# 五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案(4篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-06-29

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案篇一活动对象...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案篇一**

活动对象：河南省内的中高收入且富有爱心的人群

活动主题：炎炎夏日、丰田陪学子一起前行

活动时间：2024年5月1日至3日

活动地点：郑州市内的各个丰田汽车直营店

广告配合方式：电视台(河南卫视)、报纸(大河报)、 电台(河南交通广播)、 户外广告(现有的丰田汽车户外广告) 、店内、网站

活动方式：

买丰田雅力士(9.2——12.56万元)、丰田威驰(8.95——11.99)、丰田卡罗拉(12.78——17.28)三款车可以以客户的名义向河南省红十字会捐出500元以支助上不起大学的贫困高考毕业生，与此同时完全购车后凭购车凭据可获得500元现金(顾客可以把这500元钱捐出)或者凭此单可获得700元的汽车服务

买丰田普锐斯(25.98——27.98)、丰田凯美瑞(18.28——28.38) 、丰田锐志(21.68——35.68)三款车可以以客户的名义向红十字会捐出1000元的现金以以支助上不起大学的贫困高考毕业生，与此同时完全购车后凭购车凭据可获得1000元现金(顾客可以把这1000元钱捐出)或者凭此单可获得1500元的汽车服务

回款单必须在购买车15天内寄回(回款单上设计有本次活动的三种选择《现金 捐款 汽车服务》)

寄回回款单并且捐出钱的的客户将会会收到一份公司寄回的小礼品(礼品带有编号)和捐款证明，在9月15日举行抽奖仪式

获奖的客户可以获得一年的汽车服务，并以客户的名义向贫困学生捐出一台电脑(红十字会)

前期准备

1、活动前宣传

a 活动开始前一周(4月24日到30日)在河南电视台进行每天黄金段的广告宣传

b活动前开始前一周(4月24日到30日)在大河报进行广告宣传

c活动开始前一周(4月24日到30日)在河南交通广播进行整点高强度的宣传

d活动前半月(2月15日到30日)更换丰田车在河南省内的部分户外广告为此次活动内容

e活动前一月在丰田车各个销售点进行pop 海报等店内宣传

f丰田车网站主页宣传

2、店址选定：

a、前中期：郑州市内的各个丰田汽车直营店

b、后期;选定郑州市区内一家丰田汽车直营店

3、人员安排：成立专门的促销执行小组对本次活动进行具体的操作以及一些紧急情况的处理在前期对其进行专门的人员培训

五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案篇二

一、活动事项

1、活动时间

20\_\_年8月22日--23日

2、活动地点

\_\_汽车销售公司(待定)

3、活动主题

七夕中国情人节

4、活动名称

全城热恋，hold住爱情

5、活动促销车型

捷达、新速腾、迈腾

6、活动适宜人群

单身男女、情侣、夫妻

二、活动简介

当今现在的白领男女以及时尚青年，在现在的这个社会已经成为了主体，而他们对购车的需求也逐渐增加，在选择自己爱车的同时，更注重了对汽车的品牌以及质量问题。\_\_为汽车行业中的领先者，为更多不同阶段以及不同需求层次的顾客开发出许多车型，更适合现如今人们的需求。

在这个中国传统而又神秘的节日——“七夕”里，举办本次\_\_指定车型促销活动，让那些想购车的年轻朋友找到了动力，让那些还没有购车欲望的朋友激起了希望!

三、活动背景

“七夕”情人节对都市中的爱情男女来说充满了神话色彩。七夕情人节才是俊男靓女表达心意的最好时机。值此节气，各大商家都会对做出特别的推广活动。虽然如此，但是以往各大商家在情人节期间的促销活动不外乎打折优惠，抽奖等，大都缺乏新意，因此没能达到预期的效果。试想一下，追求天长地久的爱情岂能打折?

因此我们便在此背景下推出我们的七夕活动策划，以求能够造成一定的轰动效应。

四、活动目的

1、通过此次活动，扩大\_\_汽车销售公司在\_\_地区的影响力。

2、通过本次活动让现代年轻人更了解\_\_汽车理念，更了解中国传统节日，做到\_\_汽车行业里的佼佼者。

3、通过此次活动造成一定的轰动效应，通过各媒体的宣传，扩大本公司在\_\_的社会影响力，扩大更为广泛的宣传渠道。

4、通过活动聚集人气，激发顾客产生购车欲望，从而把产品卖出去，使商家达到“只出一分钱，获得百分利”的市场效应。

五、活动主办方

\_\_汽车销售公司是\_\_地区最大的一家以销售\_\_品牌的汽车销售公司，主营车型包括：速腾、捷达、迈腾、宝来、高尔夫、高尔夫gti、一汽大众cc。\_\_一直以推广\_\_品牌车型和品牌文化为己任。

六、活动内容

1、爱情大放送

凡在活动当天到\_\_汽车销售公司展厅参加活动的顾客，我们都会送上一份精美的“爱情大礼包”(内容待定)，礼包发送按照单身，情侣，夫妻来发放，内容不一。情侣：情侣衫，情侣杯，情侣手机外壳等;夫妻：夫妻枕，夫妻夏凉被等;单身：单身杯，单身t恤等。

2、购车打折再优惠

在促销活动日期内，预定或者现场购买本次活动促销的车型，可参加“幸福百宝箱”抽奖活动，最高奖项可获得价值3000元购车优惠现金券一张!

(待定)奖品设置：

一等奖1名，价值3000元购车优惠现金券一张，可到店领取，不可兑换现金!不可用于商业交易!只限于迈腾车型!

二等奖2名，价值20\_\_元购车优惠现金券一张，可到店领取，不可兑换现金!不可用于商业交易!只限于新速腾车型!

三等奖3名，价值1000元购车优惠现金券一张，可到店领取，不可兑换现金!不可用于商业交易!只限于捷达车型!

恩爱奖5名，价值512元“汽车保养套餐”券一张，可到店领取，不可兑换现金!不可用于商业交易!

幸福奖10名，获得“车饰精美礼包”一份，可到店领取，不可兑换现金!不可用于商业交易!

3、玫瑰玫瑰我爱你

当顾客走进活动现场门口时，工作人员会送上一束靓丽的玫瑰，并说上一句甜蜜的祝福语，让顾客心里对本次活动的服务给予满分!

4、爱情大声喊出来(互动)

邀请现场台下的男生或女生，鼓励大胆向心爱的人表白或者求婚，将自己的爱与所有人分享，如果被告白或求婚的人在现场，并接受告白和求婚，主办方会送出“捷达大礼包”一份。(礼包内容待定)

5、爱情传递(互动小游戏)

邀请现场台下的情侣夫妻，为一个组合进行游戏比赛。选手利用现有的三块地毯，以传递的形式使两个人共同到达所规定的地点，用时最短的一对组合，则为获胜，获胜的组合可获得主办方送上的“迈腾礼包”一份。(礼包内容待定)

6、爱情星光大道

当一对对情侣走在我们“爱情星光大道”上的时候，就仿佛走在颁奖礼的红毯之上，享受至尊级别的待遇，在幸福和浪漫中走进我们活动现场的展厅。

7、爱情签名墙

当一对对情侣走进活动展厅，在“爱情签名墙”写上彼此的姓名，用一颗红色的心把两个人套在一起!祝愿他们彼此幸福美满。

8、爱情百老汇(开场)

展厅里动感的音乐，舞台上奔放的舞蹈，让顾客有种走进一个盛大时尚派对一般，在音乐的海洋中，顾客可以随意体验本次活动展销的车型。

9、爱情许愿车

在当天活动开始之前或者活动中，填写“爱情卡片”(注名以及联系方式)并贴在“爱情车”上的顾客，可以再活动结尾时，主持人会随机从“爱情车”上选取10张“爱情卡片”并公布出来，被公布到的顾客可以活动两张价值50元的全球通3d电影票一张(待定)，如果公布的顾客不在现场，则需要主持人从新再从“爱情车”上选取!

10、爱情公共墙

在活动现场准备一台投影仪和一台可以上网的笔记本用来操作，现场的观众可以根据公共墙上提示的内容，发送短息至\_\_发表自己的“爱情宣言”以及单身男女的邂逅。该技术由人人网公共墙主页提供。

七、活动安排

1、热场

通过劲爆的音乐和车模的展示，吸引店内正在看车的情侣以及其他顾客，为现场活动增加人气，更容易发掘其中的潜在顾客!

2、开场

开场音乐：《因为爱情》歌手演唱，主持人介绍本次活动的相关内容以及活动中的奖品和游戏等，更容易吸引路人的眼球，同时中间穿插着产品的介绍!

3、游戏

在之前的歌手演唱之后可是两个活动小游戏，在游戏过程中促进情侣之间的感情，让公司的形象更容易被接受!在游戏过程中，主持人应随时找准时机再次介绍活动的内容以及促销内容和产品的相关内容!

4、试乘

在表演之后可根据现场秩序，安排拥有购车欲望的顾客进行“新车试乘”环节，在顾客试乘的过程中，主持人采访顾客试乘的感受。

八、活动宣传

1、网络宣传

\_\_车友会网站、\_\_论坛、\_\_网汽车论坛、\_\_百度贴吧、\_\_官方腾讯微博、新浪微博、人人网公共主页等

2、平面宣传

\_\_晨报、\_\_车友会杂志、\_\_美图生活杂志等

3、有声宣传

\_\_人民电台广播fm92.6

九、合作商家

媒体：新浪、腾讯、人人网

支持：\_\_网站

十、活动主办/协办

活动主办方：\_\_汽车销售公司

活动承办方：\_\_文化传播文化有限公司

活动协办方：\_\_网站(待定)

活动赞助商：\_\_全球通电影城(待定)

十一、前期准备

活动当天舞台背景喷绘布、活动dm单、活动大幅海报、活动现场易拉宝、活动现场所需玫瑰花、游戏道具、抽奖道具、演出歌手、产品内部模型、现场工作证等

五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案篇三

五一假期让大家开始放松，却让商家们开始紧张，对于汽车商家来说，更是如此，假期的到来，预示着五一汽车促销活动的开始。五一汽车促销活动年年都搞，年年都有收获，但随着产品、促销样式等的同质化，要想取得好效果，就得多费点力气了。

这里为大家准备了一些常用的汽车促销招数，希望可以帮助大家更好的完成五一汽车促销活动。

五一汽车促销活动招数之一：赠送礼品

这是车商使用最多的一种方式，即向购车客户赠送价值一定金额的礼品，如装潢、贴膜以及保养券等各类抵扣券，而最近送\_\_的也逐渐多了起来。如果车商打出的广告中有“超值大礼包”这样的字眼，那么基本上就属于此类了。

五一汽车促销活动招数之二：送交强险

不少车商就利用消费者觉得交强险费用高的心理，推出买车送交强险的活动。交强险基本上没有折扣，而且是必须要投保的，因此有不少消费者觉得特划算，相当于车价减了\_\_元。

五一汽车促销活动招数之三：买车送油卡

这也是车商普遍使用的招数。油太贵了，很多消费者因此对买车的事望而却步。车商往往一送就是几千元油卡，够消费者开一年半载的了。在这样的诱惑下，很多消费者就会盘算一下第一年的养车成本，一看不高的话就会加快购车步伐。

五一汽车促销活动招数之四：无息按揭

无息按揭由\_\_一家车商去年首推，顾名思义就是按揭款无需支付利息。购车人支付\_\_%的车款后，余款需在两年内还清。一辆\_\_万左右的汽车，以无息按揭的方式购买的话，至少可以省下\_\_万元利息。

五一汽车促销活动招数之五：重奖老客户

朋友、同事推荐，这是影响多数消费者购车的决定性要素。在汽车营销中，这叫口碑效应。于是车商就在这方面动起了脑筋，比如一汽丰田经销商就曾推出过此类活动：老客户凡是成功介绍新客户买车的，就能获得数千元的奖励。要是真有朋友、同事叨念着他开的车子如何好，不心动才怪呢。

五一汽车促销活动招数之六：竞价销售

几个消费者相互竞价，价格最高者享有购买权。曾经使用的经销商打出“我买车我定价”的口号，吸引了不少消费者前往展厅。

五一汽车促销活动招数之七：买车送股票

杭州一家上海大众经销商推出买车送股票的活动。凡购买一辆\_\_，就可获赠\_\_股上\_\_汽车股票，由车商为车主当场开户，并邀请证券分析师为车主剖析股市行情。

五一汽车促销活动招数之八：包牌销售

包牌销售即销售前就上好牌照。\_\_发放“\_\_”号牌时，天津一汽经销商打出了包牌销售的促销手段，由于车牌号是“\_\_”打头的，这批车辆很受欢迎，经销商仅有的8辆包牌车一抢而空。

五一汽车促销活动主题 大众汽车五一促销策划方案篇四

一、 目的

满足用户合理需求、减少用户抱怨、降低用户投诉、提高用户满意度、确保不发生媒体曝光事件、保障市场稳定，确保顺利渡过\_\_年度“3·15”消费者权益保障日，提升\_\_汽车美誉度。

二、 活动内容

(一) 重点用户的排查及处理：

1、定义

1) 用户的背景特殊性(电台、报社、记者等)。

2) 用户直接致函、电至新闻媒体(电台、报社等)。

3) 用户因同一性故障(包括一般性的故障维修)投诉800热线两次以上且问题未处理完毕。

4) 重大责任事件(如火灾、事故等)，但迟迟未完全处理完毕。

5) 服务网点因技术类问题一直未能解决，致电/函我部要求处理类。

6) 保修期内同一辆车单月索赔次数在3次以上的;

7) 三包期内非正常损坏的同一故障，在二个月内更换过二次以上的。

8) 用户将车放置服务站内拒绝维修的。

2 、范围

所有\_\_汽车用户(包括美鹿、杰士达用户)。

3、级别分类

1) aaa级用户(已联系媒体或消协等部门，并极有可能采取曝光或其它极端形行为)，定为急需处理，处理周期不得超过5天;

2) aa级用户(到经销服务商处闹事，扬言曝光，或具有一定社会背景)，定为协商处理，处理周期不得超过3天;

3) a级用户(提出无理要求，可能造成投诉升级)，定为协商、稳定和安抚，处理周期不得超过2天;

4、排查

由各大区销售服务经理负责自管辖区的服务网点，跟进并收集网点填报的《\_\_汽车重点用户排查表》(表附后)，销售服务经理对网点填报的真实和有效性进行审核后，报大区经理和协理，同时于2月25日前统报一次，25日之后出现的重点用户另行当日申报，以e-mail方式申报。

本通知将纳入服务站日常考核顶，如逾期不报的，公司将根据考核结果给予处罚。

三、售后服务活动的实施

1、 必须督促服务商根据\_\_汽车“3.15”服务活动进行仔细作业，(具体操作按照服务活动通知执行)，达到以下目的：

1) 作好用户参与活动的登记工作，完善终端客户档案。

2) 提前发现重点用户，及时处理，杜绝用户投诉或抱怨的升级。

3) 筛选出忠实用户，进行正面宣传。

4) 为服务商增加客户保有量，防止用户流失。

四、配件组织工作

1、 备查各服务网点的备件库存量，督促各服务网点制订“3.15”配件保障计划，进行合理的配件库存准备，确保各服务网点配件合理、齐备、充足。

2、3月5日至3月25日之间，对于重点用户的缺件调用，可直接从配件中转库调出，大区协理或大区经理签字后，向配件中转库办理代借手续。如配件中转库无此配件，立即联系当地经销商拆商品车修复处理，或致电公司后，航空发运。

3、服务网点的担保发货：

1)1万元以内的配件货款，由区域经理、大区协理签字即可从配件中转库出库，或直接由公司以快运或航空方式发运。

2)2万元以内的配件货款，由区域经理、大区协理、大区经理签字即可从配件中转库出库，或直接由公司以快运方式发运。

3)2万元以上的配件货款，由区域经理、大区协理、大区经理签字后报统筹组组长廖雄辉签字即可从配件中转库出库，或直接由公司以快运方式发运。

3月25日至3月31日之间进行前期配件担保的补办事宜。

五、经销、服务网点应对方案

设立“3.15”专项岗位，人员名单及方案报备公司，具体要求如下：

1、实行24小时热线服务制度。

2、 确保一次性故障解决率，注重服务态度。

3、 实行“3.15”现场活动监督、参与及派人蹲点。

4、协助销售、服务经理对当地媒体、消协、工商、质检等单位进行拜访。

5、 建立重点用户台帐，并建立危机预警机制。

6、对重点用户的挖掘和排查。

7、建立市场用户回访机制，并对重点用户进行不定期电话回访，必要时进行上门走访，个别用户实行24小时监控。

8、保证配件的供应，保证优质的维修保养工作。

9、按要求及时、有效的向销售服务经理汇报工作。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找