

2023年汽车营销工作报告 汽车营销论文(优秀7篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇一

[关键词]服务营销顾客满意策略

二、汽车服务营销的作用

2. 汽车服务营销使企业获得新的利润

三、如何开展服务营销

2. 树立汽车服务品牌观念

3. 建立完善的售后服务体系

四、结论

参考文献：

[2] 菲利普·科特勒：科特勒营销新论[m]. 中信出版社, 20xx.

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇二

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，我们需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。

写方案需要注意哪些格式呢？下面是小编精心整理的汽车营销活动方案，希望能够帮助到大家。

x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x汽车的理想与抱负。x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x汽车最忠诚的客户。

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x的距离，提高公司的品牌形象。

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。

1、在这一系列的活动过后，将会给x汽车销售带来质的飞跃。市场将对x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x汽车品牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用！

（待定）

1、“关爱儿童成就未来”，由x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x汽车——“我心中喜爱的x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”

“x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x品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”——x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x的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是x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”播放了各类影院大片，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，

虽然没有电影院的那种震撼，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

活动中，众多客户体验到了x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x的尊贵性，带给更多客户尊贵的享受。

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励xx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x折维修会员卡。

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。

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。

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇三

(1)、产品线组合决策

(3)、品牌决策

(4)、包装和标签决策

2、设计定价策略与方案

3、选择和管理营销渠道

(1)、渠道设计决策

(2)渠道管理决策

(3)、渠道动态

(4)、渠道的合作、冲突和竞争

4、设计和管理整合营销传播(开发有效传播，包括确定目标受众，确定传播目标，设计信息，选择传播渠道，编制总促销预算，管理和协调整合营销传播)

5、管理广告，销售促进和公共关系

(2)、销售促进

(3)、公共关系

6、管理销售队伍

(1)、销售队伍的设计，包括销售队伍目标，销售队伍战略，销售队伍结构，销售队伍规模，销售队伍报酬)

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇四

(1)、产品差异化、服务差异化、渠道差异化、形象差异化

(2)、开发定位战略——推出多少差异，推出那种差异

(3)、传播公司的定位

2、开发新产品

(1)、新产品开发的'挑战，包括外部环境分析(机会与威胁分析)

(2)、有效的组织安排，架构设计

3、管理生命周期战略

(3)、市场追随者战略

(4)、市场补缺者战略

5、设计和管理全球营销战略

(1)、关于是否进入国际市场的决策

(2)、关于进入哪些市场的决策

(4)、关于营销方案的决策(4p)

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇五

二、实习地点□xx省xx市江铃汽车销售服务有限公司

三、实习目的：

(4)更快的适应社会，提高自己的综合素质和与人沟通的能力；

(5)了解所在实习公司的汽车各种品牌，价格，性能，掌握各款车的主要卖点。

(6)通过“六点绕车介绍”实践进一步加深对汽车结构的认识，掌握各组成部分的工作原理，进一步了解汽车新技术的工作原理和应用。

四、实习主要内容

1、实习所在4s店或销售公司介绍

江铃汽车销售服务有限公司是一家成立于1997年的民营股份制企业，位于临海市靖江南路85号(104国道旁)，是江铃汽车集团唯一授权在台州区域的一级代理商，集整车销售,配件供应,特约维修,信息反馈四位一体的专营公司,现设有销售部,市场部,管理部,维修中心,配件部,财务部共六大部门。公司拥有一流的标准化汽车展示大厅,现代化的汽车维修车间,大型的汽车配件中转库及一批训练有素的高素质人才。公司实施以顾客满意为导向的经营理念，为广大客户提供购车,保险,上牌,信贷消费,维修,配件供应,紧急救援,预约投诉,三包索赔等一条优质服务，公司主要销售江铃宝典皮卡，凯运厢货，福特全颠，陆风双门越野车，陆风四门suv等几大车型，同时承担江铃所有车型的售后服务工作。为了方便客户购车，完善销售网络，现有方林汽车城全顺专营店,温岭金典,天台新世纪,仙居万达,三门分公司,台州江铃全顺汽车销售服务有限公司有限

公司共6家自有或合作分销商公司通过iso9001□xx质量管理体系认证,5s现场管理及福特serverxx认证，年年被台州市公路运输管理处评为汽车维修“优质文明示范企业”称号。

2、按照“九步销售法”详细叙述推销过程

历来欧洲车系注重传统与现代的结合，在前脸造型方面也有所表现，特别是同其他标致车型相比，其内在的气质更加令人产生品牌的荣誉感，而且307前风挡玻璃面积为1.46m²□保证前方良好的视野。

发动机盖：307的发动机盖采用铝合金材料，大大减轻重量，同时较传统钢板材料强度更有所提高。发动机盖采用了简单可靠的撑杆予以支撑，主要考虑发动机盖开启角度小于90o□必须保证其可靠性，否则会影响在发动机舱内进行必要的保养等操作。发动机盖没有日本车常用的隔音垫，这部分隔音垫的效果主要表现减小怠速状态下发动机噪音传到车外，对于我们应该关注的车内噪音水平完全没有帮助，307的四缸发动机怠速非常宁静。同时，这个隔音垫会影响到发动机舱内的散热。

隔音：影响到车内噪音的主要部位是发动机后方，也叫做防火墙位置的隔音处理，能够看到的部分有面积很大的隔音垫，几乎覆盖了整个防火墙表面，另外在内部的空腔还有注蜡和发泡填充材料，这些材料的使用，使得307的车内噪音水平在不同速度范围都有极佳的表现。

3) 右侧+副驾驶座

307采用高强度复合材料制成的前翼子板，在提高强度的同时，有效地减轻重量，同时由于具备非常好的弹性，在一般强度的冲击下，翼子板可以自行恢复变形，高强度冲击时可以脱落以尽可能减少维修成本，并且由于弹性好，对于第三方也起到保护作用。 制动：307采用前通风盘/后盘式制动，配

备bosch8.1版本abs系统+电子制动力分配系统+eva紧急制动辅助。

307手套箱容积达到17.5升，内部设置用来存放或固定不同物品的专门位置，手套箱可通过内部旋钮开关选择接通或关闭空调通风，从而实现冷藏或保温功能。手套箱盖开启有阻尼，防止下落过快物品跌落。手套箱盖可用钥匙上锁。

车窗:307后窗面积非常大，处于安全考虑后窗玻璃只能下降到大约1/3处;同时考虑到后座经常会有儿童，后窗玻璃在正常情况是不能单独控制的，需要驾驶员同意后，按下驾驶员车门上的集控开关后才可以通过后门上的车窗控制开关自行控制。

儿童锁:307后车门儿童锁设计要求使用钥匙操作，避免发生象拨片式的经常出现误操作的情况。

307行李箱容积620l(水容积法)，在同级别车中最大，而这个级别车型的主要用户群体对行李箱使用要求是最高的。行李箱内部很规整，便于各种尺寸的物品盛放，在地板、后座椅靠背和顶部，分布8个挂钩，用行李箱地板网可将行李分隔或固定。

行李箱盖：307行李箱盖开启与中控锁系统联动。行李箱盖采用气压撑杆和铰链，开启和关闭都非常轻松，同时这种设计完全不会占用行李箱空间;由于开启角度为113o即使气压撑杆失效，仍然能够保持开启状态，不会影响操作。

尾灯：307采用火焰造型的整体尾灯led式设计，功能包括：示宽灯、刹车灯、转向指示灯、倒车灯(右侧一个)、后雾灯(左侧一个)。后风挡玻璃上部还有高位刹车灯。后行李箱打开在尾灯背面的位置，有两个塑料活门，用硬币旋转上面的螺丝，可以方便检修或更换尾灯灯泡。

6) 驾驶室

主动安全搁脚板：国产同级车率先采用，为驾驶提供舒适的同时保证安全，发生碰撞后主动通过变形以保证驾驶员脚部安全，属于被动安全装置。

中央显示器：中央显示器的位置充分体现对安全的考虑，在查阅各种信息的同时，减少驾驶员视线离开路面的时间，提供良好的驾驶辅助。提供多种信息：车外温度、日期、时间、音响信息、行车电脑信息、车辆故障提示、车门开启状态等等。重要以图形符号显示，一目了然。

中控及防盗：超级严密的防盗系统，在整个国产车界都处于领先水平，体现技术领先的同时更表现出对用户的关注。中控锁：遥控锁车，遥控关闭车窗、天窗功能，远距离寻车；防盗系统：发动机防启动、车辆外部报警、超级锁功能、车内气流报警(可通过设定取消)。乘客座气囊关闭：充分保护前座儿童，用户维修上成本的降低是次要的。操作简单，关闭后会有相应提示(仪表板和中央显示器)。

4. 试乘试驾

向客户做了车整体的介绍，客户可能被你说得心动了，但是他并不会立刻就跟你马上签单，所以，适时的结合试乘试驾，就算你在车辆介绍时已经把车介绍得很好了，可是毕竟是嘴皮上的功夫，建议客户试乘试驾，不仅可以进一步体验车的性能、享受车的操控，而且还可以给客户带来签单的冲动(促单)，所以试乘试驾是销售过程中很有必要的一个环节。

5. 报价协商

客户已经基本确定就要这车了，配置、性能也都了解了，接下来就坐下来进行报价协商了，这是销售过程最辛苦的一步，每个4s店都有自己的展厅报价，往往客户并不仅仅满足这，

有漫天要价的客户、也有试探性的客户，对于此，我们得通过跟客户交谈了解知道客户心目中能够接受的价位，只要掌握了就变容易了。议价是漫长，又需要耐心的一个环节，需要自己不断地积累谈判技巧。

6. 签约

客户已经接受了你的报价，接下来就得准备销售合同了。根据客户自己的信息，先把客户的姓名、地址、联系方式等相关信息填入合同里，此外还应该在合同里写明所购车型的具体信息，比如：是手动档还是自动挡、是1.6l排量还是2.0l排量，是按揭还是全款，是否付订金等等，最后让客户确认合同里的信息，确认无误后让客户签名、销售顾问签名，最后由销售经理签名，合同才算生效了。

7. 成交

成交和签约是同步进行的，自合同生效开始，办理了公司要求的相关手续后，只要客户把购车的费用都交齐了，成交就结束了。

8. 交车

这是客户最高兴、最期待的环节，但是也是最重要的环节。交车了，该准备：交车检查表、使用手册、专家使用建议、全国经销商联系方式、保养与保修手册、天线、钥匙(含备用钥匙、齿形码、密码条)、点烟器等。交车时，要仔细向客户讲解各个部位的使用，有点像之前的六方位介绍，只是细分到了各个部位上而已，这个环节至少要30-40分钟，最后赠送交车礼物，合照留念，放礼炮。

9. 售后服务

在交车的同时，记得向客户介绍售后部的服务顾问，这个可

以为你以后工作带来不少方便，同时也给客户带来专业的售后服务。交车三天后对客户进行回访，赞扬客户拥有了一部属于自己的爱车，并提醒客户进来老客户转介绍，制定对客户的回访计划。

五、实习总结

总的来说，我认为销售是集经济学，消费者心理学等多项学科于一体，要想在销售中立于一席之地，必须能够把这些充分的结合到一起，并且通过实践使自己升华，那样能成为一名优秀的销售人员。

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇六

目前所在地： 广州 民族： 汉族

户口所在地： 梅州 身材□ 161 cm 48 kg

婚姻状况： 未婚 年龄： 21 岁

求职意向及工作经历

人才类型： 应届毕业生

工作年限： 0 职称： 无职称

求职类型： 全职 可到职- 随时

月薪要求□ 1500--xx 希望工作地区： 广州

个人工作经历

公司性质： 外商独资所属行业： 纺织，服装

担任职务： (兼职)前台

离职原因： 暑期结束

公司名称： 梅州围龙屋商业街起止年月□xx-10 □ xx-10

公司性质： 所属行业：

担任职务： 手机销售员(兼职)

工作描述：

离职原因：

公司名称： 梅州比亚迪汽车城起止年月□xx-05 □ xx-05

公司性质： 私营企业所属行业： 各种车辆制造与营销

担任职务： (兼职)汽车销售员

工作描述： 宣传与介绍比亚迪汽车的车型、价格与性能比等等

离职原因： 兼职

教育背景

毕业院校： 广州外语外贸大学公开学院

所学专业一： 日语 所学专业二：

xx-09 xx-07 梅州市城西职业中学 旅游服务与管理 中专

xx-09 xx-07 广州外语外贸大学公开学院 日语 大专

语言能力

外语： 日语 良好

国语水平： 精通 粤语水平： 良好

工作能力及其他专长

本人精通word、excel、msn的使用及能上传下载文件；收发国际国内快递、电子邮件、传真；打字速度55/分钟；会使用扫描仪；国语、粤语优秀。日语日常会话听说翻译流利。

详细个人自传

xx年10月 广州外语外贸公开学院军训期间 被评为“军训优秀标兵”

本人在就读中专期间，积极参加学校事物，担任学生会主席一职，主要分管文秘与外联，积累了一定的秘书与外联经验。

就读日语期间，专心学习，两年的时间，已能较熟练的运用日语进行日常的对话与读写听说，并能进行日文简单的`文章翻译。

相信以我多面手的形象与积极的学习态度，定能帮贵司创造不俗的业绩！

(理想工作地点：深圳福田区、南山区)

汽车营销工作报告 汽车营销论文篇七

要做好汽车的营销活动，需要拟定好策划方案。现在就与本站小编一起来欣赏一下汽车营销方案范文，希望对你有所启

发。

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，辐射塘厦、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。

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。

一：活动目的：开展活动的目的是处理库存产品？是提高销售？还是宣传推广？只有明确了明的，才能使活动有的放矢。

二、活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题：主要是为促销？宣传？还是答谢消费者？

四、活动方式：这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：确定人群和确定刺激程度。

五、活动时间和地点：促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式：一个成功的促销活动，需要全方位的广

告配合。选择什么样的广告创意及表现手法?选择什么样的媒介炒作?这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、 前期准备：前期准备分三块，人员安排，物质准备，试验方案。

八、 中期操作：中期操作主要是活动纪律和现场控制。纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与人员各方面纪律作出细致的规定。

九、 后期延续：后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传?脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、 费用预算：没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、 意外防范：每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物、力、财力方面的准备。

十二、 效果预估：预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，

使促销活动起到四两拨千金的效果。

汽车促销活动的类型

开业促销活动

一般是新店驻点开业，加大促销力度，或者是新车型的促销推广活动。这类活动最直接的是降价，打折，赠送保险等，还有推出零利率购车，赠送大礼包等优惠。

答谢消费者促销活动

为庆祝销量达成一定数量，对消费者的感谢，购车享受超值大礼包，零利率购车，最低首付达多少等。此外，还有商家会推出一些保修、赠送车内礼品的活动。

节假日以及特殊日子促销活动

节假日促销活动是常见并且成效性高的活动，一般是节假日价格促销优惠。节假日举办车友试驾、植树、义务活动等活动。

一、公司提供一产品促销

福克斯中网格栅上300，福克斯中网下400 国庆促销凡订购福克斯中网不含税700买5送1，含税价800买5送1. 国庆节我司放假5天赶快订购。

1、新车上市

很多厂商，都会在国庆节期间推出自己的新品车型，以此来扩大产品线，提高争竞力度。举办此列促销活动，需要前奏的大力宣传，不然，难以让人们对新品产生信任感。另外，在价格上要有一定的优惠。

新车上市的国庆促销活动存在的弊端：价格上没有一个对比，大多数人认为新车上市未必是最优惠的，更优惠的应该在后面。

2、降价促销

由于同质化竞争的严峻性，“降”字就成了促销的主打招式。降价促销是国庆促销活动中最常见的一种活动方案。活动期间，根据不同的车型，在原来价格的基础上让利千元，最高优惠到万元。

降价促销有个前提：忌在国庆前加价售车，趁机在国庆再降价促销。这种先加价再降价的手段在大多数顾客眼中是不够真诚的表现。

3、国庆购车送大礼包

为了吸引消费者的选购，买车送礼也是经销商常用的方式。可以送的礼包包括：加油卡，车贴膜、送车损险、商业第三者险、盗抢险、车上人员责任险、不计免赔险。

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，最近送gps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。当然，还有4s店是送股票的。

4、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。

5、包牌销售

包牌销售即销售前就上好牌照。杭州发放“88”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“88”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。

6、无息按揭购车

购车人支付50%的车款后，余款需在两年内还清。一辆20万左右的汽车，以无息按揭的方式购买的话，至少可以省下1万元利息。

节日促销活动方案的中心点必须是“实在给到顾客优惠”，这也是促销的前提。通过举办活动来吸引更多的消费者及相关人士，汽车促销活动越来越丰富，范围也越来越广，逐渐形成一种群体活动，此外，针对国庆的优惠活动，还可以开展了秋季免费检测活动，包括21项检测内容。国庆汽车促销活动，不仅是起到宣传的作用，更是为下半年的业务助力，鼓舞士气。

提前预祝广大客户国庆节快乐!销售业绩再创新高