

汽车4S店

营销模式 活动策划

QICHE4SDIAN YINGXIAOMOSHI
YU HUODONGCEHUA

一册在手，汽车4S店营销不再愁！

杨婧 ◎ 主编



采用模块化设置，整本书分营销模式和活动策划两个部分；

文中运用了大量的图表，加入了“实战范本”“相关链接”等栏目，对各知识点进行丰富和拓展；

充分考虑到现代人快节奏、高压力的工作方式，去“理论化”而重实际操作性，所有知识点使用精确而简洁的方式进行描述。

★★★★★
行业营销与活动策划
实战系列

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

汽车4S店

营销模式 与 活动策划

QICHE4SDIAN YINGXIAOMOSHI
YU HUODONGCEHUA

杨婧 主编

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车 4S 店营销模式与活动策划 / 杨婧主编. —广州: 广东经济出版社, 2016. 12

ISBN 978 - 7 - 5454 - 4937 - 2

I. ①汽… II. ①杨… III. ①汽车 - 专业商店 - 经营管理 IV. ①F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 261698 号

出 版 人: 姚丹林

责任编辑: 蒋先润

责任技编: 许伟斌

装帧设计: 汪要军

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	湛江日报社印刷厂 (广东省湛江市赤坎康宁路)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	17.5
字数	321 000 字
版次	2016 年 12 月第 1 版
印次	2016 年 12 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 4937 - 2
定价	45.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601980 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

|| 前 言

Preface

目前，我国车市遭受着一场空前的“库存危机”。厂商销量一路飙升与经销商库存高企、利润亏损，引起强烈反差。可以说汽车经销商（主要指汽车4S店）都面临着不同程度的亏损，许多品牌经销商纷纷“倒戈”，集体退网、联合谋求补贴，车企与经销商的矛盾屡屡被激化。

“库存危机”表面是车企面对急速变化的市场环境，没能及时调整政策，导致经销商经营困难，实际上是我们的消费群体、消费需求、消费渠道、消费习惯、消费频率都发生了巨大的变化。面对新的形势，汽车4S店应重视和发展市场研究，提高营销思路的开发、营销战略的研究以及策略的实时调整，以便对企业的发展起到积极的推动作用。

随着新《汽车销售管理办法》（以下简称《办法》）的即将出台，这个被业内人士视为汽车流通领域“基本法”的新《办法》，引发广泛关注。新《办法》注重在供给侧发力，一方面充分尊重市场，通过减少垄断、增加竞争，更好发挥市场在配置资源中的决定性作用；另一方面鼓励企业根据需求新变化，大胆创新，朝着“竞争更充分、渠道更多元、选择更多样、服务更优质”的方向发展。新《办法》的最大亮点就是鼓励汽车销售模式多样化，鼓励发展共享型、节约型汽车销售及服务网络，推动汽车流通模式创新，积极发展电子商务。这意味着汽车4S店模式作为唯一授权销售形式的时代彻底结束，新兴销售渠道和传统销售体系的共生融合成为趋势。

那么作为传统汽车销售的4S店的管理者、策划者就应采取形式多样的营销模式、策划丰富多彩的营销活动来吸引消费者的关注与认可。同时，还需要开展丰富的内部活动来调动员工的积极性，使得他们配合汽车4S店做好销售工作。

随着互联网的发展，汽车4S店传播的渠道和方式更是异彩纷呈。许多汽车4S店的营销方法也是层出不穷，甚至每逢节假日、淡季旺季以及周年庆等各个节点都要组织相应的营销活动。



一次好的市场营销活动可以帮助汽车4S店在短期内提高销售额，提高市场占有率，提升企业知名度和增加品牌美誉度。然而，策划组织一个创意特别、组织严密、客户认可、气氛良好以及业绩显著的营销活动是一件难度极高的事情，许多汽车4S店都为之费尽心机、绞尽脑汁，却未必能够取得理想的结果。

本书便是应许多困惑的汽车4S店营销策划者和管理者的需求编著而成。本书主要包括营销模式与活动策划两个部分，营销模式主要讲述的是传统营销模式和互联网下的电子商务模式，活动策划主要结合地产业的特点，讲述各项营销活动的策划过程、细节、要点，并且提供大量的行之有效的策划案范本供参考。

本书突出的特点是：

◇模块化设置，全书分营销模式和活动策划两个部分。

◇文中运用了大量的图表，加入了“实战范本”“相关链接”等栏目，对各知识点进行丰富和拓展。

◇充分考虑到现代人快节奏、高压力的工作方式，去“理论化”而重实际操作性，所有知识点使用精确而简洁的方式进行描述。

本书在编辑整理的过程中，获得了许多汽车4S店从业人员的帮助和支持，在此对他们付出的努力表示感谢！

目 录

Contents

第一部分 汽车4S店营销模式

第一章 汽车4S店营销概述..... 2

1999年后,汽车4S店在中国各地像雨后春笋般出现。汽车4S店的竞争也越来越激烈,为了能在竞争中谋得生存和发展,汽车4S店的营销策略研究显得尤为重要。4S店除了加强售后服务增加利润之外,形成规模效益和稳定的客户群体也成了目前4S店可持续发展的主要途径。

第一节 汽车4S店营销模式的转变..... 2

一、符合国情的营销模式..... 2

二、以客户需求为核心的营销模式..... 3

三、多样性的营销模式..... 3

相关链接 汽车饥饿营销何时尽..... 4

四、差异化的营销模式..... 5

第二节 汽车4S店的营销策略..... 6

一、做好市场定位..... 6

二、厘清制造商关系..... 7

三、提升服务质量..... 8

四、强化品牌营销..... 8

五、大力培养人才..... 9

六、推行“一站式”服务..... 9

相关链接 加强汽车4S店服务营销的策略..... 10



第二章 汽车4S店微信营销..... 12

以电视、广播和纸媒为途径的传统传播模式,已经遇到了成长的“天花板”,而以微信朋友圈口碑传播为主要表现形式的微信营销,因为拥有了海量用户和实时、充分的互动功能,正成为营销利器。

第一节 微信营销认知 12

- 一、什么是微信营销 12
- 二、微信营销的优势 12
- 三、微信营销的方式 14
- 四、微信公众号 14
 - 相关链接 服务号与订阅号的区别 15

第二节 微信营销要点 17

- 一、微信加粉 17
 - 相关链接 借力车展“获粉” 18
- 二、微信图文推送 19
 - 相关链接 微信推送图文消息不可忽视的细节 20
- 三、倡导全员营销 22
- 四、微信公众号的运营 23
 - 相关链接 4S店微信公众号运营的误区 25
- 五、微信营销技巧 26
 - 相关链接 汽车4S店微信营销策划方案 30

第三章 汽车4S店微博营销..... 33

自微博诞生以来,微博营销一直被各种大小企业所关注重视。在微博上,更多的汽车4S店在这一领域开始了自己的营销之路,而且因为便捷、款式多种多样和性价比高,越来越受到人们的青睐。

第一节 微博营销认知 33

- 一、什么是微博营销 33
 - 相关链接 微博常用名词 33



二、微博营销的特点	35
三、微博营销的价值	36
四、微博营销的模式	37
相关链接 “微博4S店”玩转2.0社会化营销	38
第二节 微博营销要点	40
一、如何获得粉丝	40
相关链接 雪佛兰汽车微博加粉心得	43
二、如何在微博中植入广告	47
三、如何发布微博内容	48
相关链接 @一汽丰田—诚信服务，让服务品牌化	51
第四章 汽车4S店APP营销	54
APP凭借天然的精准性、位置化、长尾性、互动性以及高用户黏性，成了品牌“自营销”的工具，敲开了品牌入驻移动营销的大门。而汽车行业，作为创新营销最为忠实的拥趸和实践者，在探路APP营销的过程中也是创意连连、斩获颇丰，APP成为汽车业营销标配的趋势明显。	
第一节 APP营销认知	54
一、什么是APP营销	54
二、APP营销的好处	54
相关链接 汽车APP开发功能	55
三、APP营销的亮点	56
四、APP营销的推广方式	57
五、APP对汽车营销的影响	58
相关链接 APP颠覆汽车营销	58
第二节 APP营销要点	60
一、灵活趣味促进4S店整车销售	60
二、多种利益手段引爆汽车用户群体消费行动	61
三、优质互动改善用户体验	62



四、个性化的服务内容提升品牌形象	63
相关链接 大众APP——“有”比“好玩”更重要	64

第五章 汽车4S店团购营销

66

谈及汽车团购,所有人似乎都并不陌生。如今经销商面对的整体供求关系紧张、销售任务的压力已然不是什么新鲜事,汽车团购作为一种时下流行的汽车营销方式正如雨后春笋般地出现在市场上。

第一节 团购营销认知

66

一、什么是汽车团购	66
二、团购营销的特点	66
三、汽车团购营销的对象	67
四、团购营销的形式	67
五、汽车团购的流程	68

第二节 团购营销要点

68

一、汽车团购价格吸引力最关键	68
二、汽车团购时间和人数有要求	70
三、并非所有车型都适合团购	70
相关链接 适合团购的车型	70
四、团购虽好,要适可而止	71
五、团购营销的策划	72
【范本1】奇瑞汽车4S店团购会方案	73
【范本2】××汽车4S店团购会策划方案	74
【范本3】精彩5月约“惠”全城——北京现代团购会××站	76

第六章 汽车4S店店面营销

80

汽车4S店店面营销是一种交易营销,主要强调将尽可能多的产品和服务提供给尽可能多的客户。尽管新式营销技巧不断涌现,不过商家仍不可摒弃店面营销,应发挥店面营销的优势来提升汽车4S店的销售业绩。



第一节 店面营销认知	80
一、什么是店面营销	80
二、店面营销的目标	80
三、提升店面知名度	81
第二节 店面营销流程	83
一、销售准备	83
二、客户接待	85
三、需求分析	88
四、产品说明	90
五、试乘试驾	92
六、报价成交	94
七、新车交付	95
八、售后跟踪	99
相关链接 如何提高展厅集客量	100
第七章 汽车4S店大客户营销	103
客户是企业利润的来源,根据2/8原则,大客户则是企业创造利润的关键,大客户的价值无意之中被提升到战略的高度,因此如何真正体现并提高大客户的价值从而为企业创造更大的利润则成为一门值得任何一个企业去深入研究的学问。	
第一节 大客户营销认知	103
一、什么是大客户营销	103
二、大客户的分类	104
相关链接 4S店大客户开发的六大门道	104
三、大客户关系管理	106
第二节 大客户营销要点	108
一、大客户信息的搜集	108
二、大客户市场的开拓	111
三、产品介绍	113



四、协商洽谈	114
五、成交交车	117
六、后期跟踪	117
【范本】××汽车4S店大客户营销方案	117

第八章 汽车4S店广告营销

121

无论是物资匮乏的古代社会,还是在信息化高速发展的现代社会,在商品的售卖过程中,广告无处不在。随着经济全球化和市场经济的迅速发展,在汽车4S店营销战略中,广告营销活动发挥着越来越重要的作用,是汽车4S店营销组合中的一个重要组成部分。

第一节 广告营销认知

121

一、什么是广告营销	121
二、汽车广告的形式	122
三、汽车广告的创意	122
相关链接 汽车广告创意举例	125

第二节 广告营销模式

128

一、电台广告营销	128
二、电视广告营销	130
三、报纸广告营销	132
四、杂志广告营销	133
五、户外媒体广告营销	134
六、网络广告营销	139

第九章 汽车4S店跨界营销

143

跨界营销,从趋势来看是一种不错的玩法,2016年也会越来越盛行,好的跨界不是一次合作,也不是简单的媒介组合,而是形成跨界生态。让原本毫不相干的元素相互渗透、相互融合,带来立体感和纵深感,从而产生新的亮点。

第一节 跨界营销认知

143



一、什么是跨界营销	143
二、跨界营销的意义	144
三、跨界营销兴起的原因	144
四、跨界营销遵循的原则	145
相关链接 车企跨界营销如何跨界不出界	147
第二节 跨界营销方式	149
一、与房地产商合作	149
相关链接 轩和·澜山观邸联合川达汽车4S店举行	
异业联盟活动	150
二、与体育界的合作	151
相关链接 汽车+体育，绝配！	151
三、与零售行业协助	154
相关链接 广汽菲克携手国美异业合作，五一欢乐购	154
四、影视界的植入式营销	155
相关链接 一汽奔腾《港囧》电影合作	157

第二部分 汽车4S店活动策划

第一章 汽车4S店节日促销活动策划	160
--------------------------------	------------

节假日期间如何才能吸引消费者有限的注意力，做大做活节假日市场，已成为汽车销售任务的重中之重。汽车4S店如果能够真正地把握节假日消费市场的热点和需求变化趋势，做出符合目标市场的策划方案，必能获得可观的回报。

第一节 节日促销认知	160
-------------------------	------------

一、什么是节日促销	160
二、365节日循环图	161
三、节日促销的原则	161

第二节 节日促销活动策划要点	163
-----------------------------	------------



一、市场调查分析.....	163
二、出台活动方案.....	164
三、掌握现场执行要点.....	165
第三节 节日促销活动策划案例.....	166
范本一：××汽车4S店春节活动方案.....	166
范本二：××汽车4S店三八妇女节活动方案.....	170
范本三：××汽车4S店端午节活动方案.....	175
范本四：××汽车4S店教师节活动方案.....	177
范本五：××汽车4S店国庆节活动方案.....	181
第二章 汽车4S店车展活动策划.....	183
车展作为一个平台、一个纽带，把汽车4S店和消费者连起来，既给消费者提供了一个很好的购车和赏车的平台，同时也给汽车4S店一个宣传品牌、展示新车型的时机。车展营销已经成为拉动车市销量的一个重要有效的组成部分。	
第一节 车展活动认知.....	183
一、什么是车展.....	183
二、车展类型.....	184
三、车展的意义.....	184
第二节 车展活动策划要点.....	185
一、选择合适的车展.....	185
二、制定车展营销策略.....	185
三、选择场地及位置.....	186
四、签订参展合作协议.....	187
【范本】××汽车4S店参加车展协议.....	188
五、汽车4S店车展宣传.....	189
六、展销人员配备.....	191
相关链接 展会接待技巧.....	192
七、制定展会流程.....	193



第三节 车展活动策划案例.....	195
范本一：××汽车4S店车展内部执行活动方案.....	195
范本二：××汽车4S店车展活动方案.....	199
范本三：××汽车4S店××车展参展方案.....	203
 第三章 汽车4S店庆典活动策划.....	210
对于汽车4S店来说，策划一场成功的庆典活动能宣传企业的产品，提高企业的影响力。同样，在庆典活动中也可以邀请同行业以及周边行业的人而广交朋友，同时也会具有较高的新闻价值，这样通过网络或其他的方式也宣传了企业的知名度和美誉度。	
第一节 庆典活动认知.....	210
一、庆典活动的概念.....	210
二、庆典活动的作用.....	210
三、庆典活动的种类.....	211
四、庆典活动的组织程序.....	211
五、庆典活动的注意事项.....	213
第二节 庆典活动策划要点.....	214
一、全程媒体推广.....	214
二、参与人员规划.....	214
三、相关人员邀请.....	215
【范本】邀请函.....	216
四、人员工作责任配置.....	217
五、人员配置目的.....	218
【范本】开业庆典活动运作预算.....	218
六、现场危机预防管理.....	220
第三节 庆典活动策划案例.....	221
范本一：××汽车4S店开业庆典策划方案.....	221
范本二：广州××汽车4S店开业店堂庆典.....	223
范本三：××汽车4S店八周年庆典活动方案.....	225



第四章 汽车4S店会员活动策划 230

会员是汽车4S店赖以生存和发展的重要资源。汽车4S店不定期地举办会员活动,不仅可以将在潜用户和目标用户全部抓取,也能保持企业的品牌形象。同时,会员活动是将会员和企业联系起来的一个重要通道。

第一节 会员活动认知 230

一、会员业务的价值 230

二、会员常见服务项目 231

三、会员入会升级 233

第二节 会员活动策划要点 235

一、路线选择 235

二、制定路书 235

三、时间安排 236

四、联谊游戏、活动 236

五、具体行车路线推荐 236

六、活动装备 236

七、注意事项 238

第三节 会员活动策划案例 239

范本一:北京现代××4S店积分换礼活动开始啦 239

范本二:××汽车4S店汽车自驾游活动方案 240

范本三:××汽车4S店车友会——迎新年联谊会 243

第五章 汽车4S店公益活动策划 247

在4S店利润逐年下滑的当下,大多数车商还是依靠厂家提供的经费举办活动,为缩减成本,其对自身形象活动的举办显得非常慎重。因此,对于想打造自身品牌的车商,“社会效应大”成为其最重要的指标,更好地塑造企业形象的公益活动逐渐成为品牌打造的“新招”。

第一节 公益活动认知 247



一、什么是公益活动	247
二、公益活动类型	247
三、公益活动的作用	249
第二节 公益活动策划要点	250
一、制定赞助政策	250
二、传播赞助信息	250
三、确定赞助对象	250
四、沟通赞助对象	251
五、实施赞助计划	251
六、进行效果评估	251
第三节 公益活动策划案例	252
范本一：××汽车4S店“捐资助学”公益活动方案	252
范本二：××汽车4S店爱心公益营销活动及车友近郊游 玩执行方案	254
范本三：行有道，爱无界——关爱自闭儿童JEEP汽车 公益慈善会	255
参考文献	258
附录：汽车销售管理办法（征求意见稿）	259

01
PART ONE

第一部分

汽车4S店营销模式