# 最新化妆品工作计划方案17篇(模板)

作者：雾花翩跹 更新时间：2025-06-17

*化妆品工作计划方案一现在的竞争，不但是质量的竞争，还有品牌的竞争，受欢迎的品牌受众多，同样也有更多的人愿意购买，如果一个产品质量好，但是却没有多少的名气，也没有多大的品牌效应这对我们来说非常不利也不方便我们销售，所以在今后的工作中我们不但要...*

**化妆品工作计划方案一**

现在的竞争，不但是质量的竞争，还有品牌的竞争，受欢迎的品牌受众多，同样也有更多的人愿意购买，如果一个产品质量好，但是却没有多少的名气，也没有多大的品牌效应这对我们来说非常不利也不方便我们销售，所以在今后的工作中我们不但要保证销售而更要在销售过程中打响我们的品牌，把我们的品牌形象树立在大众心中。

首先做好广告宣传，广告能够让我们的品牌知名度上升，让更多的客户了解和指导有这样一款品牌，这也是建立品牌形象的第一步，宣传力度加强宣传效果也要好，当然选择的宣传方式有线下广告和线上广告等，把广告播放到各个地方，让消费这清楚我们的产品。

其次就是要做好产品的售后维护，我们卖的化妆品不是一次性产品而是需要持续消费的产品，就要维护好每一个客户，每一个客户都可以为我们持续输出购买力，当客户认可了一个产品之后就会有更多的人来参与购买，就会有更多的客户参与进来。

及时解决客户的问题，有很多客户在使用产品的时候或者是在使用过程中遇到了什么问题，大多数人都会来寻找解决答案，这时候作为销售都需要及时解答不管是身在什么岗位都有责任给客户解答问题。

过去我们销售的方式有线下门店，和线上商城，这几种渠道，但是随着竞争的激烈等待客户上门销售已经成为了过去，想要改变就必须要重新考虑问题，思考解决之法。主动销售已经成为了现在的主流销售方式，成为了现在必不可少的销售模式之一，在今后我们的侧重点，是一线上商城为主，线下的实体店为辅导，拉动消费，通过微信沟通维护，提高消费水平消费能力让我们的消费有更多的发展空间，有更大的消费环境，开拓更多的消费市场，这是今后的消费方式。

对于工作减少电话销售，围绕主题销售，与美妆博主合作，通过护理共赢的策略提高销售量。

我们销售就需要寻找合适的消费群体，寻找准确的消费受众，对于这些群体，我们从今后开始，会主要从一些微博和网红等了解更多的消费人群从中找到合适的消费者，销售需要的是有这个需求的人群，所以在今后工作时，对于这方面的工作加强，上午两小时，晚上两小时利用各种渠道寻找合适的消费群体，并且取得沟通方式从而出售产品，提高销售效率。

**化妆品工作计划方案二**

为严格实施20xx年永顺县保健食品化妆品市场准入，切实加强日常监管，深入开展专项整治，积极探索长效监管，不断提升保障水平，确保产品质量安全，特制定xx年：

力争在四月底前摸清保健食品、化妆品企业生产经营情况及行业发展现状，着手建立辖区内的保健食品、化妆品生产经营企业监管工作档案，适时上报各级部门。

为做好保健食品化妆品生产经营日常监督管理工作，规范保健食品化妆品生产经营行为，加大对保健食品中可能被违法添加药物的检查力度，整治制售假劣保健食品、夸大宣传保健食品功能、普通食品声称具有特定保健功能及制售假劣化妆品等行为，五至十月份积极保健食品化妆品专项整治，重点开展监督检查

待《保健食品监督管理条例》出台后，将及时组织行政执法人员进行学习、宣传和培训，做好《条例》宣传工作。

积极派人参加省、州组织的监管人员业务知识与执法技能强化培训，为依法、科学、规范、有效履行监管职责，为监管事业可持续发展提供坚强的队伍保障。同时加强各保健食品化妆品经营单位从业人员保健食品化妆品卫生知识及法律法规培训，提高食品化妆品安全意识。

充分发挥当地主流媒体的宣传作用，主动宣传监管工作措施和成效。在“3。15”、食品安全宣传月等加强保健食品、化妆品卫生知识、法律法规宣传，进一步提高企业的保健食品及化妆品安全责任意识。

**化妆品工作计划方案三**

为进一步提高保健食品化妆品安全监管工作水平，根据常州市食品药品监督管理局《关于印发20xx年常州市保健食品化妆品安全监管工作要点的通知》（常食药监保[20xx]51号）等文件精神，结合我市实际，现就20xx年保健食品化妆品安全监管工作安排如下：

20xx年全市保健食品化妆品安全监管工作的总体要求是：全面贯彻落实上级保健食品化妆品监管工作会议精神，围绕保障保健食品化妆品质量安全这一中心任务，夯实基础，落实责任，防范风险，能力提升，进一步加强日常监管，深化专项整治，完善风险监测，强化宣传培训，促进保健食品化妆品监管工作再上新台阶。

（一）落实属地监管责任。在市委、政府的领导下，按照三定方案要求，依法履职尽责。进一步加强保健食品化妆品法律法规梳理分类，明晰监管依据和监管职责，落实监管责任，进一步推动监管工作落到实处。

（二）落实企业主体责任。督促我市保化生产经营企业完善管理制度，提高管理水平，落实主体责任。与经营规模大、品管基础好、具有药品质量管理背景的企业，签定质量承诺书，强化企业质量管理意识。

（三）加强制度规范建设。根据省局保健食品化妆品生产经营企业日常监督现场检查工作细则要求，进一步明确日常监管要求，推动日常监管工作细化、量化、痕迹化。加强保健食品化妆品经营企业信息化建设，完善企业信息档案，提高监管效能。

（四）全面开展摸底调查。全面摸清我市保健食品化妆品经营企业、使用单位底数和基本情况，健全生产企业信息档案，推进经营企业、使用单位基础档案建设。

（五）加强流通企业监管。加强对重点品种、重点单位、重点区域的监督检查，确保流通企业监管覆盖面达50%以上。结合我市实际，积极探索创新监管方式，加强宣传培训，引导行业自律。

（六）排查风险隐患。对开展过整治的工作进行“回头看”，对整治效果不明显，隐患未得到治理的要进行“补课”。对风险监测、日常检查中发现的问题要进行梳理，及早防范和消除重大安全隐患。

（七）狠抓重点整治。继续开展保健食品非法添加和化妆品违法使用禁限用物质的整治工作。加强对减肥、辅助降血糖、缓解体力疲劳等功能保健食品、含蜂胶、牛初乳、灵芝孢子粉等原料保健食品以及美白、祛斑等化妆品的专项监督检查。加强保健食品化妆品经营企业索证索票和台帐管理专项检查。加强对未经批准或备案发布保健食品、化妆品违法违规广告的监测，并针对当前公众反映强烈的利用公益讲座、健康诊疗、学术交流、会议等形式宣传、推介和销售保健食品的行为，与各相关部门一起，加强对产品合法性的监督检查。

（八）加强市场整顿。加强对保健食品化妆品市场整顿和规范，对检查中发现的违法违规行为，实行“六个严厉打击”和“五个必须”，即严厉打击虚假夸大宣传行为、严厉打击使用假劣原料生产行为、严厉打击套用冒用批准文号行为、严厉打击违法添加行为、严厉打击无证生产行为、严厉打击制售假冒伪劣行为。凡存在标签说明书虚假夸大宣传的，必须责令召回并整改；凡产品质量不合格的，必须没收产品及违法所得并从重处罚；凡产品涉嫌存在安全隐患的，必须下架并暂停生产经营；凡存在违法添加行为的，必须建议上级主管部门撤销产品批准文号、吊销生产许可；凡触犯刑律的，必须移交司法机关追究刑事责任。

（九）认真完成全年风险监测任务。按照上级部门的工作部署，全面完成20xx年保健食品化妆品抽检任务，做好风险监测工作。加强重点区域及风险程度高、流通范围广、市场占有率大以及投诉举报多、易违法添加产品的抽验监测，增强监测抽验的针对性，提高隐患排查的及时性。

（十）加强风险监测结果的后处理。强化对问题产品的处置力度，认真查找造成产品不合格的原因，对存在的问题督促企业加强整改，完善质量管理体系，对涉嫌存在安全隐患的产品，及时采取暂停生产、销售召回并销毁等措施，防范安全隐患蔓延。

（十一）积极稳妥应对突发安全事故。树立风险管理意识，按省、市局要求推进化妆品不良反应监测哨点建设。探索研究保健食品化妆品安全事故应急处置工作，完善应急响应机制，妥善处理突发、敏感问题，提高应急处置能力。

（十二）加强对监管人员的培训。按照干什么学什么、缺什么补什么的原则，加强监管人员法律法规、专业知识、业务技能等的培训。开展对镇（区）协管员保健食品化妆品业务理论知识培训，提高镇（区）协管员工作水平。

（十三）加强对相对人的培训。加强对保健食品化妆品企业负责人法规宣传，增强企业诚信守法意识。举办保健食品化妆品质量负责人培训班，提升企业管理能力和产品质量控制水平。加强保健食品化妆品经营使用单位人员培训，对批发企业、大型商场、大型超市的培训覆盖面达到100%。

（十四）加强对社会公众的宣传。印制保健食品化妆品宣传手册，通过开展保健食品化妆品安全宣传周、广场咨询、走进社区讲课等活动，大力普及保化科学消费知识，引导社会客观理性看待风险，正确有效防范风险；大力宣传保化监管工作和成效，提升公众对保化监管工作的认知度。

**化妆品工作计划方案四**

个人工作总结

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有\*\*\*\*\*\*\*销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏\*\*\*\*\*\*\*行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教\*\*\*\*\*经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对\*\*\*\*\*\*\*市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于\*\*\*\*\*\*\*市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司xx年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在河南市场上，\*\*\*\*\*\*\*产品品牌众多，\*\*\*\*\*\*天星由于比较早的进入河南市场，\*\*\*\*\*\*\*产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1） 销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有\*\*\*\*\*\*\*个，加上没有记录的概括为\*\*\*\*\*\*\*个，八个月\*\*\*\*\*\*\*天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量\*\*\*\*\*\*\*个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2） 沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

3） 工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4） 新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

现在河南\*\*\*\*\*\*\*市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为\*\*\*\*\*\*\*市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常ji烈的市场。签于我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在郑州开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场放在地区市上，那里的市场竞争相对的来说要比郑州小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原来更好。

市场是良好的，形势是严峻的。在河南\*\*\*\*\*\*\*市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，永远没有机会在做这个市场。

四．xx年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1） 建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。

2） 完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出差，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3） 培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4） 在地区市建立销售，服务网点。（建议试行）

根据今年在出差过程中遇到的一系列的问题，约好的客户突然改变行程，毁约，车辆不在家的情况，使计划好的行程被打乱，不能顺利完成出差的目的。造成时间，资金上的浪费。

5）销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周 ，每日；以每月，每周 ，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

此致

敬礼

**化妆品工作计划方案五**

我从事化妆品销售工作多年，一直在工作中观看化妆品的销售走势。随人们生活水平的提高，物质条件高了，对生活质量的要求也就加高，为此，我做出了xx年化妆品销售工作计划，这仅代表我个人就现在化妆品销售模式的一些先进看法。

首先在做xx年工作计划前，我先做一些统计。目前，在我国近4000家化妆品企业中，走主流卖场销售路线、俗称“做终端”或“日化线”的厂商只占企业总数的15％左右，更多的企业采用流通（包括深度分销）、专柜（包括店中店）、品牌专卖店、专业（美容院）线、专供大型百货或零售集团的oem贴牌等通路和方式进行运作。除了百货店、超市和专营店业态以外，许多化妆品销售的新型业态也都复兴、壮大、繁荣，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物（也叫做家庭购物）有别于传统的电视直销，它是一种新兴的商品销售方式，是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程，主要可将其分为四大环节，即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目，以消费者的需求为出发，寓购于教，播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道，是产品销售的一个平台，是一个无店铺的“空中超市”。 所卖商品也是日常生活中的必需品，如数码产品、化妆品、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证，因此，电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱，两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

购物频道自诞生起，就将化妆品等产品作为主要商品来推广，现代电视购物已经成为了化妆品销售的新途径。

在家购物，渐成时尚随着经济高速发展，现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到，家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

世界一流的市场研究公司xx公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示，在电视家庭购物的所有品牌中，xx消费者对东方xx家庭电视购物的品牌认知度是最高的，特别是25～34岁的年轻女性消费者。在电视购物频道开播较早的xx地区，消费者可能不会花xx元在超市购买便宜的洗发水，他们宁愿花xx元通过电视来购物。尽管产品的价格要高出几倍，但产品的质量安全打消了客户的疑虑，在质量可靠、市场制度完善的前提下，xx消费者更喜欢电视购物。

而在电视购物较为成熟的xx，消费者通过购物频道来购买化妆品已成为消费习惯和时尚。

据悉，xx中年演员运行的黄土化妆品企业真土园所推出的黄土美容香皂在xx购物电视中，不到2个小时就赚了x亿。

x月x日xx电视购物中真土园推出的化妆品产品赚了x亿，之后x日，在xx购物电视中，通过2个小时的专题节目，一下子卖了x万xx份，收益达到了x亿。这样在两周的节目当中一共赚了x亿韩元。

x日播出的购物节目中，一开始就有许多观众要预定黄土化妆品，电话被打爆了，之后打电话的顾客越来越多，以至于在中途只好中断定单。

由于便利性和质量有保障，在家购物会越来越成为未来消费者选择的消费方式，电视购物也将会成为化妆品销售的新通路。

电视购物节目主要是以家庭主妇为对象播放的。通过电视销售形式推销的商品五花八门。从内衣到皮鞋、从玩具到家具、从美容品到数码家电，各类商品应有尽有。它本着“不求卖得多，东西一定好”的原则，消费目标群体锁定25-45岁的白领女性，这就为化妆品的销售提供了一个好的平台。

有业内人士预测，在未来的几年中，国内电视购物中的商品将达到3000种。除了化妆品和家庭生活用品外，从房子、汽车，到旅游券，都有可能在电视上出现。通常电视购物节目中所提供的商品都比市场销售的要便宜，因为它无需专门的店铺和固定的销售人员，较少的成本自然能能够提供较为低廉的价格。

由于化妆品适合通过电视购物来销售，目前国内开播的电视购物频道都开设了美容化妆品栏目，化妆品的品种数量也都维持在几十个至上百个不等，价格通常比传统渠道要便宜，销售情况通过电视购物直播也较为理想。在通过电视购物购买的商品中，比例最大的是化妆品，占30％，其次是日用品、健身器材、电子产品、食品、首饰类。

电视购物，其实就是个大卖场，电视可以称得上是个货架，电视购物通过电视发布商品信息，利用电话联系送货上门，免费电话是沟通购买者和商家的桥梁，具有独特的营销风格。每次播出主持人都会邀请产品的厂家代表一同做节目，每种商品都从各个角度向消费者做详细介绍，其中还穿插现场模特的即兴表演，整个节目让人眼睛一亮。如果观众因故没有收看到，还可在网站上搜索节目，进行在线收看，而且还有免费电话接受产品咨询。在传统的化妆品终端柜台，促销员不可能对每位顾客都花半个小时的时间演示解说，而电视购物节目却可以做到。如今，品种少、价格高的“电视直销”已经成为历史，家庭电视购物开始引导的是价廉物美、品种齐全、操作便捷的购物新概念。

现在因种种原因外出购物有困难的消费者常通过电视购物来解决自己的购物需要。电视购物迎合了现代人快节奏的生活方式，社会上有一类消费层次的公众，他们在选购商品时，不太愿意花费大量的时间和精力逛商场，因此“电视推介，电话订货，店员送货”是这种运作模式得到了这部分人的欢迎。消费者只要一个电话，就有人将你所订购的产品送货上门，大大提高了工作效率。由于电视购物缩短了生产和销售的中间环节，产品成本更低，利润空间更大，这种模式也很受商家的喜欢。

年轻的白领消费者对于电视销售这种形式大体上持认同态度，认为它节约时间，价格也可以接受，特别是通过电视上的讲解、演示将商品的功能、特征解释得清清楚楚，使消费者愿意通过电视销售去购买一些“去商店可能只是看看就放过去的商品”。

从一开始简单的电视直销，到现在提出的家庭购物的理念，电视购物节目已摒弃了最初说教式的模式，而采取了一些生活化的场景，增添了互动式的参与环节，让电视购物也带上了娱乐性的味道。

由于电视购物独有的媒体宣传和直观可信特性，很多产品正日益把电视购物作为其新的销售发布平台，电视购物不仅可以销售产品，同时还通过电视平台给商家做广告和宣传。虽然购物频道能够发挥广告效能，但电视购物频道的核心特质却不是在于其媒体特性，而是作为渠道商的存在。在美国、日本、韩国等国家，电视购物都是消费者购买商品的重要渠道。专家认为，随着现代人生活节奏的加快，电视购物将掀起继百货店、大卖场之后的第三次购物浪潮。越来越多的化妆品厂商已开始把电视购物渠道作为渠道组合拳中的一种来操作，可以说现代电视购物是化妆品销售的一个新途径。

**化妆品工作计划方案六**

为严格实施20xx年xx县保健食品化妆品市场准入，切实加强日常监管，深入开展专项整治，积极探索长效监管，不断提升保障水平，确保产品质量安全，特制定20xx年保健品食品化妆品监督管理工作计划:

力争在四月底前摸清保健食品、化妆品企业生产经营情况及行业发展现状，着手建立辖区内的保健食品、化妆品生产经营企业监管工作档案，适时上报各级部门。

为做好保健食品化妆品生产经营日常监督管理工作，规范保健食品化妆品生产经营行为，加大对保健食品中可能被违法添加药物的检查力度，整治制售假劣保健食品、夸大宣传保健食品功能、普通食品声称具有特定保健功能及制售假劣化妆品等行为，五至十月份积极保健食品化妆品专项整治，重点开展监督检查

待《保健食品监督管理条例》出台后，将及时组织行政执法人员进行学习、宣传和培训，做好《条例》宣传工作。

积极派人参加省、州组织的监管人员业务知识与执法技能强化培训，为依法、科学、规范、有效履行监管职责，为监管事业可持续发展提供坚强的\'队伍保障。同时加强各保健食品化妆品经营单位从业人员保健食品化妆品卫生知识及法律法规培训，提高食品化妆品安全意识。

充分发挥当地主流媒体的宣传作用，主动宣传监管工作措施和成效。在“3.15”、食品安全宣传月等加强保健食品、化妆品卫生知识、法律法规宣传，进一步提高企业的保健食品及化妆品安全责任意识。

1、努力使散客的入住率上一个台阶

20xx年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、加强与各大旅行社间联系

20xx年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20xx年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、加强部门间的沟通协作

建立良好的沟通机制是有效实施营销方案和完美服务顾客的保障。因此营销部会一如既往地积极主动地与各部门进行沟通协作，相互配合。以一个整体面对顾客，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益

5、具体的目标明确

a、会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c、由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的 一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

**化妆品工作计划方案七**

1、认真贯彻公司领导指示。做好上下联络沟通工作，及时向领导反映情况、反馈信息。搞好各部门间相互配合、综合协调工作，对各项工作和计划仔细督办和检查。

2、认真做好公司日常行政事务管理，协助总经理处理日常工作。

3、组织安排公司办公会议，或会同有关部门筹备公司其他会议及有关重要活动，做好会议记录和整理会议纪要，根据需要按会议决定发文。

4、做好公司来往信函的收发、登记、传阅、批示，做好公文的拟订、审核、传递、催办和检查。丰富员工文化生活，组织安排各种文体活动和旅游活动等（如书法比赛、歌咏比赛、秋季运动会等）。

5、现场管理：区域划分，对停车区域等用黄色油漆标明记号，货车不得乱停乱放！保持走廊干净整洁，走廊通道内不得堆放物品，如须堆放，需请示上级领导。定期对消防栓、灭火器、照明设备进行检查（如：消防管道水流是否畅通，灭火器压力、及使用期等）。每周协助领导对生产车间进行检查，如：重点作业区域必须关闭大门，杜绝与工作无关人员进入。及时公布检查结果，并督促相关部门拿出合理整改方案，保持厂区干净整洁，为公司安全文明生产创造良好的环境。

6、做好后勤保障工作。如宿舍管理、卫生保洁等，为员工排忧解难，接受员工监督，做到奖罚分明，不断提高行政办事效率。

1、人员招聘

对外：拓宽招聘渠道，和各省市劳动人才市场取得联系，建立良好的合作关系，加强内地劳动力输送。

对内：在公司厂门挂牌招聘，在人才市场现场招聘，网站招聘等。根据各部门人员的实际需要，有针对性、合理地招聘员工，以配备各岗位。

2、企业文化建设

对公司现有两块宣传栏进行定位。一块以宣传公司大政方针为主（包括生产、品质、销售、行业动态等），让员工了解公司的发展。另一块作为公司企业文化宣传阵地。稿件题材不限（可以是诗歌、散文、生活感悟等），对所采用的稿件给予一定奖励。激发公司全员的积极性，培养员工主人翁精神，创造良好的文化氛围，上下形成合力，增强企业凝聚力。（每月更换一次）

3、培训

对新进厂员工进行培训，主要包括公司制度、安全、军训等，完善公司内部培训管理工作。

4、人员管理

健全完善人事管理制度，规范劳动合同，及时理解员工的需求，及时收集资料，集思广益，为员工办实事，全心全意为公司发展服务。做好人员流动率的控制与劳资关系、纠纷的预见与处理。既保障员工合法权益又维护公司的形象和根本利益。建立内部纵向、横向沟通机制，调动公司所有员工的主观能动性，建立和谐、融洽的企业内部关系。

5、绩效考核

在现有绩效考核制度基础上，参考先进企业的绩效考评办法，实现绩效评价体系的完善与正常运行，从而提高绩效考核的权威性、有效性。

**化妆品工作计划方案八**

时光转瞬即逝，不知不觉地来到了20xx年。但是我依然清晰的记得，当初xx公司产品刚刚打入市场，要让xx扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，需要付出比以往更多的劳动。xx的发展前景，使我对未来有了更大的目标。今年要做好销售工作，我体会深刻有三点:

比如说，工作中会碰到顾我们很客流量少或者一连向几个顾客介绍公司产品均没有成功，容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到顾客也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。

例如，学生类顾客比较喜欢潮流的广告性强的名牌公司产品。所以让其很快接受我们所推荐的公司产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下公司产品，然后可对她讲学生为什么容易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐公司产品，如此成功率较高。

现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。所以介绍公司产品时一味说公司产品如何好，容易让顾客觉得我们就想着单单推销公司产品出去，使自己不能很快被顾客信任。事实上，顾客只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的公司产品。如果简单扼要针对性介绍完公司产品，在顾客考虑时可将公司产品话题引入人的话题，比如赞美顾客两句或问问顾客平时是怎样护理的。

20xx年让我有点隐隐期待，我热爱这份工作，希望自已今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐!

**化妆品工作计划方案九**

(一) 进行相关教学以及化妆品流行服饰介绍让学员对自己的风格有一定的认知

课程实践：以ppt形式对学员进行教学

1. 名称由来以对彩妆理解由来

2. 化妆和搭配的技巧

3. 化妆和搭配与色彩季节的联系

4. 专业词汇

（二）基本功教学

1.彩妆

2.裸妆

3.烟熏妆

4.舞台妆

5.服装色彩搭配

6.流行色及流行服饰的教学

7.饰品的搭配

8各种发型的

(三)上课流程

1.集合队伍，锻炼团队意识（2分钟）

2.课前动员（2分钟）

3.点名签到（3分钟）

4.准备化妆品（3分钟）

5.笔法练习（10分钟）

6.教练组同学基本动作演示（3-5分钟）

7.学员组基本动作练习，学以致用（20-25分钟）

8.教练组对基本动作练习结果检查，错误之处予以指正（5分钟）

9.本节课总结【集合队伍总结，并提前通知学员下堂课计划】（3分钟）

10.解散

11.下堂课上课的前5分钟复习旧动作，并根据学员熟练情况分组练习【一部分学习新动作】【一部分再练一遍旧动作--控制在5分钟左右】

12.另：如队员有不满意之处或建议，课下一起协商解决，保障社员基本权益

（四）训练目标

每学期完成3套化妆技巧

（五）活动：

1.在本学期利用课余时间组织两次队友聚会， 以

便让大家在愉快轻松的环境下跟队友相处，了解熟悉队

友的日常生活习惯，认识生活上的队友，以便在训练中更 好的合作对练。（备注：聚会时间视平时具体情况决定）

2.本学期期末进行本学期年终总结，总结各方工作，失误之处大家一起寻求行之有效的解决方案。

3.期末进行学习成果测试，根据学员表现，优秀者给与奖励【担任助理教练】或【发小奖品】（活动费用由社团经费出）

（六）总目标

使学生们有更高层次美的感悟

（七）表演汇报学习成果

挑选优秀学员为学校各种活动提供礼仪人员

考试晋级：

根据学员学习成果进行晋级考试，通过者发精美礼品

12级人资1班

邢雪

**化妆品工作计划方案篇十**

本班学生活泼好动，天真可爱。但由于学生学习基础参差不齐，一部分学生因为年龄小加之家长管得比较少，学习自觉性较差，纪律性不强，很多学习习惯还未养成。

1.学生的年龄小，接受能力差，认知水平低。

2.多数学困生没有一个好的学习习惯。

首先，学生的学习态度不够明确，没有认识到学习的重要性，对学习没有兴趣，表现为上课不认真听讲，爱搞小动作，学习的意志力较差。

其次，学生不会学习。表现在上课听不懂老师的语言，不懂得向老师提问，根本完不成听课任务，久而久之，学习总是落后，成为学困生。

3.家庭原因

大多数学困生的家庭都存在一些问题，没有一个好的学习环境，有的学生父母文化浅，不能有效辅导学生学习，又对学生疏于管理。有的学生是单亲家庭，父亲或母亲根本没有时间管理孩子，这些学生回家以后不能约束自己也不知怎样去学习，甚至不完成家庭作业。这也是学困生产生的主要原因之一，也是我认为比较重要的一点。

1、上课认真听讲，认真及时完成作业，能圆满完成学习任务，养成良好的学习习惯。

2、养成良好的思想素质，尊敬老师，团结同学，乐于助人，积极维护集体荣誉。

3、注重发展特长，积极参加学校、班级组织的各项活动。

1、鼓励为主，发现亮点。善于捕捉闪光点，对他们的一点进步，一次好事，都进行激励，使之发现自己的长处，扬长避短，树立正确的思想观念。一年级小学生刚入学，有的学生上课做小动作，常因受到老师的批评，家长的训斥，觉得很丢人。这样积极向上的心理失去了，消极地对待学习，信心不足，自甘落后，形成学困生。其实每个学生都有其长，亦有其短，学困生也不例外。因此，教师要善于发扬其闪光点，引发求知欲，促其上进。

2、实行“优生带差生”活动，利用2人小组的优势，让好学生管好学困生，促进学困生的转化。

3、建立感情基础，亲近孩子。拉近师生之间的距离，融洽师生的感情。

4、采用个别辅导与小组辅导相结合的方法进行后进生的辅导。

5、学校教育与家庭教育联系起来，充分利用家庭教育的力量，家校结合。

**化妆品工作计划方案篇十一**

在选定香水吧行业之前，先衡量自己的创业资金有多少。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选择开香水吧店的优势是香水吧（散装香水）行业已经成熟，利润相对来说要高于其它行业好几倍，需要的成本较低，容易进入也容易启动。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。

香水吧店面建议选在：

1.百货商场专柜、大型超市卖场。

2.化妆品专卖店、护肤美容院。

3.香水专卖店、汽车装潢店。

4.家居用品店、内衣店、相关女性服装和饰品店。

5.酒吧、茶室等娱乐休闲场所。

6.其它时尚用品销售场所。

7.各种地处闹市、人流量旺的销售场地。

建议店面的租金也不高于6000元/月，面积在5-15平米之间，找好店面之后，接下来就是要与房东签约。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。

即使将来经营出了问题我也可以转租出去（这里的房租一直在涨）。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱没多少起步金呢。建议选店面选在客流量大的成熟商圈，咨询客服。

建议直接申请香水吧厂家帮你出装修效果图，把你店面的实际情况讲清楚（包括店面的位置、周围的商圈、客流量、客户经过的方向、店内的平面图等）厂家为你量身定做的装修效果图，你可根据自己的装修成本做简单的修改，大体风格不变就好，这样，厂家也可根据这些信息，帮你搭配适合的商品。

万事具备只欠东风，下面进入正题，我该讲讲怎么买生财的工具：香水，怎么进货选货

前面已经把店面的情况跟厂家说明白了，香水吧厂家会结合你的店面情况帮你设计适合你的产品搭配，最主要是香品要全，不要单一做香水（有点单调），找香品全些的香水吧厂家，多元化经营，给顾客一个多呆一分钟的理由，也给自己一个多赚一点钱的机会。

进货尽量安排在每个星期六到货，这样每个周末店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上！让顾客感觉每周到你店里来，都有新品到货，不管需不需要，都给顾客一个下次再来的理由，同样，给自己一个再多赚一点钱的机会。

像“情人节”“妇女节”“五一”：七夕““国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

进货渠道：

xx香水吧厂家是首选厂家，独家生产纯植物精油微胶囊香水，不含甲醇，不含酒精，不刺激皮肤，任何肤质的人都可使用，更重要的是她的香味清淡，留香3-7天，真正有效地帮你锁定回头客。

xx集团是目前国内市场上香品最全的公司，在业内6项新高。

一个10平米左右的店面，建议雇佣1-2个导购，有化妆品、服装、美容院等零售业工作经验者优先，刚开始创业时建议先雇一个导购负责接待顾客，店主也要一直在店里接待顾客、收银（自己创业累点是应该的，何况创业初期咱的资金不是很多）。导购的工资（包括自己也要算的哦），1000元/月+提成1%（月营业额的1%），提高工作积极性。

1.房租：500-5000元/月。

2.装修费1000-3000。

3.第一次香水货款10000元。

4.其他费用1000元。

5.员工工资可以在第一月底结，不用算在初期投资内。

6.余下3000做流动资金使用。

1.开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

推荐使用xx集团独家生产的计数型手机加香机做促销，只需要一毛钱成本就可为顾客的手机清洗、消毒、加香一次，新颖的促销模式，厂家有承诺如因机器问题损坏手机，由公司双倍赔偿，让你没有后顾之忧放心经营，到晚上，只要按一下机器上的按扭，就可计算出一天下来处理了多少部手机，从而也计算出多少有效客流。

2.香水吧的陈列

开香水吧关键香型品种要多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售！产品陈列上要突出自己香水的特点，把清淡的、微浓的分开陈列，包括哪个香型适合用与哪种场合要写清楚。

除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便！所有香型都用闻香杯、闻香棒展示出来方便客人试香，挑出几款特别漂亮的小香水瓶来吸引顾客的眼球。很多时候顾客是因为看着小香水瓶漂亮才来选香水的！小香水瓶的款式要经常更换，这不能偷懒！

3.长期发展营销策略

（1）原则：每周都要有新款香水瓶上架。

（2）方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

（3）服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买香水或是买多少钱的香水都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4.香水吧经营方法

（1）初次来店的惊喜

免费赠送小饰物，小挂件，免费做手机加香等，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）。

（2）增加其下次来店的可能性

传达每周都有新货上架的信息。

利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者过节免费送给会员小礼品（要定量）或送生日礼物等。

（3）满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

综上所述我用x万元开一个xx香水吧店，与厂家紧密配合，你想不赚钱都难！

**化妆品工作计划方案篇十二**

第一部分 执行概要

1.企业基本情况

本公司是一家正在创建的专门从事彩妆形象工作室。与目前市场有着形形色色的工作室都是由个人创立的，大部分接的工作都市是由老师与学生完成，固然之出来的作品质量参疵不齐，我们将市场定位于服务品牌大片拍摄、t台走秀、广告大片拍摄，企业彩妆、礼仪培训等高端新娘定制。即将毕业的大学生和白领人士，以帮助他们实现职业形象的塑造，及技术培训！。

为此，我们拟将公司设在高校和商业住宅密集的文一路上，这里的年轻人更能接受现代个性化的服务，并能保证他们方便地到本公司来了解、上课。

我们有着一群优秀的彩妆造型师，能根据顾客的气质风格、性格、喜好、经济承受力，为顾客提供一套设计方案，并根据顾客要求建立长期服务关系。我们更有一群富有热情并致力于经营这家公司的管理人员。

2.投资安排

公司的创建需租用写字楼平方米，位于 ，月租金为元，连同装修、设备费用共需投资 万。

我们预计公司第一年的收入可达万，投资回收期约为 年。

第二部分.市场分析

3.竞争调查：

据我们的调查，在广州各大工作室收费情况：，

4.市场预测（市场规模、市场前景及增长趋势分析）

服务的购买力预测：在这项新型服务投入市场之初，消费者尚不熟悉，而我们是根据顾客的经济实力来制定设计方案的，因此，开始的客户群体是较弱的，或者说他们可能不会选择全套的设计方案，而只选择其中的几个部分。但经过一段时间的推广，消费者逐渐熟悉了该项服务便会认识到只有全套的设计才是最有效的时候，顾客的购买力就会增长。

服务内容的预测：随彩妆服务的深入人心，本公司将根据顾客要求适当拓宽业务，开展各项培训活动。如彩妆培训、提礼仪培训等等。

市场占有率预测：现阶段开办的彩妆公司可以说抓住了时尚领域的先机，可以肯定的是，一定会有更多的公司想进入分一杯羹，本公司的优势是以优良的服务从客户第一次合作可提供长达3-5年甚至更长的服务。关键是让所有的品牌公司、网络品牌商家了解我们公司、信任我们公司，我资源预测：品牌商家、造型师是本公司的发展源泉，随着客户的增多，我们必将聘请更多的造型师

5.营销计划：

营销战略：我们针对服装品牌商有限的经济实力，提出“初次合作、作品共同宣传的）的口号，从而使他们在心理上消除价格顾虑。我们将采取“定制营销”，把

每一位客户都作为一个单独的市场，根据个人的特定需求来进行营销组合，以满足每位客户的特定需求。

定价策略：我们没有统一的价格，但有明确的价格套餐。即包含不同内容的服务的价格是不同的。对于求学者来讲往往只需要技术方面的培训，而对于有化妆的需求者来讲以单次收费即可，而品牌的客户即需要全套的设计方案，因此，定价是有差别的。我们的服务是划期签订合同，客户按总金额的50%交我方对客户服务所需要的费用。待到服务期过后客户按照双方的合同约定支付另一半的金额！。

推销手段：鉴于该项服务的特殊性，我们的营销人员要一改普通营销人员的形象，而要有一定的气质风度来代表我们公司的形象。我们要派推销员深入高校和企业，与消费群体面对面地进行推销，定期举办讲座和推广会；免费为部分消费者做妆型设计，免费赠送印有本公司电话、地址的小礼品；联系各大型的活动晚会做赞助商以打响品牌；与企业建立良好的公共关系。

建立长期的服务关系：对本公司来说，稳定和提高市场占有率的一大要素就是与客户建立长期的关系。通过编制客户档案，建立客户信息网，进行客户评估分析，关注客户需求，尤其是怨言，以提高客户满意度和忠诚度。更重要的是要是客户在本公司能感到愉快、尊严。彩妆设计往往会涉及到客户的容貌、品牌的形象体形等敏感方面，必须在保证客户自尊心不受到伤害的前提下为客户服务。

与各大美容院、高校、摄影公司、广告公司建立合作伙伴关系：为使客户感到方便，我们会根据客户要求采购不同的化妆品品牌，或指导美容美发，这就需要与相应的机构合作，达到双赢，并有利于将竞争者转化为合作者。

第三部分 经营管理

下图为本公司的组织结构图：

股东结构：

目前公司主要股东情况：

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系方式

总经理：

姓名\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_投资\_\_\_\_\_职称\_\_\_\_\_\_\_\_毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_

造型师：

姓名\_\_\_\_\_性别 年龄 籍贯 所学专业\_\_\_\_职称\_ 毕业院校\_\_ \_\_户口所在地\_\_ \_\_联系电话\_\_

其他对公司发展负有重要责任的人员

姓名\_xxx\_性别\_\_年龄\_\_\_籍贯\_\_所学专业\_毕业院校\_ \_\_户口所在地\_ \_\_\_联系电话\_\_

公司董事和主要管理人员之间无亲属关系，公司不存在关联经营和家族管理问题；公司董事、管理者与关键雇员之间不存在或潜在的利益冲突。

本公司共有全职职工 人，兼职职工 人。全职人员包括。总经理xxx兼管人力资源，同时还担负训练和指导公司的销售人员的责任。xxx将出任项目设计方面的并造型师总监。xxx将对本行业的发展情况以及顾客的需求进行持续的分析，制定出符合市场需求的活动项目，并负责公司的广告和宣传业务。推销的工作将由一位正式雇员处理，。一名雇员协助处理电话，回答顾客各种问题、及各微信、微博、网站平台更新工作。

几位技术人员已签署的一项合同约定：他们从加入公司之日起将至少为本公司服务五年；如果任何一位将来离开本企业，那么从离开之日起五年这内将不能从事与公司竞争性的业务。事实上，这几位原始创始人对创办本公司投入了大量的人力和资金他们将会致力于办成一个成彩妆公司。

报酬 ：

激励方案:

本行业的培养高素质的雇员是保持老顾客的途径之一。对于正式和临时的推销员的培训将是一个持续不断的工作。管理人员打算对雇员提供广泛的项目训练和定向训练，我们的雇员将接受包括：产品知识、经营时间、交谈技巧、了解客户合同以及公司的规章制度的培训。

我们的培训计划比竞争者更为系统和正规。求学者优秀的人员可送到著名学府进修；建立升级淘汰制，使每位员工都能看到升迁的机会，有机会成为出色的造型师。

第四部分 企业操作计划

选择地点：xxxxxxx

营业时间

服务介绍：

秉承“紧跟时代，适合客户的方案、打造美丽时尚”的艺术理念，遵循以“客户为本”的原则，周全、细致地了解每位顾客的自身需求、感受和生活方式，从服饰、化妆、发型、肢体语言、礼仪等方面及品牌商家的一些列需求制定出个性化的服务方案和实施计划。

销售人员谈合作—造型师设计方案—化妆师落实工作—服务反馈

具体内容：

第一、面部化妆造型.

面部化妆可以分为 脸型美饰化妆法

脸型矫正化妆法，

皮肤美饰化妆法、

皮肤矫正化妆法

眉、眼、鼻、唇等部位美饰化妆法、

眉、眼、鼻、唇等部位矫正化妆法。

第二、发型设计与修饰。

发型设计可以分为 发型设计，

特殊发质的修饰技巧。

第三、服装、搭配

服饰设计可以分为 着装设计，

服装搭配，饰物佩戴。

发展计划：

采用会员制

开业之初，为了高效率地向我们的目标市场传递信息，我们将同几个深受学生欢迎的广播电台签定广告合同，广播的广告费用估计是每半分钟500元（黄金时间）。我们还将联系各高校的协会组织，把我们的广告夹在他们的宣传信件中发出。使之了解会员的优惠之处。

为了吸收会员和增加收入，将在开放前进行吸收会员的促销活动。我们一次性入会费是每人600元，月费是60元，每人我们的会员在交付入会费和月会费之后，可免贯参加任何由本公司支持赞助的培训活动。在吸收了第一批会员之后，我们将在地方报纸上登广告；直接邮寄也是我们的长期策略之一；我们还将利用打电话的方式与个人联系。

业务的季节性和应变计划

由于本公司面向就业的大学生，一定程度上存在季节性问题。夏秋季的客户相对会多一些，而冬春季则相对较少。为了使季节性问题减少到最低限度，对于季节性的现金流入下降，我们将采用收取月计会员和与各种训练班签定短期合同来解决，这个收入约占年收入的7.2%。在冬季，公司将举办讲演及讲座以提高会员的技术水平，因此而来的收入将帮助调节市场需求，增加利润率。

第五部分 财务状况

会员预测

本公司的各项计算采取了比较保守的前提。根据我们所作的市场调查，估计预售会员可达人。在考虑了约30%的会员退会率的情况下，五年内仍会有平均20%左右的年增长率。因此我们预计公司的会员情况如下：

上一年 会员数 会员净增加 总会员数

第一年 50\* 10 60

第二年 60 20 80

第三年 80 30 110

第四年 110 30 140

第五年 140 30 170

\_\_\_本公司在发展过程中可能遇到的风险（包括政策风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、财务风险、对公司关键人员依赖的风险等。）

公司架构

员工制度

员工职责

服务价格定制

**化妆品工作计划方案篇十三**

我从事化妆品销售工作多年，一直在工作中观看化妆品的销售走势。随人们生活水平的提高，物质条件高了，对生活质量的要求也就加高，为此，我做出了xxxx年化妆品销售工作计划，这仅代表我个人就现在化妆品销售模式的一些先进看法。

首先在做xxxx年工作计划前，我先做一些统计。目前，在我国近4000家化妆品企业中，走主流卖场销售路线、俗称“做终端”或“日化线”的厂商只占企业总数的15%左右，更多的企业采用流通(包括深度分销)、专柜(包括店中店)、品牌专卖店、专业(美容院)线、专供大型百货或零售集团的oem贴牌等通路和方式进行运作。除了百货店、超市和专营店业态以外，许多化妆品销售的新型业态也都复兴、壮大、繁荣，目前厂家直销、网上购物、电视购物、邮购、自动售货亭、药妆店等多种形式如雨后春笋般涌现和成长。虽然，企业选择销售通路有其历史的原因，但在通路危机日益深重的今天，未雨绸缪已经不再是智者的从容，而是企业必须面对的课题，通路维新迫在眉睫。

电视购物一般是指消费者通过电视以及互联网、商品目录等相关媒体了解商品信息，使用电话、网络订货，由专业物流公司配送商品的无店铺商品销售模式。由于没有中间商，

电视购物能为消费者提供价格更为实惠的商品。

以开播电视购物频道为主的现代电视购物(也叫做家庭购物)有别于传统的电视直销，它是一种新兴的商品销售方式，是一种全新的零售销售渠道和平台。按照电视购物的过程，主要可将其分为四大环节，即选择产品、节目制作、呼叫中心、物流配送。现代电视购物以“教买不叫卖”的方式做节目，以消费者的需求为出发，寓购于教，播出方式采用现场直播和录播的两种方式。

以电视台作为运营主体的购物频道，是产品销售的一个平台，是一个无店铺的“空中超市”。 所卖商品也是日常生活中的必需品，如数码产品、化妆品、家居用品等等。由于商品品种多、大众化贴近生活、厂家直销价格优惠、信誉好品质有保证，因此，电视购物频道一开播就受到了广大消费者的喜爱，两年来电视购物频道的发展也取得了可喜的成绩。

购物频道自诞生起，就将化妆品等产品作为主要商品来推广，现代电视购物已经成为了化妆品销售的新途径。

在家购物，渐成时尚随着经济高速发展，现代家庭生活也在发生着变化。琐碎的生活、繁忙的工作、拥挤的交通经常让购物变得不那么乐趣盎然。但是也许大家都已经注意到，家庭购物正在悄然改变着这样的无奈。

世界一流的市场研究公司tns公司开展的一项针对电视家庭购物的消费者调研显示，在电视家庭购物的所有品牌中，上海消费者对东方cj家庭电视购物的品牌认知度是最高的，特别是25～34岁的年轻女性消费者。在电视购物频道开播较早的台湾地区，消费者可能不会花三、四十元台币在超市购买便宜的洗发水，他们宁愿花200元台币通过电视来购物。尽管产品的价格要高出几倍，但产品的质量安全打消了客户的疑虑，在质量可靠、市场制度完善的前提下，台湾消费者更喜欢电视购物。

而在电视购物较为成熟的韩国，消费者通过购物频道来购买化妆品已成为消费习惯和时尚。

据悉，韩国中年演员金英爱运行的黄土化妆品企业真土园所推出的黄土美容香皂在tv购物电视中，不到2个小时就赚了17亿韩元。

6月22日韩国cj电视购物中真土园推出的化妆品产品赚了9亿韩元，之后29日，在gstv购物电视中，通过2个小时的专题节目，一下子卖了2万6500份，收益达到了17亿韩元。这样在两周的节目当中一共赚了26亿韩元。

29日播出的购物节目中，一开始就有许多观众要预定黄土化妆品，电话被打爆了，之后打电话的顾客越来越多，以至于在中途只好中断定单。

由于便利性和质量有保障，在家购物会越来越成为未来消费者选择的消费方式，电视购物也将会成为化妆品销售的新通路。

电视购物节目主要是以家庭主妇为对象播放的。通过电视销售形式推销的商品五花八门。从内衣到皮鞋、从玩具到家具、从美容品到数码家电，各类商品应有尽有。它本着“不求卖得多，东西一定好”的原则，消费目标群体锁定25-45岁的白领女性，这就为化妆品的销售提供了一个好的平台。

有业内人士预测，在未来的几年中，国内电视购物中的商品将达到3000种。除了化妆品和家庭生活用品外，从房子、汽车，到旅游券，都有可能在电视上出现。通常电视购物节目中所提供的商品都比市场销售的要便宜，因为它无需专门的店铺和固定的销售人员，较少的成本自然能能够提供较为低廉的价格。

由于化妆品适合通过电视购物来销售，目前国内开播的电视购物频道都开设了美容化妆品栏目，化妆品的品种数量也都维持在几十个至上百个不等，价格通常比传统渠道要便宜，销售情况通过电视购物直播也较为理想。在通过电视购物购买的商品中，比例最大的是化妆品，占30%，其次是日用品、健身器材、电子产品、食品、首饰类。

电视购物，其实就是个大卖场，电视可以称得上是个货架，电视购物通过电视发布商品信息，利用电话联系送货上门，免费电话是沟通购买者和商家的桥梁，具有独特的营销风格。每次播出主持人都会邀请产品的厂家代表一同做节目，每种商品都从各个角度向消费者做详细介绍，其中还穿插现场模特的即兴表演，整个节目让人眼睛一亮。如果观众因故没有收看到，还可在网站上搜索节目，进行在线收看，而且还有免费电话接受产品咨询。在传统的化妆品终端柜台，促销员不可能对每位顾客都花半个小时的时间演示解说，而电视购物节目却可以做到。如今，品种少、价格高的“电视直销”已经成为历史，家庭电视购物开始引导的是价廉物美、品种齐全、操作便捷的购物新概念。

现在因种种原因外出购物有困难的消费者常通过电视购物来解决自己的购物需要。电视购物迎合了现代人快节奏的生活方式，社会上有一类消费层次的公众，他们在选购商品时，不太愿意花费大量的时间和精力逛商场，因此“电视推介，电话订货，店员送货”是这种运作模式得到了这部分人的欢迎。消费者只要一个电话，就有人将你所订购的产品送货上门，大大提高了工作效率。由于电视购物缩短了生产和销售的中间环节，产品成本更低，利润空间更大，这种模式也很受商家的喜欢。

年轻的白领消费者对于电视销售这种形式大体上持认同态度，认为它节约时间，价格也可以接受，特别是通过电视上的讲解、演示将商品的功能、特征解释得清清楚楚，使消费者愿意通过电视销售去购买一些“去商店可能只是看看就放过去的商品”。

从一开始简单的电视直销，到现在提出的家庭购物的理念，电视购物节目已摒弃了最初说教式的模式，而采取了一些生活化的场景，增添了互动式的参与环节，让电视购物也带上了娱乐性的味道。

由于电视购物独有的媒体宣传和直观可信特性，很多产品正日益把电视购物作为其新的销售发布平台，电视购物不仅可以销售产品，同时还通过电视平台给商家做广告和宣传。虽然购物频道能够发挥广告效能，但电视购物频道的核心特质却不是在于其媒体特性，而是作为渠道商的存在。在美国、日本、韩国等国家，电视购物都是消费者购买商品的重要渠道。专家认为，随着现代人生活节奏的加快，电视购物将掀起继百货店、大卖场之后的第三次购物浪潮。越来越多的化妆品厂商已开始把电视购物渠道作为渠道组合拳中的一种来操作，可以说现代电视购物是化妆品销售的一个新途径。

**化妆品工作计划方案篇十四**

1、认真贯彻公司领导指示。做好上下联络沟通工作，及时向领导反映情况、反馈信息。搞好各部门间相互配合、综合协调工作，对各项工作和计划仔细督办和检查。

2、认真做好公司日常行政事务管理，协助总经理处理日常工作。

3、组织安排公司办公会议，或会同有关部门筹备公司其他会议及有关重要活动，做好会议记录和整理会议纪要，根据需要按会议决定发文。

4、做好公司来往信函的收发、登记、传阅、批示，做好公文的拟订、审核、传递、催办和检查。丰富员工文化生活，组织安排各种文体活动和旅游活动等（如书法比赛、歌咏比赛、秋季运动会等）。

5、现场管理：区域划分，对停车区域等用黄色油漆标明记号，货车不得乱停乱放！保持走廊干净整洁，走廊通道内不得堆放物品，如须堆放，需请示上级领导。定期对消防栓、灭火器、照明设备进行检查（如：消防管道水流是否畅通，灭火器压力、及使用期等）。每周协助领导对生产车间进行检查，如：重点作业区域必须关闭大门，杜绝与工作无关人员进入。及时公布检查结果，并督促相关部门拿出合理整改方案，保持厂区干净整洁，为公司安全文明生产创造良好的环境。

6、做好后勤保障工作。如宿舍管理、卫生保洁等，为员工排忧解难，接受员工监督，做到奖罚分明，不断提高行政办事效率。

1、人员招聘

对外：拓宽招聘渠道，和各省市劳动人才市场取得联系，建立良好的合作关系，加强内地劳动力输送。

对内：在公司厂门挂牌招聘，在人才市场现场招聘，网站招聘等。根据各部门人员的实际需要，有针对性、合理地招聘员工，以配备各岗位。

2、企业文化建设

对公司现有两块宣传栏进行定位。一块以宣传公司大政方针为主（包括生产、品质、销售、行业动态等），让员工了解公司的发展。另一块作为公司企业文化宣传阵地。稿件题材不限（可以是诗歌、散文、生活感悟等），对所采用的稿件给予一定奖励。激发公司全员的积极性，培养员工主人翁精神，创造良好的文化氛围，上下形成合力，增强企业凝聚力。（每月更换一次）

3、培训

对新进厂员工进行培训，主要包括公司制度、安全、军训等，完善公司内部培训管理工作。

4、人员管理

健全完善人事管理制度，规范劳动合同，及时理解员工的需求，及时收集资料，集思广益，为员工办实事，全心全意为公司发展服务。做好人员流动率的控制与劳资关系、纠纷的预见与处理。既保障员工合法权益又维护公司的形象和根本利益。建立内部纵向、横向沟通机制，调动公司所有员工的主观能动性，建立和谐、融洽的企业内部关系。

5、绩效考核

在现有绩效考核制度基础上，参考先进企业的绩效考评办法，实现绩效评价体系的完善与正常运行，从而提高绩效考核的权威性、有效性。

**化妆品工作计划方案篇十五**

现在化妆品销售已经越来越激烈，各大品牌化妆品争相斗艳，吸收过去的工作经验，为20xx年工作做出新的规划。

现在的竞争，不但是质量的竞争，还有品牌的竞争，受欢迎的品牌受众多，同样也有更多的人愿意购买，如果一个产品质量好，但是却没有多少的名气，也没有多大的品牌效应这对我们来说非常不利也不方便我们销售，所以在今后的工作中我们不但要保证销售而更要在销售过程中打响我们的品牌，把我们的品牌形象树立在大众心中。

首先做好广告宣传，广告能够让我们的品牌知名度上升，让更多的客户了解和指导有这样一款品牌，这也是建立品牌形象的第一步，宣传力度加强宣传效果也要好，当然选择的宣传方式有线下广告和线上广告等，把广告播放到各个地方，让消费这清楚我们的产品。

其次就是要做好产品的售后维护，我们卖的化妆品不是一次性产品而是需要持续消费的产品，就要维护好每一个客户，每一个客户都可以为我们持续输出购买力，当客户认可了一个产品之后就会有更多的人来参与购买，就会有更多的客户参与进来。

及时解决客户的问题，有很多客户在使用产品的时候或者是在使用过程中遇到了什么问题，大多数人都会来寻找解决答案，这时候作为销售都需要及时解答不管是身在什么岗位都有责任给客户解答问题。

过去我们销售的方式有线下门店，和线上商城，这几种渠道，但是随着竞争的激烈等待客户上门销售已经成为了过去，想要改变就必须要重新考虑问题，思考解决之法。主动销售已经成为了现在的主流销售方式，成为了现在必不可少的销售模式之一，在今后我们的侧重点，是一线上商城为主，线下的实体店为辅导，拉动消费，通过微信沟通维护，提高消费水平消费能力让我们的消费有更多的发展空间，有更大的消费环境，开拓更多的消费市场，这是今后的消费方式。

对于工作减少电话销售，围绕主题销售，与美妆博主合作，通过护理共赢的策略提高销售量。

我们销售就需要寻找合适的消费群体，寻找准确的消费受众，对于这些群体，我们从今后开始，会主要从一些微博和网红等了解更多的消费人群从中找到合适的消费者，销售需要的是有这个需求的人群，所以在今后工作时，对于这方面的工作加强，上午两小时，晚上两小时利用各种渠道寻找合适的消费群体，并且取得沟通方式从而出售产品，提高销售效率。

**化妆品工作计划方案篇十六**

转眼间20xx年就已经来到了眼前，作为一名销售，在这全新的一年的工作开始之前，我已经对自己在过去一年的工作进行了总结并分析。现在根据上一年的分析，我认识到自己在工作中还有很多的不足和缺点，所以在这里，我对自己在20xx年做好新的计划，希望自己能在工作中努力提升自己，让20xx年成为自己奋发向上的进步年！

反思过去的工作，自己过去在面对工作的时候，已经出现了非常严重的问题！

过去的工作中，我总是没能站在顾客的角度去思考，没能细心的考虑到顾客的感受。这不仅导致我在工作中的成绩非常惨淡。甚至在老客户的维护中的都出现了部分的问题。尽管在后面我意识到了这点，但是还是需要先从我自己身上彻底的改变！

首先，在今年的工作中，我要努力的提升自己的基础，向着优秀的前辈学习作为一个销售应有服务态度。紧跟公司的销售理念，提升个人的销售素养。

其次，我要增加自己的服务意识，在工作外多读一些心理学的书籍，让自己增加一些对于心理学的只是，在工作中积极的改变自己的态度、方式、方法，更好的理解销售时应该如何用顾客的想法去推销我们的产品。

在工作方面，我也有很多需要弥补的缺点：

首先，作为销售，我要更多的去了解我们的产品，我们销售化妆品，就更需要多了解一些关于我们产品的信息，要做到面面俱到，这样才能让顾客相信我们的专业能力。

其次，对于“化妆”这个行业，我们必须要更加深入的了解，从化妆的技术到化妆品的流行程度，我都应该努力去认识，去提升，这样才能更好的和顾客交流，提升共同话题。

人际的关系对我们销售来说是非常的重要的，过去我只顾着去提升和顾客的关系，却忽略了和周围同事们的交流，这是在是不应该。在这一年的工作中，我要多加强和身边同事的交流，尤其是成绩优秀的同事，我更因该努力的去学习！通过和大家的交流，我相信我能获取到更多市场和销售方面的技巧。

市场在不断的变化，销售的技术也日新月异，作为销售，在这一年的工作中，我要努力的提升自己的能力，让自己成为一名出色的销售人员。

**化妆品工作计划方案篇十七**

转眼间又要进入新的一年xx年了，新的一年对我们来产是一个充满挑战、机遇、希望与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

公司在不断改革，订立了新的规定，作为化妆品的美导，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，针对现有的老客户资源做业务开发，把可能有需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排见面洽谈。

2、在第二季度的时候，通过到专业市场、参加专业展销会、上网、电话、陌生人拜访等多种业务开发方式开发客户，加紧联络老客户感情，组成一个循环有业务作的客户群体。在大力开拓市场的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，带来的无限商机，给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我对高端业务专业知识与综合能力的相对提高

4、第四季度就是年底了，这个时候要全力维护老客户交办的业务情况。首先，要逐步了解老客户中有潜力开发的客户资源。

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。化妆品的美导专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

知己知彼，方能百战不殆，在这方面还希望业务经理给与我支持。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对xx年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望xx年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接xx年新的挑战。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找