# 汽车销售活动策划方案范文

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-02-01

*汽车的使用是个性权利的延伸和个人主动性的象征，汽车创造了崭新的价值观念和生活内容，整个社会的文化理念、心理素质、道德因素都发生了巨大变化。今天小编在这给大家整理了一些汽车销售活动策划方案，我们一起来看看吧!汽车销售活动策划方案1一、活动背景...*

汽车的使用是个性权利的延伸和个人主动性的象征，汽车创造了崭新的价值观念和生活内容，整个社会的文化理念、心理素质、道德因素都发生了巨大变化。今天小编在这给大家整理了一些汽车销售活动策划方案，我们一起来看看吧!

**汽车销售活动策划方案1**

一、活动背景:

世纪广场五.一车展是吉林市规模最大的车展之一，在江城有着广泛的受众群体。本次车展将吸引众多汽车商家前来参加，品牌众多、车型众多，同时将有大量的消费者前来参加车展活动，通过车展举办，势必刮出一股购车的新热潮。通用五菱品牌借此机会再创销量提升品牌知名度，促进销量增长。

二、活动主题：

五一逛车展 巨惠江城人

三、 活动目的：

通过车展的举办能提高五菱品牌的知名度，同时促进销量的增长，为进一步积累潜在客户和准客户奠定基础。

四、活动时间：

20\_\_年5月1日—20\_\_年5月3日

五、活动地点：

吉林市世纪广场

六、参与人群：

五菱品牌的潜在客户、参加车展目标客户。

七、前期宣传：

1、通过网站、广播媒体宣传预热五.一车展。

2、针对市区周边乡镇安排几次扫街活动，增加集客量。

八、活动内容：

1、车模秀：车模是车展必不可少的环节，本次车展邀请俊男靓女搭配混合走秀，吸引消费者前来观看。

2、精彩演绎活动：劲爆舞蹈、杂技或魔术表演增加现场的气氛。

3、互动环节：主持人与消费者互动，提问五菱先关知识，答对者获得精美的小礼品。

4、总经理签售活动(车展期间，每天的10点到12点之间和14点到16点之间内，订购五菱宏光V客户，均可获得由总经理签售价格，并且还赠送大礼包)

5、限量抢购送大礼活动：车展活动期间，现场订购任意一款车型前五名客户，除享受优惠价格活动外，还可以获得500元的油卡或是1000元店内消费卡。(待定)。

6、现场抽奖：现场留下联系方式的消费者，可以参加现场抽奖，奖品以水杯，鼠标、耳机等为主(待定)。

九、前期准备工作时间节点：

1、 4月15日开始前期媒体预热宣传，选择广播媒体和网络煤体。

2、 4月25日之前所有物料制作完成。

3、 4月25所有礼品、奖品采购完成

4、 4月25日—4月27日 四次扫街活动(市区周边五十公里范围内的主要乡镇)。

5、 4月28日之前演职人员、活动公司落实到位。

十、车展活动流程：

5月2日到3日，由于预算的问题，将不再安排演出活动。其他优惠活动照常进行，因此省略流程表。

十一、活动预算

十二、活动亮点

1、精彩的演出活动能够吸引大量消费者前来观看，增加品牌知名度。

2、互动环节可以增加客户对车型的了解，起到了软性宣传的效果。

3、抽奖环节放在演出节目后，增加客户的驻留时间。

4、每场节目演出后为总经理签售时间，以此为切入点，增加销量。

5、每天前五名购车消费者不仅享受优惠，而且还赠送大礼，让消费者产生竞争的心理，促进消费。

**汽车销售活动策划方案2**

一、策划目的

由于受到年初取消的购置税减免、汽车下乡、以旧换新等政策对车市产生了不利的影响，导致的整个车市低迷，我们公司也受到了车市低迷的影响，导致前半年车辆销售情况不理想。但是有分析指出居民消费物价指数CPI在6月份见顶，下半年宏观调控有望适度放松，GDP增速温和上行，随着9月份前后销售旺季的到来，三四季度，汽车企业有望迎来产销两旺的局面。鉴于此我们无论是处理库存还是提升销量，都必须把握好这个机会，争取在年内顺利完成任务。

二、当前的营销环境状况

1、当前市场状况及市场场景分析：

①奥迪汽车较早进入中国，人们对它性能，安全，舒适等都有不错的口碑，由于人们生活日益见好，社会经济发展快，随着人们对汽车行业的慢慢了解，奥迪汽车也将慢慢走近寻常百姓家，奥迪汽车前景反正大。

②奥迪汽车市场成长迅速，目前汽车正处于发展期，公司需发觉潜在客户，应把营销重点放在那些潜在客户，次之则进行宣传，在未来的几年甚至十几年内，需求量将会增加很多，需求量的增加说明奥迪汽车各方面的性能好，被人们所接受。

③对于消费者，在未来的时间里，人们对汽车的依赖性增强，人们的生活质量有很大的提高，在交通工具上将会选择更安全舒适的汽车，而奥迪汽车安全舒适，价格实惠，就会成为他们的首选，奥迪汽车市场发展前景广阔。

2、市场影响因素：

宏观环境

政治环境：

20\_\_年10月新汽车政策的颁布对泉州地区的影响不是很大

购置税税率上调至7.5%、汽车以旧换新力度度加大、汽车真实油耗统一分布、新能源汽车加大试点、政府采购50%自主品牌。

社会文化：

人们对奥迪汽车的品牌是肯定的，认知度比较高。

自认环境：

泉州地区交通便利，公路交通网线发达，人们对以汽车代步的欲望比较强烈。

经济环境：

泉州地区经济发展迅速，经济环境良好。

消费者经济：

生活水平逐渐提高，消费观念改变

微观环境

供应商：奥迪汽车整车、零配件供应商

营销中介：奥迪的代理商和经销商

顾客：奥迪是较早进入中国市场的，顾客对其认可度比较高

社会公众：是奥迪品牌的监督者和宣传者

竞争者：宝马、奔驰、别克

三、市场机会

1、行业分析

随着汽车工业的迅速发展，随着中国经济的快速发展，汽车消费者的普及，汽车逐渐成为了人们日常出行的主要工具，像冰箱、彩电一样也走进了寻常百姓家，购车后人们对爱车养车已渐入人心，时尚、个性、经济、实用成为有车族的追求目标。

2、竞争分析

汽车产业在中国还是新兴产业，未来场景大为可观，所以涌出汽车4s店，汽车配件行业企业等，但规模大小不一，市场开发手段落后，管理落后，经营模式落后，慢慢地就形成了行业的不正当竞争。一些大型维修企业效益不如人意，而小型路边汽车维修店悄然崛起，绝大多数缺乏科学管理，技术保障和正规的进货渠道。

3、消费者分析

目前的汽车后续服务满足不了车主的高标准要求，众多业内人士已经开始积极的探索行业新的发展之路，取而代之的是：品牌店——品牌店美、店面形象好，经营规范，服务意识强，质量可靠的汽车美容养护店，因为人们消费观念的转变，消费意识和自我保护意识不断增强，人们在消费过程中不仅满足直接消费的需求，还需要最大限度的满足心理消费的需求。

四、营销目标

追求利润的最大化是企业的最终目标，但是利润最大化的概念企业与企业之间有很大的区别，有的而企业只追求利润指标，有的企业可能不仅要利润指标，还要追求客户满意度，追求更长远的利益，我们要有自己的利润目标。

在要尊重所有合作伙伴的利益的前提下，来打造整个价值链，直到让我们的客户满意，只有客户的满意度提高了才能换来客户的忠诚，有了忠诚客户企业才可能拥有核心竞争力，有了核心竞争力才能保持可持续发展，这些最终就导致了我们产品的价格是按照最高性能价格比这样一个原则来定的，而不是考虑获取暴利或眼前的利益。

营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为1000太，预计毛利1000万元，市场占有率实现10%。

五、营销战略

1、价格策略

价格策略主要体现在降价和各种方式的优惠促销，在现代买房市场环境下，要强调消费者角度，因而都采用由外而内的定价，即首先考虑消费者的心里接受能力，当我们的价格高于某一界限时，消费者难以接受，如果低于某一界限时，则显其不够品味，同样得不到消费者的青睐，在考虑消费者的接受能力之后，再考虑竞争因素，最后考虑成本因素。

2、服务策略

要提高员工服务意识，倡导人性化服务，真诚关心客户，了解他们的实际需要，把亲情与友情融入销售的服务中，不断加以创新，超越客户的期望，使整个服务充满“人情味”，把服务他人作为乐趣，发自内心的多一句问候，多一个微笑，使客户感受到亲人般的关爱，朋友般的温暖，用服务的魅力牢牢地吸引客户。还有，要实施服务质量考核与激励机制，树立服务典型，引导员工实现人性化服务，从细微处入手，完善服务项目。

3、宣传策略

可分为长期广告宣传和短期广告宣传

长期广告可在户外，网站，户外广告可在人流量车流量多的地方设广告牌，在网站上做广告，在国内知名的汽车网站做宣传，并结合百度推广，使用户能够简单快速的进入公司网站。短期可在电视字幕上，电视电影广告，电台广告，报纸杂志，短信平台电台广告以及短信平台宣传灵活性强，内容变更成本低，在大型车展，促销活动之前投放能起到较好的效果

除了长期广告和短期广告外，还有隐形广告，走访，宣传单的发放，大型节日促销，内部广告发布。可以做公益活动，品牌联合，时间炒作来提高公司的影响力和知名度，能够树立正面的积极的影响，能提供差异化，个性化的服务，吸引客户的关注。

4、产品策略

适时的采取一些优惠和降价策略，采用产品组合方式销售汽车。

5、市场定位

中国汽车行业的快速发展，预示着人们对汽车售后市场的强烈需求，这种需求会随着人们对汽车的认识不断深化，需求也会越来越理性，从简单的没话逐渐转化成对附加服务的需求，同时汽车快修行业还不够成熟，经营四位和观念上则要走需求方面，重质量，重服务，重特色，行业差异化将是这一行业的主要发展趋势。

4s店通过对汽车市场服务业的深入分析及总结，并结合汽车市场的状况，从目标客户、品牌、营销、产品、服务、价格、促销等几个大方面进行了纵深审视，提供了有别于传统的大同小异的传统落后营销方式，汽车美容店不做大而全，专做小而精，锁定投资小、回报快的汽车销售服务路线。

六、策划方案各项费用预算

**汽车销售活动策划方案3**

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;

**汽车销售活动策划方案4**

一、广告策划案

汽车广告策划书占地面积达6000平方米。条件得天独厚。该博览中心管理先进，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众的主流消费，家庭和个人用车将更加普及。

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，大型停车尝展厅、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)，实现闯名牌的市场战略目标。

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。

**汽车销售活动策划方案5**

【活动事项】

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\_\_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。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！