部门之间的沟通。并且多了解美容院的基本情况和经营内容。为了往后能更好的

工作不断的打下基础。

虽然前台的工作有时是比较的琐碎，但大小事都是要认真才能做好。所以我们都会用心的去做每一件事。感谢部门领导的教诲和美容院给予我们的机会;通过这些日子的工作，我也清醒地看到了自己还存在许多不足，在以后的日子里我们将加强学习，努力把工作做得更好!

## 美容院前台年终总结个人篇二

时间总是转瞬即逝，在前台一年的工作，我的收获和感触都很多，任职以来，我努力适应工作环境和前台这个崭新的工作岗位，认真地履行自己的工作职责，完成各项工作任务。从来美容院的第一天起，我就把自己融入到我们的这个团队中。现将这一年的工作情况总结如下：

### 一、日常工作内容

- 1、转接电话，准确的转接来访者电话，委婉对待骚扰电话，提高工作效率。
- 2、来访人员接待及指引，配合人事部门做好应聘者信息登记。
- 3、通讯录更新，鉴于美容院人员调动较大，以及新增人员较多，通讯录不能及时更改，影响各部门之间以及客户与美容院之间沟通。所以要做好跟进工作，及时更新通讯录，而且在以后工作中经常和各部门沟通联系，便于及时得到正确信息。
- 4、签收邮件，送邮件至各级领导。
- 5、每天早来、晚走10分钟，配合各部门的工作。
- 6、领取每天的报纸及邮件，并将信件及时转交给相关人员。
- 7、美容院文件的分发，及时将文件分发给各部门，将美容院的各项政策措施快速传达下去。
- 8、下班时检查前台电脑的电源是否关闭。

在实践中学习，努力适应工作，刚加入美容院对美容院的一些事情都不了解，通过领导和同事的耐心指导和帮助，让我在较短的时间内学到了很多知识。

### 二、存在的问题

做事情不够细心，考虑问题不全面，有时候会丢三落四。目前美容院人员流动较大，进出门人员多且频繁，出现了一些疏漏。

### 三、对自己的建议

- 1、作为一名前台人员，除了脚踏实地、认认真真做事外，还应该注意与各部门的沟通。了解美容院的发展状况和各部门的工作内容，有了这些知识储备能及时准确地回答来访者的问题，准确地转接来电者的电话。

- 2、按规定做事的前提下还应该注意方式方法，态度坚定、讲话委婉，努力提高自己的服务质量。
- 3、做事要考虑周全、细心。有时因为一些小问题铸成大错，所以凡事都要先想到后果。
- 4、工作进度及工作过程中遇到的问题因不能及时处理的应向上级反馈。
- 5、加强礼仪知识的学习。光工作中学习的远远不够，在业余时间还必须学习相关的专业知识，了解在待人接物中必须要遵守的礼仪常识。

以上这些正是我在工作中缺少的。通过思考，我认为，不管哪一个岗位，不管从事哪一项工作，都是美容院整体组织结构中的一部分，都是为了美容院的总体目标而努力。对前台工作，应该是“美容院的形象、服务的起点”。因为对客户来说，前台是他们接触美容院的第一步，是对美容院的第一印象，而第一印象非常重要，所以前台在一定程度上代表了美容院的形象。同时，美容院对客户的服务，从前台迎客开始，好的开始是成功的一半。有了对其重要性的认识，促使我进一步思考如何做好本职工作。所以在今后的日子里我一定会更加努力的工作!

### 美容院前台年终总结个人篇三

加入美容院前台工作以来已经一年多的时间了。在这里我从学校的一名学生踏上了工作岗位成为一名员工，学到了更多的知识技能，各方面都有了提升。在领导的支持和同事们的帮助下，较好的完成了自己的本职工作。很感谢当初美容院领导给我这个成长的平台，让我可以在工作中不断成长，不断学习，提升了自身的素质，现将一年的工作总结如下：

#### 一、日常工作方面

1、把事情细节化、条理化、规范化前台的工作比较琐碎，收发传真、邮件、报纸，维护办公设备、送水、接待不同的来访人员等。刚接触工作时，有时候事情赶到一块就会有些应付不过来，显得手忙脚乱。虽然完成了工作，但是在工作过程中有些细节就没能注意到，做事情也显得没有条理。效率也就低了下来。

经过不断的摸索和总结，我意识到要想优质的完成这些工作，首先要把工作从全局统筹好，再从细节入手，保持良好的工作状态，提高效率。只永不懈怠的不断提高自己，才能胜任看似简单的行政工作。现在，已能较好的统筹安排工作，并努力把工作细节处理得当。争取给大家最到位的支持和服务，不断提高自己的业务水平，按职业化的标准时刻要求自己。同时，规范化方面还需要加强，我也会在今后的工作中更加注意这一点。

2、保持较好的工作状态人低为王，地低为海。行政本身是一个服务性和支持性的工作，尤其是前台接待。当有客户到访或是美容院有大型会议时，前台就会负责一些茶水准备和服务工作，要了解到每个人的需求，适时地为大家服务。在接待其他人员，如送报、送水、来访人员的司机，也要服务周到，体现出美容院的良好形象。

只有保持良好的工作状态，才能提升服务质量。在工作过程中，我要求自己避免消极情绪，谨记工作职责，时刻把自己的位置放到一个合适的高度，本着为人服务提升自己的态度投入到工作中。这也是一个行政人员必备的素养。

3、学会沟通和团队协作沟通，是一个人生存在这个社会必不可少的一种能力。前台工作需要对内、对外和各部门以及社会上很多人士打交道。沟通、以及良好有效的沟通显得尤为重要。在这一年的工作中，各项沟通基本畅通，但本身也存在着不少问题。当一件事情发生时，很多情况下我在沟通时缺少积极性和主动性。总是花费时间在去想这件事上，而不是及时的去了解、沟通，在处理事情时略显被动。因此，也浪费了一些时间，降低了工作效率。这是很不专业的一面。

遇事积极主动，在去解决问题。不仅可以把工作更好的完成，也能促使自己养成做事不逃避、勇于向前、负责到底的品质。在今后的工作中，我会以这种标准去要求自己，争取把工作完成的更出色。

美容院是一个整体，每个员工都是组成这个整体的一部分。无论我们身在哪个岗位，开展什么样的工作，始终都离不开同事之间的配合。这就要求我们要有团队协作精神。在良好沟通的基础上，和同事积极配合，团结协作，才能把工作做好。这点在工作中也深有感触。我也将一如既往的认真协作、积极配合，同时严格要求自己，把各项工作都做好。

## 二、加强自身技能和素养方面

走出学校，初入职场，在能力和阅历方面都很不足。经过这一年的学习和积累，已能保证本岗位各项工作正常运行，但是还欠缺很多。我也在工作中找寻不足，抓紧学习，培养自己的各项能力。

目前，我通过学习了相关专业知知识，包括了前台的职业素养与能力提升、档案管理、行政统筹管理等相关内容。财务会计方面的知识也很欠缺，也正在学习这方面的知识。通过这些学习，使自己的技能有了一定程度的提高，也更希望能在以后的工作中有机会参加相关的培训，更大程度上提高工作技能。

在平常的工作中，看到同事的一些好的工作方法我也会悉心学习，真切感受到身边的每位领导和同事都是身上集着不同优点的老师，每个人身上都有我值得学习的地方。工作技能有时候也不光是自己从书本上学习出来或做出来的，有时候也需要吸取别人身上的精华。

## 三、工作成果与存在的问题

### 1、工作成果

办公设备、大桶水等各项台账建立完备。餐饮、酒店、订票等各项服务基本完善。每日巡检、各项检修维护顺利进行。各类账目报销流程规范。其他服务、跟进工作有序进行。

### 2、存在的问题

(1)工作不够精细化：前台工作贵在精细，但有很多地方我还没有做到这一点。在服务支持上，会议室、茶水间、前台大厅，二楼办公大厅的卫生保持上做的很不到位，没能够及时的发现问题，更谈不上及时解决。招待用的杯子和一些服务方向指示也存在问题，没有给大家提供方便的服务。

(2)执行力不够：当接到领导指示，完成某项工作时，往往在执行上会有卡壳。这跟自己对任务和指示的认识、和自身对问题变通、行动都有关系。

(3)工作效率低下：由于自身知识结构和职业技能的原因，在一些工作中效率跟不上去。如一些文件的整理上，就由于办公软件知识和技巧的欠缺而不能保质保量的完成。还有其他一些专业性较强的工作也是如此。

以上的问题必会在20\_\_年的工作中加以解决。

一年的工作中，着实学到了很多，非常感谢领导对我的包容和支持，让我得以有这样的机会工作学习，不断成长，再接下来的工作中，我定会再接再厉，争取做得更出色。

## 美容院前台年终总结个人篇四

首先讲一个故事来让各位了解一下所谓的“概率营销”：

一天，有位赌球者接到一个短信，内容说：第一场足球联赛a队和b队比赛，a队会赢球；这位赌友看了短信后一笑了之，等到比赛结束后，确实a队赢了。过了几天，他又收到同一号码发来的短信，内容说，第二场a队和c队比赛，a队还能赢。这位赌友认为是不可能的事情，因为c队比a队强很多；但赛事结果真的是a队在最后关键时刻，点球得分，2比1险胜强大的c队，这位赌友开始有点相信那位发短信的人。第三场比赛前，发短信的人又猜对了比赛结果，第四场比赛、第五场比赛，赛事都被那位发短信的人猜中！这位赌友对那位发短信的人佩服的五体投地，觉得太神了。结果呢，第六场赛事前，他支付了3000元咨询费给那位连续五次都猜中赛事结果的“神猜”，以获得第六场赛事的比赛结果。

大家也同样认为这位“神猜”人真的能百发百中预测出赛事结果吗？事实上，这是通过概率手段来实施行骗的一种方式。方法很简单：这位“神猜”在第一场赛事前将a队赢的结果群发给10000名赌友的手机号码，同样将b队赢的结果发给另10000名赌友。结果肯定有10000名赌友收到猜中的短信。第二场赛事前，又以同一方法将2个结果群发给收到上一场猜中结果的赌友，结果肯定有5000名赌友获得猜中的短信，如此方法操作下去，到第五场的时候，就会有625人收到5次猜中结果的短信，而这625位赌友绝对会信服那位“神猜”，在这种心态下，支付3000元咨询费对赌一场大的赛事，根本就不算什么钱。这样，那位“神猜”在短短的十多天时间内就轻松获得了近200万元的收入，而其成本只有几分钱一条的短信费用。

故事讲完了，各位应该体验到运用概率手段的潜在威力吧。笔者将这种手段运用到营销上，称之为“概率营销”。下面内容是针对美容院运用“概率营销”来提升客源的一些实操方法，在这里和各位交流一下。

对大部分美容院来说，客源是其生存的血液。“有人气方有生意”，这是古今商家都亲身感悟到的真经。所以可以这样说，一切商家的销售手段的终极目标皆为“客源”也。美容院是程序比较多的服务行业，对比起比较单一的服务行业，如送水、送牛奶、家政等，美容院的运营程序和管理体系要复杂很多。因此，在运用概率营销方式的时候，不能靠单一的在街边派宣传单张或刊登媒体广告等常见的手段来操作。那么，美容院应该如何让概率营销方法给自己带来预期的客源呢？这里向各位简单介绍三种概率营销的模式，美容院的老板们可以尝试一下：

第一种模式：体验概率模式

一、设定提升客源目标：30位会员/月

## 二、活动策划内容

### 1、确定活动主标题及副标题

要求主题鲜明，主副标题一看就明白、一看就心动。比如：

三八妇女节38元包月送欧白琪洗面奶一瓶!10元购会元卡!

每天从美的梦工厂走出10位漂亮妈妈!——“母亲节”免费美白换肤活动月

### 2、确定活动内容

包括宣传品设计和发布、使用产品的选择、美容手法、服务流程、解答标准等。

## 三、需要准备的道具

- 1、皮肤测试仪器一部
- 2、美容院橱窗或门口宣传大海报(展架)一张
- 3、dm(宣传单张)1000份
- 4、体验产品若干份
- 5、友情卡若干份
- 6、会员卡100张
- 7、潜在会员登记表
- 8、小礼品或产品赠品若干份

## 四、操作流程

- 1、内部动员及活动培训
- 2、dm(宣传单张)派发
- 3、用皮肤测试仪器对进店客人进行皮肤检测，检测时向客人很专业地分析其皮肤目前的状况，并一定要客人看到显示屏里自己的皮肤状况。
- 4、请客人免费体验产品，体验时，美容师须巧妙讲解皮肤美容知识时切入介绍产品功效。
- 5、免费体验完后，再用皮肤测试仪器给客人测试皮肤，并与体验前皮肤状况做对照。
- 6、建议客人购买产品，如果客人不买，美容师要保持一样的态度和心情对待客人。

- 7、赠送礼品后再赠送客人一张友情卡，并交代客人介绍自己的姐妹或朋友来免费体验。
- 8、让客人填写客户资料后，美容师亲自送客人到门口。

#### 五、影响活动效果的六个关键点

- 1、活动主题是否吸引人。
- 2、dm是否派到目标客人手里。
- 3、是否合理地设置了预约和限额的门槛。
- 4、员工的服务质量和销售技巧是否能过关。
- 5、产品是否有问题(包括质量、包装形象、价格等)
- 6、购买产品的优惠政策是否有能让客人觉得占了大便宜。

#### 六、效果预测分析

每天限额10名免费体验的客户，如果活动告知到位，美容院不会出现冷场现象。

利用皮肤测试仪器对客人进行体验前后的皮肤状况对照，很直观地量化了产品的效果，实际上是加深了客人对产品质量的好感，容易使客人产生购买的欲望。如果美容师的美容手法和销售技巧任客人满意，购买的概率会相当高。

我们可以按最低概率(10%的概率是比较低的)计算一下以上这种方法能增加多少客源：

$10\_30\text{天}\_10\%=30\text{人}$

如果这30人都办理1000元以上的季卡，那等于增加了3万元以上的营业额。

#### 美容院前台年终总结个人篇五

回顾过去变化巨大，竞争激烈的美容行业，我们可能有过辛酸，有过泪水，当然也有过鲜花和微笑，为了求得长期的生存和发展，我们必须思考，必须谋划，制定出正确的战略计划。战略计划不同于一般意义上的短期或长期计划，是根据美容院外部市场营销环境和内部资源条件而制定的适应美容院各个方面(包括财物管理、人力资源管理、营销管理等)的带有全局性的重大计划。因此，制定战略计划的过程必须要考试包括规定美容院任务，确定美容院目标，合理安排美容院的业务组合以及制定新业务计划在内的一系列计划。

以上就是我的一点工作经验和体会。人无完人，我在工作中任然存在许多问题。就工作经验而言，相对于优秀的美容师，我要学的很多。人生是一个不断学习的过程。我们要正确地定位自我，审视自身的各方面能力。

下半年，我将继续从以下几个方面去着手学习和强化：

(1)美容基本知识：女性的生理周期、皮肤的结构、人体穴位、中医和美容的相关知识等

(3)美容基本技能：各种按摩手法、各种美容仪器的功能和使用方法、各种美容项目的护理流程、美容院产品的功效和调配原则等。

(4)美容院销售技巧：礼仪接待、心理沟通、发现需求、判断顾客类型、回答顾客疑问、成交技巧等。

(2)美容院产品知识：美容院产品种类，产品结构，产品的功效，产品的成分，产品的卖点，产品的文化。

(5)美容院工作制度：晨会流程、考勤、职责、薪酬待遇、接打电话、派卡、收款。

以上就是我本年度的工作总结和下年度工作计划，在过去的工作中我很感谢各位领导和同时对我工作的支持和信任，在接下来的工作中，我会愈发努力，再接再厉，不断总结经验，改正不足，争取以更好的成绩来交一份满意的答卷。

## 美容院前台年终总结个人篇六

### 一、活动目的

一般来说，美发店年终答谢会有以下目的：

- 2、制造美发店在当地的知名度。
- 3、带动销售，提高美发店业绩。
- 4、通过终端会的交流，引导、教育顾客消费及健康美发的观念。
- 5、以各种促销活动留住老顾客，开发新客源。
- 6、通过督导老师的影响，加强美发师的销售意识，提高销售能力。
- 7、新品、新项目的推广，给顾客新鲜感。
- 8、在愉快的气氛中培养顾客与美发店的感情，促使顾客和员工成为朋友。

### 二、活动形式：联欢+娱乐+答谢+优惠政策

在活动形式上，可以将整个会议由各种娱乐节目串联在一起，将优惠、促销、新品、项目、等销售内容融入游戏环节，增加趣味同时又轻松的达成销售目的。

### 三、活动主题：s专业女子美发店s年暨s周年感恩答谢会

在活动主题的确定上，可以和喜迎s新年结合起来，给顾客留下更加深刻的印象。

四、举行时间：s年s月s日，地点：

五、宣传方式：

- 1、横幅悬挂于店外做宣传，目的吸引顾客；
- 2、宣传单张及邀请函制作。

六、活动创意

终端答谢会的创意点主要体现在以下方面：

- 1、邀请函文案要设计巧妙，创意销售，环环相扣，为现场促单埋伏笔。
- 2、不一样的开场节目，知性、品味与员工展示甚至促单相结合，而不是毫无意义的各种舞蹈。
- 3、可以用各种原创小品、产品情景剧代替课程，精心创作展现美丽主题及产品卖点，美发师主演增添表现力和亲和力。
- 4、设计全新背景音乐，烘托现场气氛。
- 5、永远记住：用心比创新更重要。

七、前期准备细则：将前期需要准备的细节问题都列出来，如会场的确定、节目的安排、奖品的准备等。

八、会前培训：在终端答谢会举行之前，要将美发店全体人员组织起来，针对方案做一个细致的培训，保证人尽其责，共同促进答谢会的成功举行。

九、会前销售政策

十、终端会现场优惠政策

十一、会后促销政策

**美容院前台年终总结个人篇七**

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。

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

美容院促销，自然需要集中在女性身上。在主题的确上，可以用一些比较打动人心的温馨的文，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条件，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：在活动期限内，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)
- 3)在3月15日活动最后一天，聘请国家公证处公证人员进行监督，把一整套抽奖卡(奖品编号和顾客的手机号码)放入一密封的抽奖箱中;
- 4)在国家公证处的监督下，抽出中奖的卡号;
- 5)中奖的奖品，将根据顾客抽取的奖品编号获取，若抽取自己的手机号的消费者都可获得\_\_防晒霜一支。

#### 活动重点提示

- 1、顾客消费满500元以上方可获得记分卡一张，凭记分卡参加抽奖。
- 2、参见抽奖的顾客必须填写自己的手机号码作为抽奖的奖卷号码。
- 3、记分卡使用详见积分看使用细则。
- 4、手机的出厂条形码作为一等奖品编号，充值卡号为二等奖编号，顾客手机号为三等奖编号。
- 5、抽奖活动必须累计在活动最后一天统一抽取，即3月15日，在店面门口举行，配有主持人、音响设备等。
- 6、在活动期间散发大量的宣传单页、广告投放;店内外布置制造活动氛围，喜迎消费者参加。
- 7、抽奖必须累计60个消费者开奖。若在活动时间内没有累计到60个消费者的店面可延长活动时间。

#### 激励促销

活动时间：3月1—15号

活动对象：女性

活动结构：寻找美丽—美丽女人—我的美容院

活动方式：在统一主题下，分期进行，逐一完成。

一阶段：1号—7号，寻找美丽，报名参加美丽女性评选。

二阶段：8号，“妆点美丽人生”大型文艺演出。

三阶段：9号—14号，美丽女人访谈录。

四阶段：15号，\_\_诚信美容评选。

具体操作：

活动一：美需要行动，美需要见证。

报名参加美丽女性评选。

1、要求：形象好气质佳，同时，家庭生活美满，学业或事业有成就的女性。

2、方式：通过报社印发的报名表填写寄往报社活动小组，附带自己的照片和相关资料(如事业发展成就)。

3、奖品：分一、二、三等奖，反参加的都有一份精美的纪念品。奖品另外设置。同时进行美容知识宣传。

活动二：8号，美丽女性评选暨“妆点美丽人生”大型文艺演出。

节目类型：现场化妆展示，彩装走秀，专家评选，歌舞等文艺表演，知识竞赛与产品宣传，男女对话，观众有奖问答，互动游戏。

活动三：9号—14号，美丽女人访谈录，专栏“我的美容院”诚信美容院问卷调查。报社对被评选出的美丽女人进行专访，并一一作为女性栏目的焦点人物进行报道，让女性真正的懂得什么是美丽，美丽女性所具备的特有气质。

活动四：15号，\_\_美容评选结果揭晓暨礼品大派送，会员加盟计划。

节目类型：展示美容从业人员风采，美容技巧展现，礼品大派送，现场推出会员制，形象宣传，服务措施公开亮出，是一次真正的直面消费者的宣传方式，提升品牌亲和力。

其他促销形式：

促销期间，凡是陪伴妻子、女朋友到本店消费的男士，均可获得一张问候卡送给恋人，同时再加\_\_元即可获得女性美容套装和会员卡一张。

有奖问答。提的问题都与化妆和保养有关，主要目的是让女性同胞关爱自己，让男士了解如何为

身边的女性服务，为她们着想。

附：

### \_\_美容院“三八”妇女节整合营销推广方案

\_\_美容院位于\_\_市美容美发店最集中的一条街道上，开店历史有三年多，原来只是有四五十平方米营业面积的一个小店。一年前，由于持续稳定赢利，经营者又在旁边盘下一间商品房，重新装修了一下，目前算是有百十平方米营业面积的中等规模的美容院。然而，自从扩店之后，生意虽然没有出现下滑现象，但是也没有出现销售高潮，没有达到扩店后所预计的增长。

刚刚经过情人节的促销活动，由于\_\_美容院所处位置是市内美容美发店最集中的街道，周边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，促销手段太雷同、太俗套、太泛滥、纯商业味较浓，活动没有品味，美容院形象提升推广严重匮乏。所以，情人节的促销活动反应平平，销售额并没有怎么增长。如果\_\_美容院能够率先在促销手段、活动品位、形象提升方面取得突破的话，就能够拉开与周围其他美容院的距离，从而占领市场竞争的优势。

### 寻找天下幸福情侣，推广爱情保证金计划

爱情是人类永恒的主题。爱是婚姻最完美的保证!热恋的季节盛开着甜言蜜语，情人节的激情狂欢过后，生活开始归于平静，以后的以后，我们还会一如既往地相爱吗?拿什么来保证爱情的永恒?相依永远，印证永恒!

以上是\_\_美容院在推广实施爱情保证金计划宣传方面的引导词。之所以要实施这个计划是基于对顾客的心理调查：无论是年龄大的顾客还是年龄比较小的顾客，来美容院做美容的心理动机有一个主题曲，那就是想保住爱情!得到健康、得到美丽是生理需求，获得信心、增强魅力则是爱情方面的需求。那么，美容院就可以从这个层面找到结合点，以满足顾客想保住爱情的心理需求为出发点，以增加美容院的销售为最终目的，开展爱情保证金计划。

寻找天下幸福情侣，是推广实施爱情保证金计划的第一步。为此，\_\_美容院进行广告宣传：凡是在活动期间(2月20日—3月10日)带着自己的爱人(或者爱人的照片、证件，或结婚证)在本店消费满1500元以上，即可得到\_\_美容院发行的爱情充值卡一张。凭此卡，以后每一年\_\_美容院将自动为其充值50元，并负责为幸福情侣购买一棵长青树苗，幸福情侣可在每一年植树节(3月12日)参加有\_\_美容院主办的“让爱生根”植树活动。

“寻找天下幸福情侣，推广实施爱情保证金计划”，之所以吸引人就在于活动比较有意义、富有特色，招致众多媒体进行新闻报道。做策划活动，活动主题的策划有时真的能决定促销能否取得成功。一个好的结合点，一个富有深刻意义的主题，会起到“四两拨千斤”的作用。

### 针对不同消费群体，策划层层产品促销，直接推动销售增长

消费者要想参加“爱情保证金计划”和“让爱生根”植树活动这样富有吸引力、富有纪念意义的活动，有一个门槛，那就是必须消费满1500元以上，才有资格参加。正因为有这样一个门槛，才能达到促进\_\_美容院销售增长的作用。如果说活动主题的意义在于引起潜在消费者的兴趣，那么，产品线上的促销在于推动消费者完成购买过程。换句话说，产品线上促销就是要引导消费者1500元怎么来消费，就是要告诉消费者1500元到底能消费什么。

美容院对于新顾客的要求是必须在活动期间购买满1500元以上的护肤品才能参加活动。但是，对老顾客呢?如果老顾客想参加，应该怎么办?如果再让老顾客重新购买1500元以上的化妆品，还有可能吗?所以，必须设置一个针对老顾客的消费门槛。既能让老顾客产生再消费，又能让老顾客享受“老资格”的优惠，才是最成功的。这个门槛的设置必须有根有据，切不可凭空想当然地设置。需要调查老顾客的档案和消费记录，以往半年时间内已经消费1000元以上的老顾客，只需再消费300元即可参加此次活动;已经消费满500—1000元之间的老顾客只需要再消费500元以上即可参加本次活动。产品线上的促销以推广美白、补水、颈部护理、眼部护理、美乳丰胸、美体减肥、防晒产品为主。这是因为，三月过后，天气马上渐热，女性身体逐渐裸露，这些产品马上进入旺季。所以，在这些产品线上进行搭配促销，最为合适。

这样以来，整个促销活动变得富有张力，既有软促销(主题活动)又有硬促销(产品促销优惠)，所谓“软硬兼施”，一张一弛。

实施“让爱生根”公益植树活动，大大提升美容院形象档次

“让爱生根”公益植树活动，虽然说只是前面实施“爱情保证金计划”的一个延伸后续活动，而且只是一个实施执行的过程，不存在销售。但，这却是不可省略的。因为，这是整个活动的高潮，因为这是提升形象提高档次的措施所在。这里有几个环节需要把握：1、提前联系好相关政府部门，如宣传部、共青团委、妇联、市政部门、绿化部门。3月12日是植树节，由美容院提供树苗和植树人员，由绿化部门提供植树的指定地点，所以一定会得到这些政府部门的大力支持，充分为活动造势。2、提前联系好新闻媒体单位，如《大河报》、《东方今报》、《晚报》、《河南商报》、河南电视台、电视台等，能否达到形象提升的效应，媒体的推波助澜、争相报道是关键之所在。3、组织好活动秩序，如顾客的组织、活动用品(树苗、铁锹、浇水工具等)的准备，并控制好活动仪式和活动场面。

预计，此次活动在提高美容院知名度、美誉度的基础上，在活动之后会再带来一次销售高潮，会吸引更多的新客源。

媒体广告优化组合，活动节奏主次分明

根据市的媒体资源情况，美容院采取经济、有效的原则来组合媒体广告投放。《大河报》是全球发行百强，占有绝对优势，但是广告价格较高，于是就采用选择夹报的形式，有针对性地投放在一些高档小区范围内。告知活动详细促销项目的硬平面广告，除了选择《大河报》夹页外，还有《晚报》“时尚阵地”的广告版块。活动主题提示性广告，采用了交通路牌广告，在周边两条主街道做20个。

在软文广告的造势铺垫内容安排上，前期(2月20日—3月1日)诉求重点为“寻找天下幸福情侣”、“爱情保证金计划”、“让爱生根”的主题概念的阐述及意义的延伸，后期(3月2日—11日)诉求重点为“让爱生根”的活动阵势、场面渲染。

广告费用控制在一万五千元以内，再加上爱情充值卡制作费用和一些道具制作费用，活动总费用不超过2万元;活动期间销售可达12万元，活动之后的跟进销售3万元，共计销售15万元左右。虽然是情人节过后的活动，但是活动以爱情为主线贯穿过程始终，等于把情人节延长了一个月。

美容院前台年终总结个人篇八

现代人生活节奏加快，生活及工作的压力增加，女性尤其如此。都市女性进美容院不再只是关注身形和皮肤，更多的是为了缓解情绪，让偶有不适的身体得到保健。因此养生类spa馆应运而生。而所谓的养生美容，除了目前已开发的缓解亚健康类的美容项目之外，另一个趋势就是拉近与自然界的距离，让顾客真正体会到心灵的疗养，让疲惫的身心彻底得到放松。置身于真山真水的大自然环境中，再通过各种spa疗程中混搭一些芳香植物精油对身体进行按摩，舒缓压力、平衡内分泌，放松肌肤，使身心都得到疗养。因此开家美容院是创业者大的理想选择。

商业计划书是融资最重要的文件之一，有了它，才能更恰当准确地回答投资人质询的各类问题，并抓住重点，才能自如地与投资人谈判，投资人也才会认为你已经对事业有了通盘的考虑;当然，商业计划书(创业计划书、私募计划书、融资计划书)也是对您自身事业规范的一份重要文件，通过完善和雕琢您事业的蓝图，定会让创业者更胸有成竹，走每一步更加坚实。

### 一、公明店开业媒体投放计划如下：

媒体投放形式时间备注

路牌广告当地消费视觉黄金点长期

宣传单张周边派发两个月

条幅店前一个月

### 二、试业安排：

1、开始时间：月日

2、试业目的：强化店面人员的工作水准、各岗位之间的衔接和工作人员之间的配合协调度，充分熟悉产品、服务项目及价格，熟练销售技巧，充分了解当地消费者的消费取向。

3、试业方式：运用人际关系，派发试做宣传单张。、试业有效期：月日——月日

根据《恒美苑\_\_护理手册》提供相应(应季、宜肤质)的护理，收取相应的试做费用。

主要服务对象：亲朋好友。

### 三、开业日剪彩活动安排：

活动主题：舞狮点睛庆开业

活动地点：店外广场，近门店门口。

开业时间：4月日(暂定)

准备工作：1、确定当地嘉宾和媒体人员名单，提前一周时间派送邀请函。

2、准备抽奖箱、抽奖礼品、礼花礼炮、彩球、托盘、剪刀、胸花、签到本、笔、音响、麦克风

。

- 3、布置演讲台、签到台、红地毯(门店入口处)、订购花篮。
- 4、悬挂石岩店开业庆典红色条幅于门店门头。
- 5、联系并确定开业醒狮——两名。
- 6、与就近酒楼预定中午宴客餐。

### 美容院前台年终总结个人篇九

在日常顾客接待与美容服务以外，其实还有很多重要的工作被许多管理者所忽略。除了物品采购、外务协调等常规工作，以下叁项工作应特别引起店长的注意：整理顾客资料、外出调查或派单、电话跟进客户。每一位顾客的资料都不应该一成不变，而是要不断丰富，要注意对每一个顾客细节资料点点滴滴地积累，这样，在与顾客沟通中才能让顾客真正感受到关怀。此外，通过对同一顾客消费资料的连续分析，将为对该顾客制订有针对性的服务与销售策略提供最直接的依据。外出派单是美容院获得新顾客的最直接有效的手段，不一定非要在大型促销时才外出派单，而是应该在客流不够充足时，将此作为一项日常工作，一方面可以将人力资源利用得更加充分，同时也可以通过这一工作让美容师得到较为全面的锻炼和提升。电话跟进客户则是美容院向外延伸服务的有效手段，对产品使用情况进行售后追踪，将大大有利于新顾客和有流失迹象的顾客关系的巩固。

做为一名店长不只是需要理解上级下达任务的目标是什麼，更重要的是如何达到这一目标，所以做法就是坚持做到“五要”，为今后执行公司的任务打下良好的基础，其中“五要”是指：

- 1、要沟通：经常与院店周边地区并且与店内经营相关的地方政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及院店所在的物业部门”，为今后院店在店外搞各种促销活动需要帮助时创造良好的条件。
- 2、要务实：即是眼睛向下看，从小事踏踏实实做起，为今后的工作打下良好的基础。
- 3、要交流：经常与各部门经理、员工及促销交流，了解店内及店外自己所不知道并且与店内正常销售息息相关的情况，真正做到取他人之长，避己之短。
- 4、要了解：即任何未曾经历过的事情一定要了解这件事的过程与结果，真正了解了才会把这件事做的更加完美，所以对於工作当中所遇到的任何问题我都要了解这件事的过程与结果，分析利弊才能实施。
- 5、要总结：总结过往经验，将未曾做好的事情吸取教训，已经成功

的事情寻找实施时的不足，把这些经验投入到以后的工作中去。

除上述几点以外以下两点也非常重要。

#### 一、店面行政管理

店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

- 1、建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。
- 2、注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到、懂业务、会管理的高素质人才。
- 3、建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。
- 4、利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局合理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。
- 5、以“为您服务我最佳”为宗旨，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。
- 6、重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。
- 7、创造良好的周边环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

## 二、经营管理

- 1、加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋向科学化、合理化。
- 2、明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的资料分析。
- 3、在节假日上做文章，积极参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。
- 4、抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。
- 5、知己知彼，通过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。
- 6、尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

## 美容院前台年终总结个人篇十

· 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，是没有太大吸引力的。

#### · 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，提升进店率，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，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。)

#### · 抢购

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。在价格上和原价要有一定差距，才能达到抢购效果。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。

需要化妆品活动策划方案的商家可以看看这几个大概的活动范围哈，都是可以的哈，而且比较大众，适合消费们的活动。

### 美容院前台年终总结个人篇十一

20xx年是充满激情的一年，在这里一年里，我在领导的精心栽培和指导下，逐渐成长起来。在这里，我首先表达一下我对他们，对公司深深的感激之情。

## 一、主要工作情况

回首20xx年，在上级领导的指导关心下，通过姐妹们的配合支持，还有我们全体团队的共同努力下，我从一名员工在美容院的搭理培养下，加上自己的努力，成了一名副店长，当我接受这一殊荣，我深感到责任的重大，我深感到多年的经验，从员工到店长一路走来我们都曾品尝过心酸、欢笑与泪水的滋味，一个人的成长就是这样一点点积累而来的，成功与失败不断的刺激着我们，使我们的团队走向顶峰。

回首过去，我和我的姐妹们精心配合，通力协作，在我们全体员工共同努力下，还有大区经理的支持和培养下，和我自己的不断的学习和努力，我成为了美容院加盟店的一名店长，这是一个责任重大的职务，当我踏上这个工作岗位的时候，我的内心是欣喜的，也是忐忑的。多年的从业经验，从一名普通的美容师成为一名店长，我有过心酸的泪水，也有成功的喜悦。可是，谁的成长路上是一帆风顺的呢？成功和失败交替，也让我的内心逐渐变得强大起来。

## 二、今后努力方向

展望未来，我们还有很长的路去走，我们一定会更加的努力，一起为我们的企业创造出更辉煌的成绩。秉承着“让天下女人更美丽”的良好愿景，给我们的顾客带来更好的服务。

### 美容院店长年度总结注意事项

#### 1、条理清晰。

美容院店长在写年度总结时，一定要注意条理清晰，这点十分关键。美容院店长可先在脑海里打好草稿或者列好提纲，明确自己要总结哪方面，然后写出具体的内容。

#### 2、忌讳浮夸，用数据说话。

美容院店长在年度总结中，要坚持用数据对工作进行总结。这需要美容院店长在平时的日常工作中，有心地对工作进行记录，年度工作总结的数据来自于每月、每周、每日，甚至每时的工作总结。

#### 3、发现问题，提出建设性意见。

美容院店长是个管理职位，这个管理是全方位的，包括美容院的方方面面。要发现美容院存在的问题，就需要美容院店长在平时的工作中，细心观察美容师的工作状态，观察美容院的管理制度是否切实可行，想想怎样做才能使美容院发展得越来越好等等，这种发现问题并提出解决方案的过程是真正体现美容院店长管理能力的渠道。

#### 4、做好明年的工作计划。

年度总结的重要一部分就是做好明年的工作计划，美容院店长在做年度总结时要重视这一点。工作计划一定要从店的实际出发，从每位员工的工作能力出发，从美容院的发展出发，让计划切实可行。

### 美容院前台年终总结个人篇十二

## 一、内容摘要

策划背景：有一份统计表明：全球成人中，有1/2的人不同程度患有肥胖，肥胖造成的各种心理负担和三高症状促使人们急切寻找有效减肥的方法。所以，减肥市场具有良好的远景与潜力，市场容量极大。但是面对各种层出不穷的减肥方法和展天盖地的广告，作为中小型女子美容院，在无资金进行大规模广告投进的情况下，如何才能将自己所代理的减肥瘦身项目快速打开市场格式，并且巧妙回避正在市场上进行狂轰烂炸的竞争对手，终极取得令人满足的利润回报呢？

策划思路：本项目要在“多快好省”的条件下获得成功，必须进行差异化策划，整合各种有利资源，进行“出奇制胜”，如此方为上策。通过对本项目的具体研究和判定，我提出了以下五步思路：第一、“绿化概念，差异定位”；第二、“软文呼应，教育引导”，第三、“寻胖行动，促销发布”；第四、“客户关联，步步为赢”；第五、“文化提升，营造回属”。以上五步思路，也可简称为“立”、“抛”、“诱”、“扣”、“锁”五大策略。

案例简述：本策划的主要思路和操纵过程如下：第一、“绿化概念，差异定位”，通过“立位”，给自己产品找到了一个正确的市场定位——“绿色经络营养减肥法”，以区别于其它竞争者；第二、“软文呼应，教育引导”，在本地报纸媒体上进行软文广告，通过“抛出”形象，对专业性和安全性的突出先容，树立产品在消费者心目中的良好印象，形成认知度；第三、“寻胖行动，促销发布”，运用有效的促销手段和优惠政策，策划出“寻胖大行动”，把潜伏顾客“\_\_\_\_”策划到美容院来；第四、“客户关联，步步为赢”，通过在美容院老顾客群中的发动，环环紧“扣”，促使她们主动推荐和带动新客源，实现利益点；第五、“文化提升，营造回属”，在减肥项目取得初步成效时，不失时机的召开“减肥庆功会”，邀请成功减肥的顾客上台分享减肥经历，同时再次发动新客源，把新老顾客都牢牢“锁定”在本院中，营造出回属感。通过此五大步骤的深进与实施，终极成功化解了中小型美容院在接手新产品/项目时的传播瓶颈，实现了经济效益与社会效益的双丰收。

## 二：策划案例：

名流美容机构，是一家中小型专业女子美容机构，在20\_\_年6月，为了使美容业的“淡季”不淡，预备引进一项新的营养减肥法。但是，面对着市面上各种减肥药物的强大广告攻势，及各种健身会所所推出的运动减肥法，在无力投进较大广告支持以取得传播效果的条件下，该如何策划创新，走出经营困境呢？

20\_\_年，我作为名流美容机构的顾问，在面对以上题目时，首先开始了具体的搜集、整理工作。

通过搜集发现：固然市场上各种减肥产品数不胜数，减肥广告让人眼花缭略冬但是，对于肥胖却往往无能为力。传统的减肥法，通常采用的是利尿、腹泻、或添加中枢神经抑制剂来达到减肥目的，但是肥胖的根源——脂肪堆积，却没有得到根本解决，也根本解决不了。所以一旦减肥产品停用，马上出现体重反弹的现象。同时由于错误的减肥方法导致身体性能严重损伤，还轻易造成减肥后遗症，有不少人在服用减肥药后相继出现头痛、腹泻、乏力、体重增加等症状，导致人们不再相信减肥药，针对于此，世界卫生组织提出了健康减肥的要求：不伤身、不腹泻、不节食。所以有消费能力的“胖人”一族，都希看在专业的美容院中，寻求到一种科学、健康、安全、公道且真实有效的减肥方法。

经过对搜集、整理到的情况的综合分析，我接下来进行了深进细致的判定工作。

多年来的各种减肥广告，已经培育出一个需求旺盛的市场，但是面对减肥伤身的麻烦，假如我们的项目能够在弥补当前市面上流行的减肥产品的劣势的条件下，有针对性的宣传，并且通过策划创新手段，有的放矢，一招致敌，堪称上策。

但是，从哪里创新，如何创新，通过哪些步骤创新呢？

根据搜集到的资料进行有序整理和判定，并经过反复的论证和思考，我为名流美容机构提出了以下五点创新策略：

“绿化概念，差异定位”：简称“立”法。通过对竞争产品的分析和判定，给自己产品找到了一个正确的定位——“绿色经络营养减肥法”，提炼出独特的诉求点：专减各种顽固性肥胖及反复减肥反弹者！同时针对当前减肥市场的混略冬自我定位为“绿色针灸法”（不需要刺破表皮，无交叉感染、无痛苦）。以区别于其它减肥方法（技术）。

“软文呼应，教育引导”：简称“抛”法。在综合考虑了各种广告形式后，有针对性的选择在本地报媒上进行软文广告，通过“抛出”形象，从减肥顾客的角度，以真实的体验故事，对“绿色经络营养减肥法”的专业性和安全性进行突出先容，树立本项目在消费者心目中的良好印象，同时对名流美容机构的品牌认知度也进行了有效传播。

“寻胖行动，促销发布”：简称“诱”法。尽管所有的人都清楚“天下没有白吃的午餐”，但是尽大多数人，尤其是女性朋友，却经常怀着憧憬着能意外获得“白吃午餐”的机会。假如说刚才的“抛”法是正，那么这个“诱”法就是奇了，通过“抛”法抛出自己的专业性、安全性等品榜关性，“诱”法则通过有效的促销手段和优惠政策，把意向顾客群网罗到名流美容机构来。

“客户关联，步步为赢”：简称“扣”法，通过先前的“诱”法，把目标意向顾客吸引住后，这还不算，商家策划的目的，在于追求利益最大化，如何弥补软文广告和促销宣传的不足呢？策划人再通过“扣”法，在美容院老顾客群中进行充分发动，设置利益点，进行以一带三、环环紧“扣”的创新策略，促使她们主动推荐和带来新客源，实现美容院与老顾客的多赢。

“文化提升，营造回属”：简称“锁”法，通过前面四个步骤的预设与呼应，如何才能把美容院的已有顾客的忠诚度培养起来，以促成更多的美容消费呢？我以为，营造文化回属感最为关键。所以，我建议“绿色经络营养减肥法”取得初步成效时，不失时机的策划举办“健康减肥、离别肥胖”庆功会，邀请在本美容院内成功减肥的顾客上台分享减肥经历，借助这个活动一方面可以再次发掘、带动新客源，另一方面通过美容院企业文化的宣导，营造出回属感，把新老顾客都牢牢“锁定”在本院中。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由ECMS帝国之家开发