

最新汽车营销活动策划方案 营销策划活动方案(优质9篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

汽车营销活动策划方案篇一

为了表达对父亲的敬意与感谢，用你的画笔将老爸特色的一面画下来并在画像背面附上简短的说明寄给我们。如：健康老爸、快乐老爸、帅气老爸等。进行评选后，我们从中评选出50名获奖作品在店外进行展示。参赛者年龄限18岁以下(含18岁)，画体风格不限。6/5---6/10为作品收集期，6/11为作品评选期，6/12---6/14为获奖作品展示期，6/15进行现场颁奖。

活动地点：正门外淑女屋旁报名方式：

活动内容：

父子(或父女)免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

奖项设置：

冠军：1名价值300元的礼品；

亚军：2名价值100元的礼品；

季军:3名价值50元的礼品;

参与奖:44名精美礼品一份

活动地点□iy西侧橱窗活动内容:

举办旱地龙舟比赛。在端午节这天,自古就有赛龙舟、吃粽子等传统习俗。你想尝试划龙舟的乐趣吗?你想让今年的'端午节过得更有意义吗?那么赶快参与我们的旱地龙舟大赛。

参赛队伍组成:康师傅一支队伍,观众三支队伍,春熙路街道办两支队伍。参赛队伍可获精美小礼品一份五。父子闯关趣味赛活动时间:

活动地点□1f正门活动内容:

比赛分为:父子颠足球接力、父子卡拉ok对唱(伴奏带自备)、你做我猜--父子默契大考验,真情传递。参赛先手需按要求完成以上内容,比赛采用计分制,根据部分评出冠、亚、季军。

奖项设置:

冠军:1名价值400元的礼品;

亚军:1名价值200元的礼品;

季军:2名价值100元的礼品;参与奖:26名精美礼品一份。

汽车营销活动策划方案篇二

所处推广阶段:春节过后,加快洋房及高层剩余户型推售;

本阶段营销目标:积累洋房及高层客户,完成销售目标;

主题：团团圆圆十全十美

XXXXXXXX

猜灯谜兑换礼品，吃元宵

会所大厅

约访老业主及意向客户

约40组/天

大厅指示牌、背景版、果盘饮料、桌椅、灯笼、谜语

元宵、儿童玩具（元宵晚上玩的玩具）

活动细节：

- 1、活动现场客户猜灯谜换礼品，兑换元宵和玩具，可能客户多次选取进行兑换
- 2、客户兑换礼品时做好登记工作，避免一人多去的现象
- 3、保证食品的卫生安全，准备充足。

活动现场分布

活动形式

注：以上为预计费用，报销将按实际消费执行。

2月22日关键点及分工

汽车营销活动策划方案篇三

6/16 15:00—17:00

正门外淑女屋旁

XXXXX

父子（或父女）免费组队报名参加比赛，年龄不限，限报50队。在规定的时间内，包粽子的数量最多、最规范者即为获胜，所包粽子参赛者可带走。

冠军：1名价值300元的礼品

亚军：2名价值100元的礼品

季军：3名价值50元的礼品

参与奖：44名精美礼品一份

汽车营销活动策划方案篇四

小伙伴们看这里，这里货比三家、玩乐购车、风暴钜惠、豪礼多多享不断.....

【货比三家】

汽车就如同人的第二个伴侣，买车货比三家当然是必须的!20xx年末汽车惠民促销展作为年底最后一场大型车展，将汇集百余品牌前来参展，多个品牌任你挑，多款车型任你选。奔驰、宝马、奥迪、大众、一汽马自达、现代、广汽三菱、东风悦达起亚、斯巴鲁、广汽菲亚特、长安汽车、斯柯达、荣威mg别克、雷诺.....等众多家喻户晓的热门品牌齐齐亮相，妈妈再也不用担心你为了选车比价奔波啦!

本次车展将通过让利促销、礼包回馈、原价置换、“0”息购车等“十八般武艺”，为本年度让利冲量“收官之战”吹响号角。对于准备年底购车的小伙伴们来说，错过这三天，无疑错过最佳购车时机。

【玩乐购车】

豪车美女是车展的必备之物，闪瞎眼的豪车、亮瞎眼的美女车模都不能入你的法眼的话，那车展现场还有好玩的微信摇一摇活动你，只要你关注烟台国际车展(yantaiguojichezhan)官方微信，参与车展现场的活动，既有机会获得礼品，逛车展，赢礼品，决不能错过本届年末车展，我们在车展现场等你呦。

【钜惠购车】

20xx烟台年末汽车惠民促销展，钜惠风暴，打造车展专享价、车展定制豪礼、车展惊喜抽奖等活动形式，推出现场直降、送保养、送车饰、等实惠活动，切实让利于广大市民，用最十足的诚意回馈小伙伴们。

汽车营销活动策划方案篇五

今年的阿里汽车似乎格外的忙，除了在淘宝、天猫这两块“自留地”里继续深耕汽车业务之外，还紧锣密鼓进军汽车后市场领域，以期在服务环节分一杯羹。

从整车销售到售后服务，从线上到线下，阿里汽车想借自己的“掌力”打通汽车行业的“任督二脉”，而双十一则被他们内部视为“关键的一击”。

9月23日，阿里汽车召开了双十一的誓师大会。聚齐了整车、车品、后市场等各个领域的行业负责人，阿里汽车的“誓师”含义尤为明显，阿里汽车事业部总经理王立成(花名微

渺)在开场就迫不及待地喊出了“天地彼己”的口号。的确，在电商升级的当下，阿里汽车在未来双十一期间的表现，也将牵动着整个行业的神经。

打造场景玩直播

在阿里汽车事业部总经理王立成(花名微渺)眼里，汽车行业是一个场景化的服务平台，而阿里汽车的目的就是为车主提供好的平台和场景。

目前来看，阿里汽车在整车销售、汽车用品、汽车金融、汽车保养，加油违章查询等几大场景的布局初见端倪，而双十一期间，阿里汽车也会根据不同场景的特性去打造个性化的导购手段。

随着今年直播的大火，阿里汽车自然也不会放过这把吹来的“大风”。线下、线上全渠道的直播引流是今年的亮点。经过了几年的市场磨合，阿里汽车的o2o销售模式不仅完成了用户教育，也影响了企业的思路。如今，线上线下的利益鸿沟被逐步打破，实现全渠道的引流也将势在必行。

在线下，阿里汽车将会配合线下门店和场上举办一系列团购会，搭配线上的直播跟进，多方位立体地呈现汽车的购物场景，同时，直播所带来的体验话题，也能在预售环节吸引足够的眼球。

车品端迎合个性需求

流量是商品营销的基础固然没错，但对于如汽车这样的高端产品来说，考量用户的构成和需求点更是关键。

就汽车类目而言，不同服饰，它绝非单一产品的购买，整车销售是冲量的关键，而为用户构建一套完整的购车体系，为车主搭建不同阶段的消费体验才是保质的基础。

因此，阿里汽车在车品端的看点引人注目。针对车主的个性需求，在汽车改装和汽车电子等个性化领域，阿里汽车将通过一系列活动，重点满足消费者的体验感和参与感，以此来营造与用户之间更多元的互动。

而在阿里汽车重点布局的后市场则主打用户服务。阿里汽车也希望借双十一去打通整个购车环节，从线上向线下疏导，在用车服务端给予消费者更大的便利和实惠。

毫无疑问，汽车行业正在变得越来越专业，正如微渺在誓师大会上提到的，阿里汽车正在从整车业务平台向方案解决平台转型。今年的双十一，可能将是阿里汽车对细分市场挖掘和把握的一次方向转型。

想要从销售和服务端集成出行服务解决的一站式平台，如何整合车厂、服务商、金融方之间力量，使其产生良好的联动效应，将成为阿里汽车在双十一期间的重要任务。

三大会场联动

“分群”也是今年双十一的一大特色，在会场布置上，除了传统的行业会场，天猫还开辟了标签会场和人群会场，力图做到人群的细分和引流。

阿里汽车此次将车品根据受众的喜好程度切分成不同的标签，通过在搜索端定义不同的类别去直达细分的人群。

这些标签的形成，让用户的消费变成了一次愉悦的场景体验，当购买者被赋予更个性的意义，购买就变成了一次拥有和享受身份认同的过程。放宽文化和价值观去粘连用户的忠诚度，也符合阿里汽车本身的平台调性。

除了从用户出发引流，会场存在的最大价值就是聚合。而支撑起聚合效应的就是内容。阿里汽车之所以看重内容输出，

是在于内容对于构建汽车生态圈的重要性。双十一恰好给了其密集的内容输出契机，阿里汽车自然不会放过这个卖点。

可以看出，阿里汽车对于双十一的布局，渗透了自身对于平台理解的各个方面，也覆盖了汽车电商的各个环节，在电商升级的大背景下，作为平台的阿里汽车，联结是对它的最大考验。

汽车营销活动策划方案篇六

一、活动主题：“乐享国庆假日，爱车检测活动”

二、活动目的：

1、国庆假期之前为了保证各位尊敬的车主出行便利及爱车良好的维护，我店在十一长假前后推出20项免费检测活动。

2、国庆假期后为了避免您爱车长途行程后的不良状况，特别是在异地加过乙醇汽油后，乙醇带有清洁作用，这样油路管壁上附着赃物就有可能流入汽油泵，造成车辆的不良反应。因此我店推出此次免费检测，恭临您到店。

免费检测项目如下：

- 1) 检查油漆车身状况(外观确认)
- 2) 检查灯光及操纵装置(包括牌照灯)
- 3) 检查前后雨刮器状况(所有雨刮档位)
- 4) 电瓶状况(含电瓶电压与清洗)
- 5) 制冷系统的运行状况与管路的接头的密封

- 6) 检查点火正时
- 7) 检查与清洗空气滤清器/空调滤芯
- 8) 检查各功能开关
- 9) 皮带张力和状况
- 10) 检查各种油液量情况和渗漏情况:

发动机冷却液(低温状态下)

变速箱油液

制动液

助力转向油液

玻璃清洗液

后差速器油液(cr-v)

- 11) 轮胎压力、磨损状况与螺丝松紧度(包括备胎)及车轮轴承
- 12) 转向横拉杆球头转向机及防尘套
- 13) 检查排气系统及状况
- 14) 检查前后悬挂部件与底盘螺栓松紧度
- 15) 检查助力转向功能、管路及接口
- 16) 检查车身各铰链状况

- 17) 检查燃油系统的管路和接头
- 18) 检查制动管路、输送管路及abs系统
- 19) 传动轴防尘罩和卡箍
- 20) 检查前后制动片、盘及卡钳。

汽车营销活动策划方案篇七

1、以双十一为契机，通过策划一系列活动，进一步宣传企业的整体形象，提高企业的知名度和美誉度；2、通过中秋、国庆黄金周长假，出行旅游，自驾的人也多，自然在汽车美容养护方面的需求也大，我们应该抓住这个契机，最大限度的提高人流量、提升人气、扩大终端店的销售业绩；3、在中秋、国庆传统节假日，时间较长，人们出行探亲、访友、游玩，用车频率空前加大，面临的路况及气候等环境较为复杂，安全问题刻不容缓、面子问题不可忽视、对车漆保护也异常重要、对于返程后内饰深度护理极为必要。因此针对新老车主展开节前、节后联动促销活动。

(时间可自定) 20xx年11月05日——20xx年11月15日

(8项活动，店铺可根据自身需求情况，做相应的组合)

- 1、一重礼：进店免费礼 无需服务，进店就有礼。活动期间内所有顾客凭单页进店登记后均可免费领取精美礼品一份。
促销说明：活动期间礼品发放数量限前20名进店的消费者(预计20天400个)。商家可自行选择。
- 2、二重礼：双十一特价礼 惊爆价，某些型号产品可以做促销优惠，比如买二送一，精品优惠套装。
- 3、四重礼：套餐豪华礼 根据不同价位段的产品设立不同的

礼品赠送，售价越高利润相对越大。针对购买高端美容服务的客户，在保证利润的范围内，送豪华大礼包。大礼包可由终端店铺根据自身情况自由组合成多个不同大礼包。

5、八重礼：阳光服务礼(售后优惠服务卡后附) 凡是 的新老用户，在促销活动期间都可以来专卖店免费享受清洗等维修保养服务。并可以收到价值xxx元的 售后维修服务卡。活动期间，购买产品的客户可享受：购买一个月内，出现任何非人为问题，商家无条件退换该产品。 建议终端店铺也可以根据需要做其他的服务项目。如凡在活动期间消费客户，可做一些简单的护养活动等。

1、发放彩页可从活动前6天至7天发放一直延续到活动结束。先确定发放人员，对其进行必要的培训，使其能够正确理解活动的各项事宜。其中包括时间、地点、主题、优惠活动、有关促销礼品如何发放等信息。为使其宣传覆盖面广，信息传达要精准有效。有条件的可进入小区、社区进行发放宣传。

2、海报：在活动前7至8天，在人流量比较大的广场、街道、社区旁边粘贴海报。海报内容包括时间、地点以及能够吸引消费者前往的促销礼品和活动内容。

3、电视媒体的滚动字幕预告，在活动前6至7天开始宣传至活动结束。这个宣传方式具有临时性和集中性，应在当地主流电视台和收视率较高的电视台做流动字幕，以保证最广泛的传达信息。

4、报纸软文在各地的受众也是很广泛的。应提前7天左右开始宣传，同时需要很强的连续性，至少在一周内隔天发布三-四次。从这个侧面也能很好的传递信息，也有很高的可信度，深受部分消费者信赖。

5、短信宣传：通过移动公司，以短信为平台，宣传活动;为老客户发送国庆、中秋相关活动信息，活动期间免费给老客

户保养等活动，同时挖掘潜在的消费者。

6、结合当地的实际情况，也可以采取其他行之有效的方法来进行宣传。只要可以烘托国庆、中秋喜庆的气氛和达到广而告之的目的均可。

1、形象设计印刷类 (dm单2000份，门头横幅及条幅(应节)，海报，现金券或抵用券□x展架, 导示图标，产品广告，车间及休息区，展区灯箱广告，吊旗，活动相应赠送产品类标贴，或礼品卡等)

2、礼品类 (产品赠送体验套装，纪念小礼品, 与车主用车配饰相关类等) 3、活动产品类 (产品，展示道具，体验道具等)

4、奖物类 (免费洗车卡、油卡、喷漆卡、镀膜卡、话费充值卡等)

1、拱门、彩旗、地毯、吊旗、气球、易拉宝、花篮等传统方式都可以采用。气势一定要大，譬如使用多个拱门，一字排开等，才能够真正做出气氛来。同时礼品的摆放也要有气势，堆头要大，给人感觉礼品很多，很值钱等。如舞台、大屏幕等形式的目的一个是吸引前来参观的顾客的注意，能够准确找到位置;也是对现场氛围的营造也是一个补充。

(1)周边街区：邻近街和市区主干道布标宣传。吊旗、条幅等设计制作以传统佳节“中秋节”及国庆节为主题，烘托喜庆的节日气氛。

(3)门外陈列标示企业logo的刀旗，门外设置大型拱门，店前设立大型主题展版一块，发布活动主题或张贴海报，门口用气球及花束装饰。

(4)精心卖场环境，活动期间人流量比较大，应当针对此次活

动做出相应调整，整洁、宽敞为宜。尤其柜台必须醒目、干净，布置大方、得体。

(5) 店内： 门口设立明显标示 logo 的接待处，条件允许的话可以设立专门的导购员或者品牌介绍员。 设立导示系统，设立明显标示企业 logo 的指示牌、店内的三角吊旗 中秋、国庆期间人员流动量大，店内相关区域应设立休息处，配备服务人员并进行礼品和宣传品的发放。店内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示品，并提供咨询服务。

2、具体细节

(1) 礼品发放处布置处放好打印好的表格和笔，登记购买顾客的一些个人资料(姓名、工作单位、家庭住址、联系电话(领取礼物后邀请顾客填写)，利于回访和建立长期合作关系。

(2) 产品的宣传资料、此次活动内容的单页等相关资料要准备充分。

(3) 工作人员要求统一着装，避免较大人流时找不见自己的人，造成不便。

(4) 店内建议配备音箱设施，但声音不宜过大，以免产生噪音。

1、电视的广告费用： 元。

2、条幅的设计制作费用： 元。

3、吊旗和海报印刷费用： 元。

4、促销传单印刷费用： 元。

5、促销礼品费用： 元。

- 6、舞台租赁和搭建费用： 元。
- 7、报纸宣传费用： 元。
- 8、 售后维修服务卡的制作费用： 元。
- 9、抽奖费用： 元。
- 10、代金券印刷费用： 元。
- 11、其他应急费用： 元。

促销活动，安全是第一位的，一定要注意消费者和店面的安全。有一些活动容易引发消费者之间的争执，如送礼品时，有人很早就来排队，但是有的人来的晚却要插队，这种情况事前要有所安排，要有人维持秩序，保证活动井然有序进行。各地店铺可以根据当地市场情况和自身能力选择适合自己的促销活动。促销活动要想产生效果，关键是要抓住顾客的心，抓住顾客的需求变化，哪怕是最朴实无华的促销活动形式，只要活动的实质内容能够贴近顾客的心，就能够打动顾客、吸引顾客。

前车之鉴，后车之师。活动结束后应对此次活动进行清算和评估，对销量、盈利、费用等各相关事宜进行整理。并总结此次活动的效果、宣传是否到位、礼品发放是否有吸引力、服务员在活动中是否能很好的完成任务、活动是否有效额吸引人流、价格方面是否存在优势、那些活动更吸引消费者眼球等各个方面进行总结，为下次做大型促销活动积累经验。从中找出不足和在实施过程中出现的问题。（备注：以上为营销策划建议仅供参考，各店还需根据店铺的市场实际情况选择相应的产品配置，套餐配置，销售政策，宣传物料及礼品奖品的设置）

汽车营销活动策划方案篇八

为欢度父亲节以及感谢新老车主顾客的支持，很多汽车4s店会在父亲节隆重举行感恩父亲节活动，凡是光临本店的新老车主顾客都会获得大礼品一份。礼品主要是汽车用品，例如：坐垫、饰品、还有其他用品。

2、父亲节团购汽车

团购是近年来非常流行的一种购物模式，在父亲节前后，汽车4s店可以发起某一个车型的大型团购活动，主要目的是借节日知名搞促销，达到销售的最终目的。团购的好处是噱头大，能大范围引起关注，此外，在价格上有相对的优势。不仅仅是汽车可以搞团购促销，其他礼品和汽车用品也可以用团购的方式做活动。

3、关心父亲，免费修车

父亲的爱车有多久没有进行全面检测、维修了？在这个温馨的父亲节4s店为广大的父亲们举行免费的维修活动，让父亲开着爱车，到店免费进行温馨的检测。

4、健康出发，关爱父亲

父亲节最温馨的礼物就是送健康、送关爱4s店可以为父亲们举办免费健康体检、或者是赠送一张健身中心的年卡给他，甚至可以是父亲喜爱的单项运动的健身卡。

汽车营销活动策划方案篇九

大众汽车是由上海大众和一汽大众组成，两个合资企业的产品实现互补，面对不同的消费人群，设计出适合不同消费层次的车。目前，新款奥迪a4新款宝来和速腾已落户一汽大众，斯科达与上海大众的合作也尘埃落定。一汽大众的产品侧重于

“时尚型、精英型”，而上海大众的产品则侧重于“经典型、典雅型”。集团的目标是为消费者提供安全、环保、有吸引力、有竞争力的汽车产品。中国目前是大众汽车的最大市场，大众汽车计划在20xx年之前实现在华汽车年产量达到400万辆。中国每售出的5辆新车中有一辆是大众汽车品牌。同时，大众汽车最早进入中国的国际汽车企业，在中国老百姓的心里已经有了一定的成熟的影响力，迄今为止已拥有了一部分的忠实客户。

- 1、让消费者直观的感受到大众汽车的各种性能。
- 2、通过节目赞助，来提高覆盖面和影响力，从而促使销量的上升。
- 3、让大众们亲身体会，来拉近距离，提升品牌形象。
- 4、卖车的同时维护好车主关系，为后期利用车主开展“代销”奠定更加坚实

男性车用车包括朗逸，新领驭，途安，桑塔纳；女性乘用车包括朗逸□polo□甲壳虫等等。

对于年轻群体，朗逸□polo□甲壳虫比较适合，价格还有外观都符合他们的需求；对于喜欢普通实用车的群体可以选择桑塔纳；对于商务人士适合选择新领驭，沉稳典雅。对于家庭一起出行的消费群体，可以选择途安，空间大，舒适安全。

四、活动主题

服务大众、贴近大众、丰富大众——大众伴你行

- 2、对于还在预售的车型进行视频的播放宣传
- 3、借助一个车型品牌来扩大整个大众品牌的影响力。（最近

一档很火的综艺节目是由大众凌度赞助的) “奔跑吧，大众”：让几款不同的大众车在一条道上行驶进行，让消费者亲自驾驶，直观感受。

4、对于购买的车主，我们赠送：

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励500元代金券，购车时可抵现金。 服务二：当天服务站技术专家对社区车主进行免费检测、免费检查胎压、免费添加机油、免费添加玻璃水、免费添加防冻液等数项免费服务，并且当场办理6折维修会员卡。

1、受众将对大众汽车有一个更加深刻的了解，品牌形象提高的同时，销售量也会提高

2、预售的车型也将会得到好评

1、平面媒体：报业公司

2、电视媒体：**电视台新闻

3、网络媒体：各大网页的宣传

将与婚纱影楼、家私、地产等行业共享客户资源，进行大型的联展活动，把不同行业的资源充分利用起来，达到多赢的局面。

活动方案策划方案的创意修订1500元

活动现场控制以及活动现场和用户的互动 1000元 活动现场的宣传报道 500元