UNO男士专用面膜推销方案：

一、推销前准备

1、产品定位分析

1.产品属于中端产品

2.以控油、美白、缩小面部毛孔、清新优雅为差别优势

3.目标客户为大学生、白领、金领等中高消费水平群体

2、产品基本信息分析：

1.产品名称：UNO男士专用洗面奶

2.广告目的：宣传针对男士面部肌肤利用UNO独有秘方研发的男士专用美白、控油、缩毛孔型护理产品。

3.产品定位：中高端美容护理产品

4.广告投放区域：北上广等一线城市

5.目标人群：大学生、金领、白领等高消费男士

6.媒介：以电视广告与店面活动为主，微信公众号推文和特期杂志为辅。

3、电视广告与其创意点分析

1.合作对象：北京电视台、上海电视台、广州电视台、湖南电视台等

2.播出时间：中午和晚上等休闲时间，这个上班族和学生党的空闲时间相吻合。

3.广告创意：一位有面部皮肤发黄、毛孔粗大、油光满面等问题的男士，在学校的生活中由于这些问题屡次受挫，但是另一位没有这些问题的同学的境遇就完全相反，受挫男士就抱头痛哭并大吼“上帝啊，救救我吧!”另一同学就在这时候出现说广告词“男人奋斗那么累，面部肌肤不能受累哦！！”最后展示我们的产品。

4.广告传递的价值观：一脸白净光滑的皮肤可以让你更加自信，你也可以变得更加光彩夺目。

4、微信公众号推文准备

1.向顾客送一定的限时产品优惠券。

2.向顾客推送肌肤保护小常识建议

3.想顾客推送保护肌肤的重要性的知识

4.推送我们的明星广告，利用明星效应

5.告诉顾客推荐熟人可以得到一定的优惠

6.注册成为会员可以得到优惠，并可以得到一点试用产品的福利

7.向顾客提供人工咨询的服务，会让顾客感到贴心放心并对我们的产品有信心。

二、推销洽谈

1.安排导购向顾客介绍产品的功效和好处，让顾客现场试用产品，让顾客亲自体会产品的功效。

2.展示设计制作的试用成功的美白，缩小毛孔的案例。特别是周围的人的例子和名人的案例

3.展示有设计感染力的LOGo和产品图样，吸引顾客的眼球

4.活动现场安排多位免费的美容顾问，解答顾客关于产品和美容知识的疑问。

5.在店员的选择可以选择一些皮肤状况比较好的男店员，这样可以给他们安全感并认可感的质量。

6.店面装修要求符合产品的特点，新潮，优雅，清新，保持一些男士特点的元素比如热情和商务和酷炫的风格。

7.在和顾客发生异议的时候，我们应当要求店员正确的处理，少去反驳顾客的意见和看法，即使他们是不对的。

8.应当有自信心和一定的职业素养地区和顾客交流。

9.注重产品的售后的服务，提高顾客的服务体验，吸引下次购买我们的服务。

10.产品出现质量问题，比如比如包装破损，数量不对，产品质量不合格等问题，一定要及时合理的处理，并且补偿顾客。

11.店员一定要注重穿着、举止、语言的优雅，并对自己的目标顾客有一个基本的了解。

12价格与产品优势对比，通过对比其他产品的价格和功效等方式，来突出我们的产品的功效，定价的合理性甚至让他们感觉到实惠的感觉。

13.不要去反驳顾客的异议，应当积极的引导，证明价格和质量的合理。

四、推销后的售后服务

1.限时优惠的发放，提高顾客的再次购买欲望。

2.提供购买多件优惠政策，购买一定数量的洗面奶给予一点的优惠政策，刺激顾客的大量购买欲望。

3.购买赠送后的小纪念品。

4.特殊节日电话或短信慰问，或赠送小礼品，提高顾客的信任度。

5.文化推销，建立企业文化，利用企业文化对产品进行包装，向顾客传递企业的文化理念，从而达到推销的目的。

6.请专家授课推销，利用专家的名人效应，想顾客传递消费价值和企业文化。