# 2024年汽车促销活动方案总结(五篇)

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-07-01

*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。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。汽车促销活动方案总结篇一活动时间：20--...*

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。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**汽车促销活动方案总结篇一**

活动时间：20--年8月22日--23日

活动地点：--汽车销售公司(待定)

活动主题：七夕中国情人节

活动名称：全城热恋，hold住爱情

活动促销车型：捷达、新速腾、迈腾

活动适宜人群：单身男女、情侣、夫妻

【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--的朋友激起了希望!

【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。

【活动目的】

1、通过此次活动，扩大唯达长齐汽车销售公司在淄博地区的影响力。

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，做到淄博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，扩大本公司在淄博的社会影响力，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--，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。

【活动主办方】

--汽车销售公司是--地区的一家以销售----品牌的汽车销售公司，主营车型包括：速腾、捷达、迈腾、--、高尔夫、高尔夫gti、----cc。唯达长齐一直以推广----品牌车型和品牌文化为己任。

【活动内容】

1、爱情大放送

凡在活动当天到淄博维达长齐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，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2024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----x发表自己的“爱情宣言”以及单身男女的邂逅。该技术由--网公共墙主页提供。

【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--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。

【活动宣传】

1、网络宣传

--车友会网站、--论坛、--汽车论坛、--贴吧、--网公共主页等

2：平面宣传

--晨报、--车友会杂志、--生活杂志等

3：有声宣传

--人民电台广播

【合作商家】

媒体：--

支持：--

【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：--电影城(待定)

【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

**汽车促销活动方案总结篇二**

一、活动背景

宝马汽车凭借国内外品牌知名度和美誉度，经多年以来销售量得到大幅度的增长，已是有口皆碑;同时在适当时机提供更高品质服务满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的享受生活，为市场提供的、最有影响力的服务，成了宝马汽车的理想与抱负。宝马汽车借助公益活动走进社区、广场，与目标客户群零距离的接触与互动，将受到各界的关注，提升更高的品牌地位，让品牌深入民心，进一步得到消费者的肯定，最终成为宝马汽车最忠诚的客户。

二、活动目的

1、与目标消费者追求尊贵、地位、身份、品牌、、时尚、安全性、高品位的特性完美结合，满足消费者的心理需求。

2、借夏日人们向往的轻松心理，推出个性、时尚、轻松、公益的活动形式，让消费者体验夏日的轻松心情。

3、通过品牌与公益结合，提高媒体炒作，促进销售力。

4、通过系列活动拉近消费者与宝马的距离，提高公司的品牌形象。

三、活动重点

1、针对客户：追求时尚、尊贵的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。

2、针对媒介：通过公益性活动将吸引众多媒体关注，成为他们宣传的焦点，促进消费者的购买行为，创造品牌氛围和产品价值。

3、针对企业：了解消费心理，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

4、针对行业：不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

四、效果评估

1、在这一系列的活动过后，将会给宝马汽车销售带来质的飞跃。市场将对宝马汽车有了更高层次明确的认识和印象!

2、势必会成为社会和媒体关注的焦点.对树立宝马汽车品牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用!

五、活动时间及地点安排(待定)

六、活动内容

1、“关爱儿童成就未来”，由宝马汽车与大型社区携手举办的互动活动，吸引了社区众多小朋友热情地参与，小朋友在老师同家长的帮助下，绘画了属于他们心中的最喜爱的宝马汽车——“我心中喜爱的宝马儿童绘画巡展”。充分发挥了孩子们的想象力以及热爱汽车的激情。

2、“品位生活共鉴非凡”

“宝马品质生活尊贵夜”，与业主们一起共鉴非凡，品鉴生活，共同分享品质生活带来成功与喜悦。香车美酒，拉丁表演，各类展品融合在一起，带来了一个美好的盛会。分享非凡时刻，传递品质生活，与广大业主一起共同分享宝马品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”——宝马完美驾乘分享活动，为期一天的从化道路深度试驾及寻宝体验，让客户在体验车辆性能的同时,加入更多的轻松元素。期间城市道路、快速路、高速路段、乡镇道路的各类道路体验，更是让各位充分体会到了宝马的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是宝趣玫瑰园，玫瑰园的清香也给此次旅途增加了几分温馨浪漫的乐趣。

4、“精彩电影与您共赏”播放了各类--大片，受到社区各业主的喜好及欢迎，开放式的电影带给大家很温馨的感觉，虽然没有电--的那种震撼，但更多的带来的是回忆及一家人在一起观看的乐趣。

5、汽车安全公益讲座

主持人和嘉宾将专业的汽车知识化解为容易让人接受和理解的真实案例传递给业主，纠正驾乘者日常生活中常犯的错误。与业主有一个面对面的接触机会，把安全汽车生活的理念带给业主，就是倡导业主在享受汽车带来乐趣的同时，更能过上安全的汽车生活。此次活动结合了趣味安全游戏，直观现场演示，把枯燥的安全知识生动地传达给了活动中的每一个人。

6、汽车日常保养讲座

7、网上车市、供车、改装等咨询活动

8、现场征集意见和建议

9、汽车模特、美女表演

10、汽车音响、汽车改装(酷车)展示

活动中，众多客户体验到了宝马品牌一贯的“突破科技，追求卓越”之精髓，同时也为社区带去了丰富多彩的文化生活，秉承着宝马的尊贵性，带给更多客户尊贵的享受。

七、现场服务

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励500元代金券，购车时可抵现金使用。

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。

八、整合资源

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。

九、联合营销

同时邀请汽车影音导航厂家、汽车内饰用品厂家、汽车外饰用品厂家、自驾游备厂家等借助平台进行品牌宣传、互动与销售。

**汽车促销活动方案总结篇三**

一、营销背景

该博览中心占地面积达6000平方米,条件得天独厚,管理先进，后期服务及其相关的工商、税务、银行、交管等配套服务齐全，能够为客户提供一体化、全面化的优质服务，使广大的汽车以及其他附属行业的经营者能够轻松的经营，免去多个烦琐程序。为广大的汽车及负数行业的经营者提供了一个更加完善的;有着广阔市场前景的现代化汽车交易场所。

为了更好的开展宣传活动，提高知名度，能够使南方汽车博览中心在大众的心目中有更高好地位，营造声势，前期的广告能够合理的、科学的运做;顺利的实施，受其委托，特安排制定南方汽车博览中心前期的广告投放计划。

二、市场分析

1.市场环境优势分析

a.樟木头汽车博览中心位于莞惠公路旁，公路、铁路等运输纵横交错，交通十分便利快捷，本中心以樟木头为中心，辐射塘夏、清溪、黄江、谢岗、大朗、凤岗等周边镇区，地理环境非常优越。

b.樟木头具有“小香港”之称，是广大港、澳、台外商投资和居住很集中的地方。周边镇区有着密集的制造业和加工业发达，在今后的几年中，樟木头的经济将会飞速的发展，为南方汽车展览中心创造更加优越的经济环境。

c.随着经济的进一步增长，人民生活水平的逐步提高，汽车以及其附属行业将会有一个新的飞跃，在今后的几年，汽车的消费将会是大众的主流消费，家庭和个人用车将更加普及，而汽车的消费将更加的贴近大众化，这些都为樟木头南方汽车博览中心的今后发展创造良好的市场机会。

2.自身优势分析

a.现东莞及其周边的汽车销售较为零散，而且大部分的配套服务设施不是很完善，南方汽车博览中心是东莞及其周边地区的第一座现代化汽车交易市场，该中心的落成将会吸引更多的汽车及其附属行业的客户关注，并咨询投资，市场前景非常广阔。

b.自身环境优越，占地面积大，整个博览中心布局合理，大型停车场、展厅、交易厅等相关配套设施齐全完善，是集销售、售后服务、配件供应等为一体的综合性汽车专业交易市场，整个中心设计高、质量好，是东莞乃至整个珠三角地区设备先进、功能齐全的第一个高级汽车交易中心。

c.高品质的服务，工商、税务、交管、银行、保险等服务配套设施将进场办公，将会为汽车的交易免去很多烦琐的程序，使整个汽车交易更加快捷顺畅。.会员俱乐部、信息中心等相关配套设施完善，能够为客户提供优质的一流服务，为汽车及其附属经销商提供汽车文化，新车投放以及现场促销等活动，并配有汽车美容、装潢的项目，使整个交易中心更加规范化、一体化。

d.南方汽车博览中心的，通信、语言查询、数码演示、信息发布、电子摄像等硬件设施也很完善，装饰豪华典雅，经营环境舒适温馨。

三、前期市场策略

1.紧抓市场机会点为重点，进行大幅度宣传，使所占的优势能深入人心，吸引更多的汽车以及其附属行业的经销商和生产商来投资。

2.尽量展示自身强大的优点，扬长避短，来扩大知名度和美誉度。

3.早日导入cis系统(企业形象识别系统)，实现闯的市场战略目标。

4.引用现代的管理模式和高品质的服务，树立良好的企业形象，提升企业美誉度。

四、前期广告策略

1.广告定位

前期的广告定位应合理的考虑到有利于后期的广告投放计划，以及广告的具体实施。建议采用南方汽车博览中心的配套服务优势来作为广告定位。

2.广告诉求

以理性的广告诉求为广告诉求点，用实实在在的的事实去说服人，以便在实际的操作中，有利于广告的操作。

3.广告目标

争取在开盘前来通过广告和其他的宣传手段相结合，使南方汽车博览中心在开盘前就能够深入人心，在市场中占有一定的地位。广告宣传的目标应该放在各个汽车经销商，以及其零配件和汽车美容、装潢等的生产商和经销商。在他们中间创造良好的信誉提升自身价值，以便吸引更多的客户来咨询投资。

五、媒体分析

a.在众多的广告媒体中，东莞地区主要以电视、报纸、户外、网络、电台等几种广告媒体为主。其中电视、报纸和电台的广告效果比较明显，选择性、针对性较突出，能够直接到达受众。户外广告的起效较慢，但是最容易树立良好的企业形象。

b.在有声广告媒体中，电视、电台有国、粤语两种语种，而对广告目标而言，对两中语种的节目没有很大的偏爱。

c.媒介利用应遵循广告的整体策略，分阶段式投放，更加的接近目标群，简化传播途径，有效的利用广告资源。

六、告媒体投放计划表

投放时间投放媒体广告形式广告目的投放方法备注。

20--年12月《南方都市报》汽车专刊、传单、礼品广告的定制企业形象宣传广告提高知名度、树立良好的企业形象。报纸每隔一期投放一次。

20--年1月《南方都市报》汽车专刊、《东莞日报》汽车专刊、自身网站的建设。企业形象宣传广告树立良好和企业形象、扩大影响力。报纸每隔一期投放一次。

20--年2月《南方都市报》汽车专刊、《东莞日报》汽车专刊、深圳特区报、电台广告由企业形象宣传广告转为招商投资宣传广告在广告目标范围内扩大影响力。获得好评，提升美誉度。报纸每隔一期投放一次，电台每天两次，户外广告的制作。

20--年3月《南方都市报》汽车专刊、《东莞日报》汽车专刊、深圳特区报、深圳商报、樟木头电视台、东莞三套、户外、电台广告、完成网站的建设企业形象宣传广告与招商投资广告相结合吸引更多的客商咨询投资报纸每天一次，电台每天四次，户外广告的发布，电视广告开始制作。

20--年4月《南方都市报》汽车专刊、《东莞日报》汽车专刊、深圳特区报、深圳商报、樟木头电视台、东莞三套、翡翠台、明珠台、户外、电台广告、完成网站的建设、杂志广告。招商投资广告、软文操作。吸引更多的客商参观、咨询、投资报纸每日一次电台每日四次，杂志刊登，电视广告每日两次报纸软文操作、杂志视实际情况而定

七、备注

本方案为樟木头南方汽车博览中心前期(20--.12—20--.4)广告计划，如有不妥之处，还需进一步的沟通和深化，以便力求完美。达到所想要的效果。

**汽车促销活动方案总结篇四**

一、活动背景

作为中国销量第一的微型车生产商，--------------股份有限公司目前年生产能力达18万辆，

汽车促销活动方案。正在扩大中的--------------预计到--年年生产能力达到336,000辆。

公司生产的产品包括商务用车、微型厢式客车、微型双排货车、微型单排货车四大系列共210个品种车型。--年12月，上汽通用五菱开始生产雪佛兰spark微型轿车，这也是首次在国内生产雪佛兰品牌的轿车。

上汽通用五菱共有400家经销店和400家售后服务网点密集分布在全国的29个省市自治区。--年上汽通用五菱共销售180,188辆汽车，比去年增长了22.8%。通过上汽通用五菱汽车股份有限公司在国内的知名度和美誉度，多年来汽车销售量大幅度的增长，在目标市场是有口皆碑。今以独特的新款在适当的时机满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的体验生活，为市场提供的，提供惠的，成了上汽通用五菱汽车股份有限公司的理想与抱负。做微车，需要口碑。湖州菱通汽车有限公司抓住契机，在元旦期间，在湖州三县两区进行进一步的宣传。

二、活动目的

■鉴于微车市场与目标消费者追求口碑好，强动力，售后服务好的特性，满足消费者的心理需求。

■借人们向往的轻松时尚心理，推出个性、时尚、绚丽的新款雪佛兰spark，让消费者体验工作之余的轻松心情，

■借助五菱小旋风“能拉能载”的概念操作，借势推出新产品——单双排“小旋风”车，进一步提高产品的非常空间概念。

■通过活动拉近消费者与车的距离，提高湖州菱通汽车有限公司的品牌形象。

三、活动重点

■针对客户：追求轻松、时尚、品位的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。(雪佛蓝spark)，追求高效益，强动力，低风险的消费需求。(五菱微车)

■针对公司：了解消费者心理，看清市场需求，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

■针对行业：不可低估其他品牌竞争，认清品牌定位和产品的功能价值，不能落后。

四、活动方案

■活动方案：通过在湖州的各个地区举行小型车展，吸引目标客户，促进购买行为，提升品牌形象。

■活动内容：营造一个轻松的活动氛围，给人一种轻松购车，自由购车之感，与同行业产生差异化。

具体操作：

1、 湖州市区：宣传单先行

方案1、①在湖州菱通汽车有限公司(陵阳路1198号)门口摆上大型的拱门(可以的话大型的气球)，②彩旗③标语提示，活动优惠提示。

方案2、湖州前村，原因：由于湖州东边土地征用，属于新农村，农民手里有征用款，而且买车跑运输或者载客是不错的维持生计的方法。

2、 长兴地区：宣传单先行

开往夹埔方向，三峡移民区。原因：三峡移民区的消费者没有生活保证，工作也没有，没有经济来源，买车跑运输或者载客是一种方法，另外国家有优惠政策3年(省一些手续费用)。

3、 安吉地区：宣传单先行

在县城广场，县政府门口，人口流动密度高的地区搞车展，拱门，横幅。ps：例如孝丰，杭垓等边远山区，搞乡镇宣传，宣传单先行。因为路途较远，可以事先电话联系。

**汽车促销活动方案总结篇五**

一、目的：

以--汽车为主体，整合公司多顶业务内容，协调公司下属各单位，采用灵活有趣、富有创意的多种宣传方式，达到增加销售量、扩大--汽车影响力及知名度、提高明晨商贸品牌价值的最终目的。

二、活动主题：

首付--元分期付款低价格大空间--汽车贷回家

三、活动时间：

20--年(具体选定)

四、活动标语：

大空间低油耗首付----汽车贷回家

五、宣传方式及活动内容：

1、26个乡镇醒目位置悬挂活动主题26条横幅双面或张贴活动海报100cm-75cm喷绘52张(交广告公司处理)

预算：条幅约3600元喷绘约600元

2、县城各醒目地点张贴活动海报100cm-75cm喷绘约100-300张(交广告公司处理)

预算：约1500元--4000元

3、活动宣传单发约3-6万份

预算：约4500元

所需人员：约2人

4、汽车游街，以本店其中新车或租借(2-4辆)与修理厂皮卡车(2辆)组成，新车居中，皮卡做为广告车一前一后。(如图展示)

(1)用kt板及广告写真纸制作--汽车标志，置于第一辆皮卡广告车上，车身周围张贴广告主题内容，后厢敲锣打鼓。

(2)用kt板及广告写真纸制作1比2--汽车模型一辆，以人抬的方式置与后--卡广告车

所需人员：司机6名，敲锣打鼓2-3人。

预算：皮卡车身广告约300-800元汽车模型约300-400元

敲锣打鼓约150元/天皮卡租金约180元/天

5、县城中心广场活动：

(1)--汽车展示，邀请美女车模，汽车宣传单发放。

(2)租借2-3辆--汽车，举行汽车障碍挑战赛、慢行挑战赛，参与即有奖品。

所需人员：车模2-4人，汽车比赛裁判1-2人，宣传台、销售、礼品发放2人

预算：活动展台美女车模

6、向外拓展宣传，辐射周边范围，德保县、那坡县活动内容可如上1-5点或相对减少。

六、活动优惠项目及礼品

在兼顾成本的情况下，结合酒店与修理厂内容，

1、现场全额购车赠送，如座垫、脚垫、一年洗车卡、加油卡500元、酒店免费住1-2天或其他;

2、现场订车后付全额赠送，如座垫、脚垫、8月洗车卡、加油卡300元、酒店免费住1天或其他;

3、现场订车后分期付款赠送，如座垫、脚垫、6月洗车卡、加油卡200元或其他;

4、活动期间内订车后分期付款赠送(如座垫、脚垫、3月洗车卡、加油卡200元或其他;

5、汽车比赛礼品赠送：洗车体验卡、挂历、台历、过年吉祥物或其他;

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