

2024年年底美发店活动方案6篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/171577.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

年底美发店活动方案篇一

20xx年美发店元旦促销活动方案

活动主题：

喜迎元旦，好礼大派送

活动时间：

20xx年12月28日—20xx年1月5日

活动目的：

- 1、利用节日促销，提升美发店年末业绩；
- 2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，巩固顾客忠诚度；
- 3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

活动内容：

一、冬季项目促销

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

二、100元大变样

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出“100元大变样”的促销活动，帮你打造一个20xx年最时尚的`发型；该“100元大变样”项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

三、0元义剪

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

四、附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

活动注意事项：

(1) 信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

(2) 活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作；同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

年底美发店活动方案篇二

今年为取消五一长假后的首个五一节，三天的五一假期在一定程度上对消费者的消费热情造成影响，同时去年开始的物价上涨加大了美发店铺的经营成本。

一、活动主题：“缤纷五一，五大惊喜大放送”

二、活动日期：4月26日-5月8日

三、活动目的：

- 1、利用五一期间活动吸引更多的新顾客进店消费，从而扩大顾客群，提高店铺的整体营业额；
- 2、同时通过一系列的促销活动适当引导顾客向高附加值的项目消费或多项目消费，提高客单价及利润；

3、让顾客产生好感，提升品牌形象。

四、活动内容：

惊喜一：每天前5名，低至5.1折

想烫就烫，活动期间每天前5名顾客消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满168元（或充值200元）送51元的现金券；

一次性消费满480元（或充值500元）送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元（或充值200元），加51元可购买原价88元的产品，即省37元；购买88元以上其它美发产品可以优惠37元，具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精彩

2、xx烫280元+xx染280元+xx护理65元原价625元，活动优惠价420元

五、活动内容操作细则说明：

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引顾客入店，创造销售机会；
- 2、具体xx烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本打折项目只是吸引顾客进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，顾客入店后，只需告知顾客有此项活动，可以向顾客推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

- 1、惊喜二用消费满额送现金券刺激顾客高消费或充值，同时送现金券可以吸引顾客两个月内回头消费；
- 2、51元面值的现金券不能用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日；
- 3、150元面值的现金券不能用于洗剪吹及特价项目/套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日-7月18日。

4、消费满168或480均指顾客结账时的金额，送券时如顾客不能接受150元面值的现金券时，可以送三张面值51元的现金券代替150元面值的现金券。顾客进店消费时接员工及时提醒顾客消费满168元或充值满200元可送51元的现金券，消费满480元或充值500元送150元现金券，感激顾客消费或充值满相应的额度，引导顾客消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

- 1、惊喜三用加51元的可以购买88元产品的优惠吸引顾客，促进产品外卖销售；
- 2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价88元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“xx元”的爆炸贴，顾客买单满80元时接待人员提醒顾客可以加51元购买88元的产品；

惊喜四解释说明：

- 1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引顾客，提升营业额
- 2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐；3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行；
- 4、套餐的设定以2-3个为适宜，套餐的设置以“夏天养护/夏天美”套餐为概念。

备注：

针对以上五大惊喜，各店可根据本店经营方面的实际选择2大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜

xx：清爽一夏，超值发型设计卡100元/5次

5次发型设计200元，超值发型设计卡100元5次洗剪吹，省100元

解析说明：

- 1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引顾客在节后几个月内回头消费；
- 2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整；
- 3、发型设计卡10月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参

考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整！

六、活动的宣传：

1、短信通知：短信提示在活动前4到2天发送

a.短信内容（发本店会员用）：“缤纷五一，尚艺xx店五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，详情请电8000008或亲临本店”

b.短信内容（发外部顾客用）：“缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费168即可送51，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构xx路xx店8000008”

注：发外部顾客可通过购买信息公司的移动/联通的用户平台发短信广告。

2、户外派单：（详看附件）

a.派发时间：活动开始前3天开始

b.派发地点：分店周边范围1000米以内的商业区、住宅区、人流密集之地（如商场门口、住宅区信箱、道路接口等）以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。

c.派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；

d.派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果顾客有兴趣了解的话跟顾客简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3、dm单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围5公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。（注：店铺顾客资源有限，尚需吸引更多顾客的分店可选择dm单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭/报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作）

七、活动现场布置：

1、门口：

1)、海报/x展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“x展架”或悬挂/张贴活动内容海报；（详看附件）

2)、横幅：门口拉“缤纷五一，五大惊喜大放送，低至5.1折，满168送51”内容的条幅（条幅建议用灯箱布材料）；

a、布条幅的设计效果：

b、灯箱布条幅的设计效果：

2、店内：

- 1)、海报/x展架：前台收银旁放置活动内容“x展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；（详看附件）
- 2)、活动产品/项目：前台显眼位置放88元左右的产品，产品上贴“88元”或是涂上“xxx元”爆炸贴标签。

八、活动培训及活动执行要求：

- 1、店长亲自主抓培训，向员工传达本次活动以“五大惊喜来吸引顾客关注”、再重点向顾客主推本店的某一项“惊喜内容”的思想，务必让每一个员工都清楚了解活动的相关内容；
- 2、加强员工活动推销观念，重点以五一五大惊喜优惠来吸引顾客，并适当向其主推五大惊喜当中的重点主推活动内容；
- 3、店长根据pop海报内容与员工分析各项惊喜的操作方法，并指导员工如何针对活动对顾客进行相关的活动内容告知说明；
- 4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话术培训；
- 5、店长活动前两天挑选好参与活动的外卖产品，并提炼产品的卖点，特别是着点突出顾客夏日需要那方面的保养、养护等方面来提炼产品卖点，做好外卖产品推销的培训；
- 6、店长活动前一天定好五一活动期间的营业目标，把目标分解到个人，同时分解好店的每天总目标，每天晚会/晨会上主管或店长对当天/前一天的促销活动情况进行

总结分析，指出不足之处这，对完成好的适当的表扬，差的批评；

九、费用预算

- 1、dm宣传单页（详看附件）印刷制作费用：5000张=>1000元
- 2、现金券印刷费用：=>150元
- 3、dm宣传单页夹报派发费用：xx=>300元（全部自己员工派发可省此笔费用）
- 4、促销海报、爆炸花、x展架、横幅等制作费用：=>200元

年底美发店活动方案篇三

在平日的顾客消费，如果只来一次的顾客这种数据是没有意义，如有剪发以上的消费，第二次登入的数据就是有效数据，整体而言，顾客的消费在半年中有异动是算正常，如能在售后服务着手（询问满意度）及专业美感做目标，能延长到一年以上就是赢家。做好完备的顾客档案，分析顾客群体和顾客消费习惯对我们做发廊活动有很大的帮组。

1、提高客单价

折数降低，第一个要做的事是提高客单价，不然客人数量增加，业绩反跌，所以一定要整理提高客单价的话术。

抓出重点才能知道成败的关键：

- a、价格话术整理
- b、新流程（工具）话术整理

2、缩短美发消费周期

缩短消费周期，顾客数据的统计；应该烫的（稳定顾客）、可以烫的（缩短周期）、才刚烫的。

抓出重点才能知道成败的关键：

- 1、有效顾客资料的整理
- 2、应该烫的，换季了，换发型话术整理
- 3、可以烫的，提早美丽、又省钱话术整理
- 4、才刚烫的，好东西和好朋友分享的话术整理

3、老客带新客人

成败的关键在于客带客人（亲友同享）如何让亲友同享？由内到外由从夫妻一直到子女到父母然后才到朋友再到同事。

抓出重点才能知道成败的关键：a、感情联络话术整理 b、好东西和好朋友分享话术整理

4、增加附加价值

附加价值是一种无中生有的消费理念，有现场的理念，有开发项目价值的理念，这里提供现场理念。抓出主轴才能知道成败的关键：

- a、烫发没染发话术整理
- b、染发没补色话术整理
- c、烫发、染发、前后护发的开发话术整理

发廊里面的员工大部分年龄比较小，思考逻辑比较不缜密，如果没有明确的话术让她了解及背熟，她们是无法朗朗上口的。话术的表达以不超出一分钟为限，但可以列举多项主题及正面、负面、各种话术的角色扮演，做沙盘推演，由主管来验收，让每一位工作伙伴都有同样的语言，同样

的共识是常重要的。

1、流行的卖点发型：

任何的营销设计，假如没有主力项目来做销售，你会抓不出主题，就无法创造卖点，如果只为烫头发而烫头发，没有当季的发型流行趋势，这样的烫发是没有意义的，再强调一次，促销的本质是在回馈顾客及教育顾客，卖点发型的设计，是在告诉顾客，我们技术的专业及流行的敏锐度，让顾客知道我们是观念先进，求新求变，创造当地唯一性。

2、助理技术的纯熟度：

生意很好，但漏卷、补烫、烫毛了、烫个头发花了3~4个钟头，这些都是活动中的致命伤。能有修补的机会那还好，不能修补，失去了一位顾客，还会延伸负面宣传30个人以上，所以在活动过程当中，技术演练是非常重要的，假如发生了失误的情况，尽量不要责怪助理，那会让助理对做事更没有把握更没自信。假如能在活动前，一起研究为什么要做技术的演练，好处在哪里，设计师准备新发型发表，助理对烫、染技术的演练加强，让失误减至最低，并能互相约定，只要有漏卷、橡皮筋压线，头发张力不足而变毛燥，助理这笔业绩就不入账，成为公基金，设计师陪同处罚50元，那是因为现场监督不周。

一切以顾客满意度为前提，相互的约束，减少失败率，会比责骂助理来的好玩多，现场气分也会更融洽。

年底美发店活动方案篇四

离xx年的端午节越来越近了，美发店有没准备好给力的活动方案，来赢得顾客的加入呢？作为美发店老板都知道节日促销的重要性，为此下面我们就来分享xx年美发店如何做好端午节活动方案。

美发店想要在端午节促销中取得良好的成效，一定要选择好特色的促销产品。比如，美发店推出多款护发型的洗发水，可以在端午节来临之际，给进店的顾客进行免费体验，并从体验后的评价中来判断该产品是否合适做端午节的促销产品。

只有尝试初体验，我们才能真正了解顾客需要是什么样的产品，这样在端午节那天才能作为我们的特色促销产品展现给顾客。

美发店如果没有选定好目标客户群体，这样造成的后果是接下来的工作很难进行。为什么这样说呢？一般美发店它都是有稳定的消费群体，来巩固它的经营。所以一般美发店它的促销也都是针对它的这些忠实客户。

因此，美发店想要制定好端午节活动方案，必须先明确好目标客户群体。

美发店端午节活动方案不仅仅是从促销产品以及目标客户群体来定的，它还得需要打造一定的形象战略，比如，装修符合端午节风格的店面，或者促销礼物带有一点端午节的韵味，以及在一些应季的促销产品，这些都是打造美发店端午节促销的形象战略。

有了给力的活动方案，是不是就完事了吗？答案是否定的，我们还得需要一定的宣传措施，因为

好的东西，如果没有宣传出去，也是会被埋没的。

年底美发店活动方案篇五

“ 缤纷五一，五大惊喜大放送 ”

4月26日 - 5月8日

- 1、利用五一期间活动吸引更多的新消费者进店消费，从而扩大消费者群，提高店铺的整体营业额；
- 2、同时通过一系列的促销活动适当引导消费者向高附加值的项目消费或多项目消费，提高客单价及利润；
- 3、让消费者产生好感，提升品牌形象。

惊喜一：每天前5名，低至5.1折

想烫就烫，活动期间每天前5名消费者消费原价380元的数码烫可享受5.1折优惠。

惊喜二：消费满168送51，消费满480送150

一次性消费满168元（或充值200元）送51元的现金券；

一次性消费满480元（或充值500元）送150元的现金券。

惊喜三：加“51元”=“88元”

活动期间消费80元（或充值200元），加51元可购买原价88元的产品，即省37元；购买88元以上其它美发产品可以优惠37元，具体参与活动产品请向店员咨询。

惊喜四：夏日套餐精选，美丽更精彩

2、xx烫280元+xx染280元+xx护理65元 原价625元，活动优惠价420元

惊喜一解释说明：

- 1、惊喜一主要以折扣优惠吸引消费者进店，创造销售机会；
- 2、具体xx烫及原价多少请根据本店实际情况设定；
- 3、本

打折项目只是吸引消费者进店的吸引点，尽量不拿本店主推项目来打折，消费者进店后，只需告知消费者有此项活动，可以向消费者推荐更高端的项目或套餐。

注：部分生意比较差的分店可以以此方式设定有一定利润受欢迎的项目为主推。

惊喜二解释说明：

- 1、惊喜二用消费满额送现金券刺激消费者高消费或充值，同时送现金券可以吸引消费者两个月内回头消费；
- 2、51元面值的现金券不能用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日 - 7月18日；
- 3、150元面值的现金券不能用于洗剪吹及特价项目 / 套餐，每次限用一张，不能兑现金，不设找赎，不能与其它优惠活动同时使用，有效使用期：5月18日 - 7月18日。
- 4、消费满168或480均指消费者结帐时的金额，送券时如消费者不能接受150元面值的现金券时，可以送三张面值51元的现金券代替150元面值的现金券。消费者进店消费时接员工及时提醒消费者消费满168元或充值满200元可送51元的现金券，消费满480元或充值500元送150元现金券，感激消费者消费或充值满相应的额度，引导消费者消费高利润的项目套餐。

惊喜三解释说明：

- 1、惊喜三用加51元的可以购买88元产品的优惠吸引消费者，促进产品外卖销售；
- 2、具体的产品各店根据本店情况自行设定，各分店把原价88元左右的产品放于收银台显眼位置，并在产品包装上贴上“xx元”的爆炸贴，消费者买单满80元时接待人员提醒消费者可以加51元购买88元的产品；

惊喜四解释说明：

- 1、惊喜四套餐精选，以加强套餐的销售，提高客单价或特惠套餐吸引消费者，提升营业额
- 2、具体的套餐组合及价格各店可根据自己店铺的实际情况设定，客源充足客的分店可以推高价套餐，客源有限，客单价一直不高的分店可以推低价位套餐；3、已经上了美容项目的分店可以以美发+美容项目套餐或美容套餐的方式进行；
- 4、套餐的设定以2-3个为适宜，套餐的设置以“夏天养护/夏天美”套餐为概念。

备注：

针对以上五大惊喜，各店可根据本店经营方面的实际选择2大惊喜作重点的主推，同时按主推的轻重来进行惊喜一至五的排序。另外，针对部分平时客数少，客单价不高的分店可以参考下面活动项目替换以上五大惊喜中的一项。

如：惊喜

xx：清爽一夏，超值发型设计卡 100 元 /5 次

5 次发型设计 200 元，超值发型设计卡 100 元 5 次洗剪吹，省 100 元

解析说明：

- 1、本惊喜以多次洗剪吹卡优惠为吸引点，吸引消费者在节后几个月内回头消费；
- 2、具体的价格项目各店根据实际情况进行调整；
- 3、发型设计卡 10 月前使用有效。

发型设计卡的正反面样稿：

请各店可以根据本店的情况有选择性的替换五大惊喜中的相关内容，选择发型设计卡的分店可参考“尚艺五一促销广告方案二”进行修改调整！

1、短信通知：短信提示在活动前 4 到 2 天发送

- a. 短信内容（发本店会员用）：“缤纷五一，尚艺 xx 店五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51，另有多重优惠连环送，详情请电 8000008 或亲临本店”
- b. 短信内容（发外部消费者用）：“缤纷五一，尚艺五大惊喜等着您，消费 168 即可送 51，另有多重优惠连环送，尚艺美容美发连锁机构 xx 路 xx 店 8000008”

注：发外部消费者可通过购买信息公司的移动 / 联通的用户平台发短信广告。

2、户外派单：（详看附件）

- a. 派发时间：活动开始前 3 天开始
- b. 派发地点：分店周边范围 1000 米 以内的商业区、住宅区、人流密集之地（如商场门口、住宅区信箱、道路交接口等）以及政府部门、企事业单位、大型团体、金融机构、娱乐场所、高等院校等区域。
- c. 派发办法：分店主管带领员工大量派发，并监督员工派发数量和质量；
- d. 派发话术：您好，我们尚艺美容美发“五一”节搞促销活动，有五大惊喜优惠，如果消费者有兴趣了解的话跟消费者简要说明活动相关优惠内容，介绍本店的具体地理位置。

3、dm 单页夹报：

与报纸的投递站联系，选择在投递往店铺周围 5 公里内的楼盘小区、居民区的报纸夹促销活动的宣传单页。（注：店铺消费者资源有限，尚需吸引更多消费者的分店可选择 dm 单页“夹报”的方式，但夹报不要选择在报亭 / 报摊销售点的“日报类报纸”夹报，最好选择报纸的投递站合作）

1、门口：

1)、海报/x展架：店铺门口显眼地方放置活动内容“x展架”或悬挂/张贴活动内容海报；（详看附件）

2)、横幅：门口拉“缤纷五一，五大惊喜大放送，低至5.1折，满168送51”内容的条幅（条幅建议用灯箱布材料）；

a、布条幅的设计效果：

b、灯箱布条幅的设计效果：

2、店内：

1)、海报/x展架：前台收银旁放置活动内容“x展架”，店内显眼的位置悬挂五一活动内容海报；（详看附件）

2)、活动产品/项目：前台显眼位置放88元左右的产品，产品上贴“88元”或是涂上“xxx元”爆炸贴标签。

1、店长亲自主抓培训，向员工传达本次活动以“五大惊喜来吸引消费者关注”、再重点向消费者主推本店的某一项“惊喜内容”的思想，务必让每一个员工都清楚了解活动的相关内容；

2、加强员工活动推销观念，重点以五一五大惊喜优惠来吸引消费者，并适当向其主推五大惊喜当中的重点主推活动内容；

3、店长根据pop海报内容与员工分析各项惊喜的操作方法，并指导员工如何针对活动对消费者进行相关的活动内容告知说明；

4、店长根据的方案调整，对员工进行相应的话术培训；

5、店长活动前两天挑选好参与活动的外卖产品，并提炼产品的卖点，特别是着点突出消费者夏日需要那方面的保养、养护等方面来提炼产品卖点，做好外卖产品推销的培训；

6、店长活动前一天定好五一活动期间的营业目标，把目标分解到个人，同时分解好店的每天总目标，每天晚会/晨会上主管或店长对当天/前一天的促销活动情况进行

总结分析，指出不足之处这，对完成好的适当的表扬，差的批评；

1、dm宣传单页（详看附件）印刷制作费用：5000张=>1000元

2、现金券印刷费用：=>150元

3、dm宣传单页夹报派发费用：xx=>300元（全部自己员工派发可省此笔费用）

4、促销海报、爆炸花、x展架、横幅等制作费用：=>200元

年底美发店活动方案篇六

我与春天有个约会，尽现三八浪漫风情

二月二龙抬头，理发不需要理由，浪漫心情，尽在三八节

由于春节前烫染顾客倍增，年后势必会做倒膜护理，所以，以卖剪发卡为中心，卖倒膜盈利为目的。

利用二月二龙抬头，剪发卡锁定前年剪发客人，控制客人消费周期。

利用三八妇女节，外卖倒膜创造业绩，并为5.1劳动节奠定基础。

针对全年客人的回访及回笼，并有效的控制客人消费周期。

利用三八，二月二的活动，让员工检讨过去和展望未来。

让员工认识到，只有会员卡的保护，才会有指定客人重复消费。让员工感觉到，持续的吸收会员卡，将能培植每日稳固业绩基础。

激励团队精神，以团体为出发点，争取最佳福利与荣誉。

到3月18日止

1亲亲会员卡

2购买倒膜原价元，再送一年剪发

3烫染护拉全场4.8折

(1) 春夏流行风：高弹水能精华，日韩创意染发造型

(2) 英国沙宣修剪

(3) 对内员工规定目标客数，会员卡张，倒膜套。

(4) 员工创业绩客单价最高，业绩最高。

(1) 高弹水能精华烫+醋疗精华+挑染

(2) 日韩创意染发+染前醋疗精华

(3) 凡购买倒膜一套原价现价

(4) 凡购买倒膜一套原价

(5) 凡满单项元送全年剪发

(6) 凡购买造型发蜡，者哩，发纤，发泥，任何一瓶者，并一律xx元，送价值的洗剪吹1次。

(7) 凡在活动期间购买全年剪发卡者原价元现价元再送价值xx元的倒膜1次。

1、认识好的产品是由专业人员来操作完成的。

2、令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。

3、令顾客安心，信心满意的服务。

4、超值价值，超值服务。

1、促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。

2、对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。

3、店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。

4、最新流行图片收集是否以全。

5、顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。

6、预约卷发放区和分配是否划分清楚。

7、发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。

8、发型师的图片手册

9、a、现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫染护客人，让烫染护客人如何变为高单客户。

b、商圈拜访话术

c、预约单发放话述

d、顾客电话问候话术

e、烫染技术训练

f、8款——10款剪烫发型培训

10、a、红条幅

b、贴纸宣传背胶

- c、海报
- d、顾客电话联络
- e、精神动员早会，提前营造时间1个小时
- f、每天早晚会检讨前1日营业状况
- 11、任务奖励方式
 - (1) 发型师套餐比赛
 - (2) 推卡比赛
 - (3) 总业绩及单项业绩最高
 - (4) 助理套餐比赛
 - (5) 助理推卡比赛

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