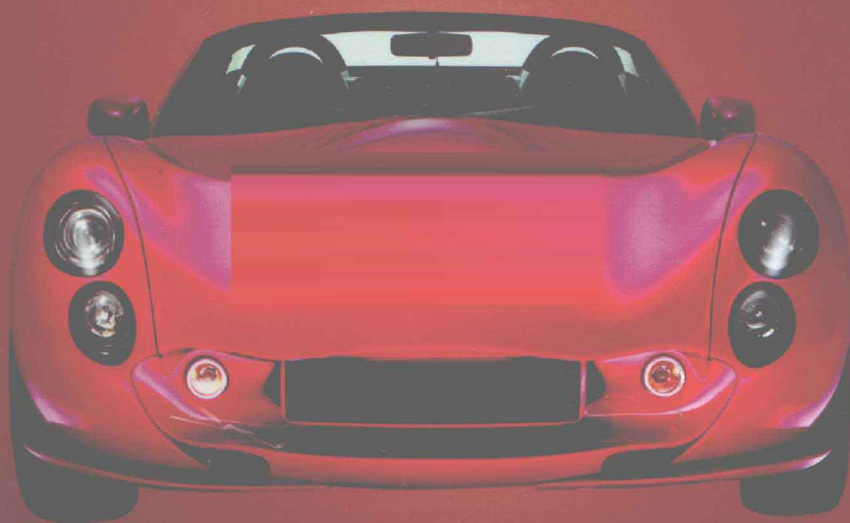


QICHE 4S DIAN
HUODONG CEHUA QUANAN

汽车4S店

活动策划全案

刘军 等编



化学工业出版社

QICHE 4S DIAN
HUODONG CEHUA QUANAN

汽车4S店

活动策划全案

刘军 等编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书以汽车4S店活动策划为主,主要包括汽车4S店假日促销、车展活动、庆典活动、厂家活动、会员活动及其他活动的策划与运营等内容。此外,本书在讲解策划活动同时,附有大量实战范本,可以进行适当修改后加以运用。本书是一本即学即用的实战型工具书。

本书可供汽车4S店从业人员及策划人员使用和借鉴,也可供有志于从事汽车销售行业的相关人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车4S店活动策划全案/刘军等编. —北京:
化学工业出版社, 2012.6
ISBN 978-7-122-13938-2

I. 汽… II. 刘… III. 汽车-专业商店-经营管
理 IV. F717.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第060660号

责任编辑: 辛 田
责任校对: 吴 静

文字编辑: 冯国庆
装帧设计: IS溢思设计工作室

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 北京云浩印刷有限责任公司
787mm×1092mm 1/16 印张13 字数284千字 2012年7月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 48.00元

版权所有 违者必究

前言

中国虽然已成为一个巨大的汽车消费市场，但是，汽车4S店竞争也异常激烈，如何管理好汽车4S店，在这个激烈竞争的市场中抢占一定的市场份额，作为一名职业经理人或汽车4S店管理人员要学会策划、做活动，吸引新客户、留住老客户，赢得市场。一份好的活动策划案，不仅可以提高市场占有率，而且可以提升企业的形象。如果是一份创意突出，而且具有良好执行性和可操作性的活动策划方案，无论是对提升汽车4S店的知名度，还是对汽车品牌的美誉度，都将起到积极的作用。

一个好的活动策划一定会注重受众的参与性及互动性，把汽车4S店所需要传达的目标信息传播得更准确、更详尽。通过活动的开展，可以最大限度地树立起企业品牌形象，从而使消费者不单单从产品中获得使用价值，更从中获得精神层面的满足与喜悦。

传统广告宣传形式已经进入成熟期，包括广告宣传费用也越来越透明，价格折扣余地也越来越小，汽车4S店通过广告宣传动辄需要大笔广告费，与此相比，一次好的促销活动成本远远小于广告的费用，但又能够很快取得效果，同时更直接地接触到消费者，及时获得市场反馈。一个好的活动可以进行二次传播，所谓“二次传播”，就是一个活动发布出来之后，别的媒体纷纷转载，活动影响就可以被延时，增强持续性。

因此，对于汽车4S店而言，做好互动策划就显得相当重要。基于此，编者经过多年的实践经验，结合在不同汽车4S店做过的策划和活动，将其系统整理成《汽车4S店活动策划全案》，以供同行参考借鉴。

本书对汽车4S店相关各种策划活动进行分类汇总，详细阐述汽车4S店假日促销、车展活动、庆典活动、厂家活动、会员活动及其他活动策划与运营。全书的内容包括以下几个方面：

◇汽车4S店假日促销策划与运营；

◇汽车4S店车展活动策划与运营；

◇汽车4S店庆典活动策划与运营；

◇汽车4S店厂家活动策划与运营；

◇汽车4S店会员活动策划与运营；

◇汽车4S店其他活动策划与运营。

本书是汽车4S店管理人员的行动指南，书中所提供的大量的实战范本可作为各级管理人员的手边工具，读者可以将其复制，再根据汽车4S店的实际状况进行一些个性化的修改，运用到管理当中，从而提高汽车4S店策划活动的工作效率，为汽车4S店各级管理人员提供操作指南和借鉴，为汽车4S店的朋友和管理人员提供一套完整的管理解决方案和实用操作手册。

本书在编辑整理过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，其中参与编写和提供资料的有刘建伟、刘海江、周亮、李亮、杨冬琼、赵仁涛、杨吉华、王能、吴定兵、朱霖、李冰冰、赵建学、江美亮、赵明、范寅兴、张建均、刘施材、王靖、滕宝红，最后全书由匡仲潇统稿、审核完成。在此对他们一并表示感谢！

由于编者水平有限，不足之处在所难免，希望广大读者批评指正。

编 者

第一章 汽车4S店假日促销策划与运营

1

第一节 汽车4S店的假日促销认识	2
一、假日促销价值	2
二、假日促销作用	2
三、假日促销意义	2
四、为何要假日促销	2
五、365假日循环图	3
六、年度节点营销方案	3
实战范本01 ××汽车4S店年度节点营销活动方案	3
实战范本02 ××汽车4S店全年活动方案	4
第二节 汽车4S店的假日促销策划	6
一、市场调查分析	6
二、出台活动方案	7
三、现场执行要点	8
四、活动业绩评估	8
五、活动评估分析	10
第三节 汽车4S店的假日促销运营	11
实战范本03 ××汽车4S店春节活动方案	11
实战范本04 ××汽车4S店元宵活动方案	14
实战范本05 ××汽车4S店元宵节活动方案	18
实战范本06 ××汽车4S店情人节活动方案	19
实战范本07 ××汽车4S店端午节活动方案	23
实战范本08 ××汽车4S店三八妇女节活动方案	25
实战范本09 ××汽车4S店七夕万人相亲会活动方案	29
实战范本10 ××汽车4S店中秋节活动方案	32
实战范本11 ××汽车4S店重阳节活动方案	33
实战范本12 ××汽车4S店圣诞节活动方案	34

第一节 汽车4S店的车展活动认识	40
一、车展认知	40
二、巡展	41
第二节 汽车4S店参展活动策划	42
一、选择合适的车展	42
二、阅读车展手册	42
实战范本 13 ××车展参展商手册(展会基本信息)	42
实战范本 14 ××车展参展商手册(展会安排)	43
三、制定车展营销策略	43
四、决定场地及展览需要	44
五、签订参展合作协议	45
实战范本 15 ××汽车4S店参加车展协议	46
六、宣传汽车4S店的展销	47
七、配备展销人员	48
八、召开展会前会议	49
九、制定展会流程	50
实战范本 16 ××汽车4S店车展流程安排	52
十、做好车展活动计划	54
十一、编制车展内部执行方案	55
实战范本 17 ××汽车4S店车展内部执行活动方案	55
第三节 汽车4S店巡展活动策划	59
一、了解巡展审批流程	59
二、巡展目标策划	60
三、巡展时间拟订	60
四、巡展车型挑选	60
五、巡展路线制定	61
六、巡展场地选择	61
七、巡展人员培训	62
八、巡展物料准备	62
九、活动客户邀约	62
十、巡展信息发布	63
实战范本 18 ××汽车4S店广场车展活动方案	63

第四节 汽车4S店参展活动运营	64
一、展前准备工作	64
实战范本19 特装展位安全责任书	64
实战范本20 施工安全责任书	65
实战范本21 展会安全消防责任书	67
二、展会展台布展管理	68
实战范本22 ××汽车4S店车展展览设施服务项目价目表	69
三、展会人员管理	74
四、车展销售要领	75
五、出馆撤展管理	77
六、车展活动总结	77
第五节 汽车4S店巡展活动运营	79
一、巡展现场布置	79
二、现场人员安排	79
三、信息收集	79
实战范本23 ××汽车4S店巡展调查问卷	80
四、扫街派发	80
五、现场服务	81
六、试乘试驾	81
实战范本24 ××汽车4S店试驾协议	81
七、产品功能的演示和互动游戏	82
实战范本25 ××汽车4S店有奖问答活动游戏	83
八、巡展总结	83

第三章 汽车4S店庆典活动策划与运营

85

第一节 汽车4S店庆典活动认识	86
第二节 汽车4S店开业庆典活动策划	87
一、全程媒体推广	87
二、参与人员规划	89
三、相关人员邀请	89
实战范本26 ××汽车4S店开业庆典邀请函	90
四、开业庆典仪式流程	92

实战范本27 ××汽车4S店开业庆典活动进行流程	93
实战范本28 ××汽车4S店开业庆典活动当日流程	94
实战范本29 ××汽车4S店开业庆典活动流程	95
五、开业庆典人员工作责任配置	95
六、开业庆典活动费用预算	96
七、现场危机预防管理	97
第三节 汽车4S店开业庆典活动运营	98
一、前期活动准备	98
实战范本30 ××汽车4S店开业前期活动准备	98
二、人员物料安排	99
三、活动现场布置	103
实战范本31 ××汽车4S店现场布置	103
四、来宾签到管理	104
五、剪彩仪式组织管理	105
实战范本32 ××汽车4S店开业庆典致辞	108
六、突发情况应对	109
七、撤场组织管理	110
八、活动总结跟踪	111
实战范本33 ××汽车4S店开业庆典策划方案	112
实战范本34 ××汽车4S店开业庆典活动方案	113
实战范本35 ××汽车4S店开业庆典方案	114
第四节 周年庆典活动策划与运营	117
实战范本36 ××汽车4S店开业四周年庆典活动方案	117
实战范本37 ××汽车4S店八周年庆典活动方案	120

第四章 汽车4S店厂家活动策划与运营

125

第一节 汽车4S店厂家活动认识	126
一、何为厂家活动	126
二、汽车4S店与厂家活动关系	126
第二节 新车上市推广活动策划与运营	126
一、上市目的认识	126
二、前期准备工作	126
三、预热期工作	128

四、上市前期相关工作	128
实战范本38 ××汽车4S店邀请函	130
五、上市当日活动	132
实战范本39 ××汽车4S店上市活动流程	135
六、上市后期推广	136
实战范本40 ××汽车4S店“××××”杯活动	137

第五章 汽车4S店会员活动策划与运营

141

第一节 汽车4S店的会员相关知识	142
一、会员业务价值概述	142
二、会员业务流程开展	142
三、会员俱乐部管理	145
四、会员常见服务项目	145
五、会员入会升级	147
实战范本41 ××汽车4S店会员入会条件	147
六、会员积分计划	149
实战范本42 ××汽车4S店会员卡折扣优惠	151
实战范本43 ××汽车4S店积分政策	151
实战范本44 ××汽车4S店会员卡积分兑换项目	152
第二节 汽车4S店会员活动运营	153
一、常见会员活动	153
实战范本45 ××汽车4S店会员活动	153
二、车主自驾游活动组织开展	153
实战范本46 ××汽车4S店自驾游互动节目	154
实战范本47 ××汽车4S店自驾游安全协议书	157
三、车主课堂培训活动	159
实战范本48 ××汽车4S店汽车自驾游活动方案	160
实战范本49 ××汽车4S店汽车自驾游活动方案	161

第六章 汽车4S店其他活动策划与运营

165

第一节 汽车4S店试乘试驾活动策划与运营	166
一、试乘试驾准备	166

二、试乘试驾车日常管理·····	166
三、试乘试驾文件准备·····	166
四、试乘试驾线路规划·····	168
实战范本50 ××汽车4S店试乘试驾线路活动方案·····	169
五、试乘试驾试车员培训·····	172
六、试乘试驾流程制定·····	172
七、试乘试驾客户邀约·····	173
实战范本51 ××汽车4S店展厅常用邀请及异议话术·····	174
第二节 汽车4S店公益活动策划与运营·····	176
一、公益活动简述·····	176
二、公益活动类型·····	176
三、公益活动作用·····	177
四、公益活动策划·····	178
实战范本52 ××汽车4S店车辆拍卖公益活动方案·····	179
实战范本53 ××汽车4S店“捐资助学”公益活动方案·····	184
第三节 汽车4S店闭店销售活动运营·····	185
一、闭店销售简述·····	185
二、闭店销售活动关键点·····	186
三、闭店销售基本步骤·····	187
实战范本54 ××汽车4S店闭店销售抢购会·····	187
实战范本55 ××汽车4S店闭店销售会邀请函·····	187
四、闭店销售常见问题·····	188
实战范本56 ××汽车4S店闭店销售日·····	189
第四节 汽车4S店其他活动策划与运营·····	190
实战范本57 ××汽车4S店团购会活动方案·····	190
实战范本58 ××汽车4S店节油赛活动方案·····	192
参考文献·····	197

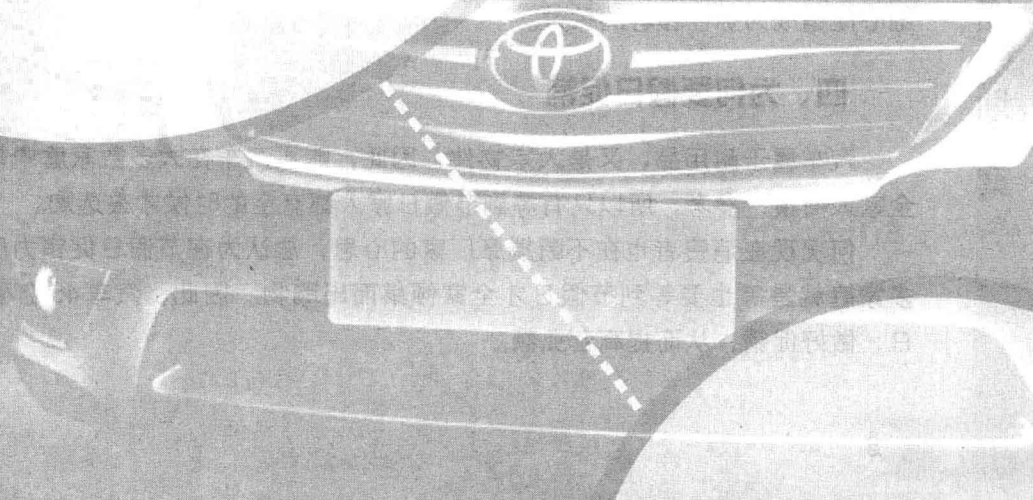
第一章

汽车4S店假日 促销策划与运营

第一节 汽车4S店的假日促销认识

第二节 汽车4S店的假日促销策划

第三节 汽车4S店的假日促销运营



第一节

汽车4S店的假日促销认识

一、假日促销价值

由于中国人的假日越来越多，使得促销活动的力度越来越大，加之外国的假日也融入了国人的日常生活中，比如“情人节”、“母亲节”、“父亲节”、“圣诞节”等，再加上“元宵节”、“三八节”、“五一节”、“中秋节”、“国庆节”、“春节”等，可谓“节连不断”，利用这些特殊时机进行促销活动自然是花样满天飞。尤其是快速发展的汽车行业更要抓住时机，不断发掘假日的价值。

二、假日促销作用

“假日促销”不论是从中国的传统节日还是从国外“引进”的一些节日如“情人节”、“圣诞节”等，无不显示出假日消费效应。

因此，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，已成为各大汽车4S店任务的重中之重。如果能够真正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。

三、假日促销意义

假日促销与一般的促销意义不同，假日受传统文化的影响较大，所以更需注意假日的各种风俗、礼仪、习惯等民族特点。

假日促销是汽车4S店销售的重头戏，也是促销活动发挥的关键时刻，在一般性的促销任务上，着实需要对促销管理、促销执行、促销反馈等管理上有新的突破。

在汽车4S店推出的众多促销手段当中，要细心挑选与品味假日促销的含义，而有些汽车4S店促销是有目的的，有些是为了营造气氛。跟踪与反馈假日促销的缘由与目标是假日促销的最初要点，也是促销的基本保证，为了假日而促销的促销，可能只是一种附加的广告效果，甚至更差或者起到反面的展示作用，因此，在假日促销的关口，理性促销与细心促销成为抓住顾客的关键。

四、为何要假日促销

汽车属于耐用品，又是大宗物件，因此，购买汽车在大多数家庭中是一件大事，需要全家人商量、参考，所以只有等到节假日家人都有空的时候才去选购。

何况现在消费者也在不断揣摩厂家的心思，总认为在节假日促销力度比平时要大，许多家庭就是等也要等到节假日才全家倾巢而出购物。因此，汽车4S店要善于把握利用假日，做好促销，从而提高营业额。

五、365假日循环图

每年的365天的假日是一样的,通过365假日循环图(图1-1),可以看到每个季节主要的假日,对一年的假日有初步的了解与印象。

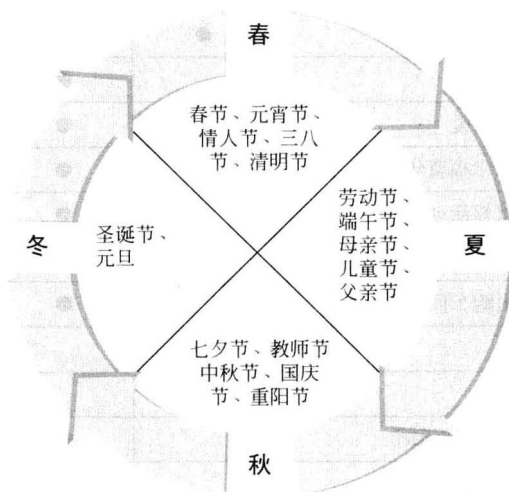


图1-1 365假日循环图

六、年度节点营销方案

汽车4S店可以制作一个年度节点营销活动方案,对全年营销予以把握控制。



实战范本01 ××汽车4S店年度节点营销活动方案

××汽车4S店年度节点营销活动方案

月份	活动主题	活动类别				预算
		区域性车展	店头活动	巡展	外展	
一	茶道与健康生活讲座活动		●			
	迎春节一月购车订车抽奖活动		●			
二	我的最爱——春节联欢会节目竞猜活动		●			
	正月十五灯谜会活动		●			
	传达爱的蜜语——情人节购车献礼活动		●			
三	3月8日快乐女人购车节		●			
	3月8日购车做“香”车美人		●			
	3月8日丽人安全行车讲座		●			
四	奢侈品展厅鉴赏活动		●			
	迎五一,“贷”动梦想		●			

续表

月份	活动主题	活动类别				预算
		区域性车展	店头活动	巡展	外展	
五	五一购车精彩无限活动		●			
	五一汽车服务乡村行	●				
	感恩母亲, 温情祝福		●			
	母亲节——献给妈妈的爱		●			
六	六一儿童节——回味幸福童年		●			
	开心周末——家庭试驾活动		●			
	父亲节亲子同乐、购车同乐、保养同乐		●			
	父亲节——父爱如山购车回馈活动		●			
七	排队停车广告			●		
	汽车户外电影				●	
八	8月8日奥运四周年嘉年华活动		●			
	竞品对比专场试驾				●	
九	高档消费场所赠送礼品活动					
	献给老师的爱		●			
十	乐享国庆假日, 爱车检测活动		●			
	金秋国庆盛世, 奔腾豪礼节节送		●			
	中秋节购车——欢乐又团员		●			
十一	美丽大讲堂——冬季皮肤保养与车身保养		●			
十二	圣诞答谢晚宴		●			
合计						



实战范本02 ××汽车4S店全年活动方案

××汽车4S店全年活动方案

月份	日期	活动主题	活动内容
3月	3月1~5日	“自信女人, 美丽随你行”	(1) 即日起至3月15日, 来店看车的女性用户, 均可获得纪念品一份 (2) 即日起至3月15日, 来店参与试驾的女士, 均可获得精美试驾礼品一份 (3) 即日起至3月15日, 在4S店购车的女性客户, 我公司将免费为您的爱车安装倒车雷达, 为您的安全驾驶保驾护航 (4) 活动期间维修保养车辆金额满×××元, 可获赠精美休闲毛毯一件; 维修金额满×××元, 可获赠精美床上用品四件套一份(不含保险定损、保修车辆)

续表

月份	日期	活动主题	活动内容
3月	3月15日	3·15诚信宣传活动	××省工商局、××省诚信会、××诚信会组织的车展活动，汽车宣讲、品牌推广、企业赞助等活动
	3月30日	××新春团购会	凡是3月30日日前报名参加团购的客户均可享受超值团购价
4月	4月1~30日	俱乐部营销活动	活动期间购车送俱乐部积分，送维修基金，送装饰件，修车不花钱
5月	5月1~3日	五一汽车文化节	参加由××电视台三套《最爱是车》栏目组织的汽车文化节活动
6月	6月1日	六一亲子活动	“放飞梦想、心中爱车”亲子活动（儿童车身彩绘、绘画比赛、唱歌跳舞等）
	6月1~30日	燃情夏日，夏季送冰凉	与××家电集团开展活动联合营销活动，活动期间，根据不同车型送空调、送冰箱等电器，提升销量，解决用户急需购买的家用电器
7月	7月1~30日	“××之夜”夏季社区路演活动	（1）活动组织形式：车辆性能推介+现场互动+火爆表演+嵌入式营销 （2）参与人群：潜在客户、老客户、社区居民 （3）领取礼品、现场互动、节目表演、车辆介绍等
8月	8月1~30日	你买车，我养车	在活动要得到厂家费用支持的情况下，对××的利润车型开展“你买车、我养车”活动，如活动期间购××款车，四年维修保养全免费（限××籍、××籍用户）
9月	9月8~12日	××汽车：首届××高校汽车文化节	（1）由高校汽车协会组成“××省高校汽车联盟”，以“汽车联盟”的名义在学校举行“××省首届高校汽车文化节”，××汽车集团以赞助形式参加 （2）开展：现场展示、DM派发、网络宣传、教师专享政策、老客户荐友活动 （3）开展现场招聘会，为公司输送人才，为学校解决就业问题 （4）让汽车协会爱好者、汽车专业学生参加汽车活动知识讲解、汽车拆装等活动
	9月15日	情侣对对碰节油赛	（1）定量比赛：每辆汽车加入1升汽油，比较行驶距离，距离最远的嘉宾胜出 （2）定载比赛：每辆车加入1升汽油，满载4人，测试满载行驶距离 （3）定程比赛：每车加入1升汽油，在规定时间内完成10千米，以耗油最少者胜出 （4）现场互动：你是我的眼，设置路障组成停车位，嘉宾倒车过程中不准使用车辆后视镜及倒车雷达，女嘉宾可下车提示，最快停车成功的嘉宾获胜
10月	10月1~7日	举国欢庆，感恩九重大礼等您拿	来店就有礼，看车有大礼，购车送豪礼，如：国庆期间，××车型直降×××元，送×××元大礼包、维修基金，送省内一日游，送电影票，送装饰件，送油卡等活动，免费检测、工时费8折，材料费8.5折等活动

续表

月份	日期	活动主题	活动内容
10月	10月5日	“天使之眼” 送重阳关怀	联系××车主与电视台、报纸、汽车网等媒体开展“天使之眼”送重阳关怀活动，在××市敬老院开展慰问关怀活动，送温暖、送祝福，送带有××标志的日常生活用品、电器等，提高品牌知名度与曝光率
	10月17～22日	××第×届 车展	认真组织车展活动，活动期间让利促销、精品展示、新车上市、“香”车美女等活动
11月	11月1～15日	温泉自驾游	凡在活动期间购买××的车主可参加温泉自驾游活动，仅限车主和家人，预计30辆车，各大媒体全程跟踪报道，同时举行摄影比赛；宣传方式包括报纸广告、网络、店头、短信、车贴、温泉村横幅，提高品牌知名度、提高用户满意度，丰富生活
12月	12月1～15日	影院贺岁大片 嵌入式营销	贺岁档期间通过与电影院合作进行电影票、POP、广告等交互投放进行展厅集客，电影票、电影院门口海报、展架、横幅、电影播放前贴片广告等宣传模式
	12月24日～ 1月3日	迎元旦，庆 圣诞	圣诞主题车饰评比、圣诞小天使评比、圣诞花车展示、圣诞老人开车送礼、分秒必争；汽车排出的巨型圣诞树展示；趣味小游戏
	12月30日	携手并进 再创佳绩—— ××团拜会	举办车主团拜会活动，邀请忠实用户50人、集团公司领导、厂家领导、公司全体员工组织大型团拜会活动，提高用户满意度

第二节 汽车4S店的假日促销策划

在对假日促销有了一定认识之后，根据汽车4S店的实际情况来制定活动方案。

一、市场调查分析

通过市调调查，初步确定活动的主题、内容、时间和地点。

(一) 确定活动主题

通过活动加深目标人群对本汽车4S店及其商品的理解与记忆。

(二) 确定活动内容

活动内容根据主题确定，活动成功的前提是内容要有吸引力，包括打折、免费赠送、尝试享受服务等，这些都是吸引目标人群必不可少的手段。