

2023年汽车公关活动策划方案(通用9篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

汽车公关活动策划方案篇一

十月一日是一年一度的国庆节，是纪念新中国的成立的日子，一汽大众奥迪特许苏州汽车销售服务有限公司在这充满纪念意义的日子里，开展“奥迪迎国庆，好礼送不停”的国庆节奥迪车大优惠的活动。

传扬奥迪车“突破科技，启迪未来”的品牌理念，将奥迪车的“动感、进取、尊贵”的品牌价值深入人心，从而提高销售量，增加营业额。

20xx年10月1日——20xx年10月7日

苏州各大奥迪汽车销售服务有限公司

(一)明星代言突价值

1、动感

运动，最能体现出动感的节奏。我们将邀请李英健为奥迪的“运动”理念做代言，他和品牌形象如出一辙。我们有信心其代言有助于传递奥迪的品牌形象，为品牌注入新动力，并燃起奥迪车迷、赛车迷以及爱车之人对奥迪品牌的热情。

2、进取

积极向上，最能体现进取的特征。我们将邀请朗朗为奥迪

的“进取”理念做代言，他对音乐积极向上的态度最能体现出奥迪“进取”的这一品牌价值。还有一个原因，朗朗在世界上都有较为深远的影响力，能带动全世界对奥迪的热情。

3、尊贵

大气，优雅，是尊贵的最好体现。我们将邀请著名影星张曼玉作为“尊贵”这一品牌价值的代言人。突出奥迪优雅的品质，不仅男人可以开，女人也可以。不仅如此，女人也能体现出奥迪的品质。

(二)五重好礼大相送

1、一重好礼

活动期间，订购奥迪任意车型都可获得电视机一台。

活动期间，订购奥迪任意车型都可获得车辆交通强制险一份。

2、二重好礼

奥迪专属国庆特价精选车辆。

奥迪q7高功率专享型厂家指导价1347000，国庆专享特价8折优惠购车。奥迪ttcoupe型厂家指导价519000，国庆专享特价8折优惠购车。

奥迪a8l高功率舒适型厂家指导价1158800，国庆专享特价8.2折优惠购车。

3、三重好礼

奥迪a6l现金最高直降7万元，置换旧机动车订购a6l还能获得价值12000元车辆商业险。

奥迪a4l特装车最高直降3万元，置换旧机动车订购a4l还能获得价值8000元车辆商业险。

奥迪q5最高直降2.8万元，置换旧机动车订购q5还能获赠一年银质延保。全新进口奥迪q3最高直降2万元。

4、四重好礼

活动期间，来店咨询、置换旧机动车可获得价值1000元的车辆置换代金券。

5、五重好礼

活动期间，来店赏车试驾就有机会抽取精美奥迪tt汽型。

1、苏州电视广播连续播放三天

2、各大广场广告银屏连续播放三天

3、在体育广场车展2天

1、10月1日国庆节当日，只要拨打奥之旅活动报名电话，您就能参加在奥之旅展厅举行的“赏车、试车，奥之旅品鉴团购会”，届时我店还会推出让您心动的奥迪a4l□a6l和q5三款车型的国庆节团购政策。

2、我们还将免费为您的车保养一次。

汽车公关活动策划方案篇二

策划背景：

×年×月，丰田4s店——《贵店名称》即将开业，其代理品牌为丰田系列产品。作为中高级轿车中的佼佼者，其品牌影

影响力可以为所有销售商打开市场提供强有力的帮助。

本开业方案即是借助丰田产品影响力，凝聚其品牌文化力量，抬升《贵店名称》4s店的品牌高度。

策划目的：

蕴育品牌文化气息——凝聚丰田文化内涵，借此塑造《贵店名称》4s店品牌形象；

汇聚人气，积累客户资源——携手媒体，整合双方客户资源，提升活动人气，

加强活动的针对性、有效性，从而激发现场客户的购买欲望，促进终端销售。

活动亮点：

喜庆、隆重——醒狮舞开场表演

实力、信心、保证——重点突出技术、设计的不断创新突破，演绎数十年来丰田科技的沿革，见证丰田品牌雄厚实力的历史性延续。（展览品包括：丰田经典老车、老式发动机等重要配件、老车设计图纸、热销新车、汽车图片、影像等。）

产品体验——新皇冠等多款车型试乘、试驾

产品解析——车技表演，新皇冠的魅力透视

通过车技表演展示丰田、操控、乘坐等多方面的优越性能、配置。客户们可以欣赏皇冠运动中的矫健身姿，聆听发动机强劲稳定的转动声，坐进车内学习操控的手法、观察各项配置的功能、体验各种状态下乘车的感受。

品牌信赖——服务咨询、免费车检

活动流程：

前期执行

时间项目操作负责人

场地布置1、所有场地装饰布置的检查

2、新车安放、音响布置调试

物料及前期工作准备座椅摆放、点心区、签到台布置，嘉宾胸花、礼品等物料查验

节目流程

时间项目操作工作人员道具

9：00-9：50迎宾1、嘉宾领导、媒体朋友签到

2、安排车辆停放

3、引导嘉宾入座享用点心，欣赏丰田广告宣传片及丰田魅力科技展

本店人员签到本和签到笔、醒狮助兴(店外、店内小提琴演奏)

9：50-9：52画外音宣布新店开业仪式开始主持人麦克风

2、礼仪小姐上前邀请领导上台礼仪小姐背景音乐

2、礼仪小姐上前邀请领导上台礼仪小姐背景音乐

2、欢庆的音乐响起音响师欢庆音乐

3、电动礼炮同时发射本店员工电动礼炮

2、醒狮表演舞狮乐队自带乐器

媒体见面会与媒体见面并面对面沟通本店领导、厂家代表、媒体接待室

客户试驾1、展开本田试驾活动销售员、试驾客户、展车模特新车

2、赠送资料、礼品、填写客户试驾调查表礼仪小姐

车技表演丰田车技表演车手、表演车辆、防护栏

丰田科技展观众自由参观，部分区域需要讲解员本店一应参展物品、投影设备等

服务咨询服务咨询免费车检本店帐篷、桌椅、登记本

2、燃放鞭炮广告公司

3、提醒就餐地点主持人

场地布置：

活动场地分入口迎宾、开业仪式、汽车演示三大部分，要求衬托开业喜庆氛围。

一、入口迎宾

1、以拱门、横幅、空飘等烘托开业仪式的火热气氛，并可作为地点标志；

2、地面铺上红地毯，显示开业仪式的隆重，昭显活动嘉宾的尊贵；

二、开业仪式

1、舞台布置：搭建舞台、背景板。舞台上铺红地毯，两侧搭建斜坡供车辆上下。

2、展厅布置：展厅布置要突出丰田的特色，以、白、银为基色，塑造时尚、现代的整体氛围，并用立柱等将展厅划分区域。

三、汽车演示

1、试乘试驾：提供车辆试乘、试驾，需要停车场地及通道；(需场地指示牌)

2、汽车表演：在离舞台不远的地方，以绳索或障碍物围出大块空旷场地，供车技表演使用；(需场地指示牌)

3、服务咨询、免费车检：咨询、车检场地设在展厅和汽车表演场地相邻的地方，这样容易引起客户注意，并方便客户流动。(需场地指示牌、工作帐篷)

宣传计划：

1、在日报、日报、商报区域经济导刊各投放1期开业预告广告；

2、邀请各大媒体在活动前后跟踪报

3、在电台播放15秒广告专题新闻；

4、大洋网短信平台发布开业信息；

5、发送邀请函，以日报名义协要俱乐部会员、车主参加开业活动；

6、制作活动宣传单张_3000张，向高级写字楼等地定点派发。

物料费用：

物品规格数量单价总价备注

庆典拱门15米1380380

空飘进口pvc34801440包挂三天

舞台搭建6米x8米48平方703360含舞台搭建、地毯、舞台背景
喷画以及喷画拉挂

礼炮电动礼炮2180360

音响(投影仪)音箱4个、麦克风8个配专业调音师125002500

主持人电视台专业主持115001500

礼仪小姐专业人员61801080包含服装

礼仪用品签到笔4支、插花1盆、签到本、剪彩用品、点睛用品1项380

嘉宾襟花208160

花篮两层西式花篮18个681224

醒狮黄飞鸿狮队2头8001600

彩旗常规30051500包插挂

自助餐点水果、点心、饮料等118001800250人的份量

小提琴表演专业小提琴表演者112001200

跳舞表演专业舞蹈演员44001600

展厅气氛布置110001000

魅力科技展区布置展示区内用桁架搭建宣传栏，红地毯铺地128002800

小计23880

《贵店名称》是指贵店所用的店名，因您没有详细说明，所以用《贵店名称》现行代替，谢谢。

如您觉得以上开业庆典相对复杂，可以联系我帮您简化一部分，谢谢。

汽车公关活动策划方案篇三

随着经济的不断增长，消费者购买能力越来越强，为了迎接春季汽车消费旺季的来临，为了推动汽车消费在县市的发展。

《三峡晚报》作为宜昌地区的主流媒体，运用深厚的资源优势，更好的服务于各位汽车经销商，于4月14日正式启动“xx年三峡晚报品牌汽车县市巡展”活动。

组织汽车经销商联合开发县市汽车市场，为县市城乡居民提供就近认知、选择、购买汽车产品的机会，促进县市城乡居民汽车消费增长；推动汽车商家在二级市场进行品牌推广、产品促销和汽车文化传播。

此次巡展活动分三站进行，分别为：枝江、当阳、宜都。每周巡展一站，展出时间为一天(周六)。

备注：为在巩固汽车品牌推广效果的基础上，提高巡展的促销效果。各县市会场均选择在繁华及人流量大的城区广场；时间安排为：上午10：00——下午4：00。

4月14日(周六)

枝江

4月21日(周六)

当阳

4月28日(周六)

宜都

汽车巡游、时尚歌舞表演、现场互动游戏、新车揭幕或新车上市推广、优惠促销、试乘试驾、车型推介与汽车知识有奖问答、汽车品牌或价格竞猜。

宣传周期□20xx年4月9日—4月30日

2、三峡晚报重要新闻版1/2版活动形象广告宣传；

3、三峡新闻网同步活动预热，现场花絮及活动最新动态报道。

1、活动总冠名：1名

招商范围：通讯、商业、金融、旅游等行业客户

2、活动协办：1名

招商范围：通讯、商业、金融、旅游等行业客户

3、参展商：若干

招商范围：汽车行业客户

1、活动总冠名：费用5万元

回馈：*不少于8期1/2活动形象彩色广告宣传；*享受巡展活动全程新闻跟踪报道；*活动会场背景布总冠名宣传；*现场30分钟产品专场推介*会场提供展示专区。

2、活动协办：为本次活动提供背景布、音响、红地毯、彩虹门、主持人、文艺演出。

回馈：*活动形象广告标注协办商名称；*巡展活动新闻报道穿插协办商名称；*活动会场背景布标注协办商名称；*会场彩虹门宣传；*会场提供展示专区。

3、参展商费用

a□18000元套餐回馈：*提供3站巡展；*每站提供4个车展位；*提供3次1/2套红广告；*活动现场有奖问答及车型推介*新闻报道及现场花絮。

b□10000元套餐回馈：*提供4站巡展；*每站提供2个车展位；*提供3次1/4套红广告；*新闻报道及现场花絮。

c□3000元套餐回馈：*提供3站巡展；*每站提供1个车展位；*新闻报道及现场花絮。

汽车公关活动策划方案篇四

汽车知识培训讲座

湛江阳海别克总经理许红伟先生

11月24日(星期一)晚上7：3

地点：湛江师院榕楼学术报告厅

汽车协会会员及汽车爱好者

信念、创作、拥有

1、主持人介绍嘉宾(湛江阳海别克总经理许红伟先生、湛江电台车迷俱乐部主持人英凯先生、湛江汽车资讯网市场总监吴文杰先生;湛江学生处黄达海处长，物理学院党委吴万副书记，物理学院机电系苏财茂主任，汽车专业李明圣老师，黄明鑫老师，兰莹老师和辅导员郭老师;高阳驾校负责人莫抒诗女士)。

2、请学生处黄达海处长致辞

3、许总开始讲学

4、互动环节，玩游戏

5、主持人宣布结束

1、宣传海报：5张，每张3元，共15元

2、宣传横幅：3条，每条56元，共168元

3、嘉宾邀请函：共75元

4、相机：2台，每台3元，共6元

5、主持人聘书及嘉宾活动纪念品：共6元

6、活动资料打印：共27元

7、活动现场布置(矿泉水等)：共3元

活动经费总预算：共57元

以上是本次活动的预算，并衷心感谢赞助单位湛江高阳驾校的大力支持!相信在与贵公司的合作下，本次活动将会取得圆满成功。

汽车公关活动策划方案篇五

“乐享国庆假日，爱车检测活动”

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

汽车公关活动策划方案篇六

随着经济的不断增长，消费者购买能力越来越强，为了迎接春季汽车消费旺季的来临，为了推动汽车消费在县市的发展。

《三峡晚报》作为宜昌地区的主流媒体，运用深厚的.资源优势，更好的服务于各位汽车经销商，于4月14日正式启动“xx年三峡晚报品牌汽车县市巡展”活动。

组织汽车经销商联合开发县市汽车市场，为县市城乡居民提供就近认知、选择、购买汽车产品的机会，促进县市城乡居民汽车消费增长;推动汽车商家在二级市场进行品牌推广、产品促销和汽车文化传播。

此次巡展活动分三站进行，分别为：枝江、当阳、宜都。每周巡展一站，展出时间为一天(周六)。

备注：为在巩固汽车品牌推广效果的基础上，提高巡展的促销效果。各县市会场均选择在繁华及人流量大的城区广场;时间安排为：上午10：00——下午4：00。

4月14日(周六)

枝江

4月21日(周六)

当阳

4月28日(周六)

宜都

汽车巡游、时尚歌舞表演、现场互动游戏、新车揭幕或新车上市推广、优惠促销、试乘试驾、车型推介与汽车知识有奖

问答、汽车品牌或价格竞猜。

宣传周期□20xx年4月9日—4月30日

2、三峡晚报重要新闻版1/2版活动形象广告宣传；

3、三峡新闻网同步活动预热，现场花絮及活动最新动态报道。

1、活动总冠名：1名

招商范围：通讯、商业、金融、旅游等行业客户

2、活动协办：1名

招商范围：通讯、商业、金融、旅游等行业客户

3、参展商：若干

招商范围：汽车行业客户

1、活动总冠名：费用5万元

回馈□x不少于8期1/2活动形象彩色广告宣传;x享受巡展活动全程新闻跟踪报道;x活动会场背景布总冠名宣传;x现场30分钟产品专场推介x会场提供展示专区。

2、活动协办：为本次活动提供背景布、音响、红地毯、彩虹门、主持人、文艺演出。

回馈□x活动形象广告标注协办商名称;x巡展活动新闻报道穿插协办商名称;x活动会场背景布标注协办商名称;x会场彩虹门宣传;x会场提供展示专区。

3、参展商费用

a□18000元套餐回馈□x提供3站巡展;x每站提供4个车展位;x提供3次1/2套红广告;x活动现场有奖问答及车型推介x新闻报道及现场花絮。

b□10000元套餐回馈□x提供4站巡展;x每站提供2个车展位;x提供3次1/4套红广告;x新闻报道及现场花絮。

c□3000元套餐回馈□x提供3站巡展;x每站提供1个车展位;x新闻报道及现场花絮。

汽车公关活动策划方案篇七

中国汽车物流运输主要的途径是通过水运、铁路、公路运输。

1、中国汽车物流公路运输企业都具有“资源利用率低，运输成本高，运力资源浪费，竞争力薄弱”等特点。

汽车物流行业的进入门槛不高，造成目前行业群体数量多，单个企业控制车辆规模少，行业目前拥有10000多辆车，从业企业达400—500家。大多数企业依靠当地的发出资源，不能构成规模和回流网络，单车重载率很低，或者极低的回流配载价格造成企业效益水平差。

2、效益和规模的原因，使得大多数企业没有能力提升管理技术，保障服务质量。

整个行业服务水准不高，缺乏统一的行业标准和约束机制，造成同等价格条件下的服务内涵、品质判断参差不齐，导致服务品质参差不齐，商品车交付及时率，商品车质损率，架子车的事故率等诸项指标均不尽人意。

3、持续增长的油价成本和不规范的途中罚款更加重了企业负担。

国家标准的限制导致了区域间的政策尺度掌握差异。超长、超限车型在这里不能上牌，在那里就可以通，怎么也解决不了竞争的对等、基础统一。

大多情况下是一方水土养一方人的局面，围绕一个主机厂，以当地运输为主体形成了一批运输企业，他们的规模、管理能力、地域的群体利益制约了外地企业参与竞争，特别在月初、月末的不均衡销售发运情况下，更加无法旗帜鲜明的提出强化管理、改善品质的合理管理需求。

4、公路公司为了生存不得不卷入无序、恶性竞争。恶性竞争导致了行业价格体系的破坏和局部供需的不平衡。汽车物流运输过程中，各企业为寻求回流效益、不惜牺牲自身利益，破坏了行业价格体系。这种恶性竞争还造成了局部运力供给大于运量需求的假象，一方面是潜力巨大的市场和需求的增长，另一方面却是价格的不断压低和利润的不断侵蚀，这种效益剪刀差的矛盾日趋突出。

5、司机人员管理、成本控制困难，车辆使用率低下；公司企业与司机沟通不顺畅，企业在车辆运输过程中无法对运输过程全程监控；汽车物流配送的实效性要求很高，需要及时有效得配送到目的地。

易流gps进入汽车物流企业的切入点：

1、汽车零配件从生产企业运输到各汽车生产企业或是中转仓储中心的环节中

2、整车出厂配送给各地经销商、仓储中心的环节中

3、汽车整车出口，将整车运往各码头，铁路运输中心得环节中

1、减少等待时间，加强仓库与运输的团队合作，加强客户、

调度、驾驶员之间的沟通

2、做到资源共享，实施战略联盟，加强集货回程的匹配，提高车辆利用率

4、加快仓库收货速度，建立快速收货流程

5、简化质量交接流程，加快速度

6、改变物流调度模式，降低装卸时间、交接、验收。避免重复检验

7、布局优化仓库，加快仓储吞吐量、周转率，构建资源信息共享平台

汽车公关活动策划方案篇八

借中秋佳节之际，举办促销活动，刺激消费者，拉动销量，完成年任务额，并加强社会形象及聚集人气。

二、活动目的

刺激消费者，拉动销量。

聚集人气及注意力。

三、活动主题

“中秋送大礼，人暖情更满”主题促销活动

四、活动时间

——

五、活动对象

本地汽车潜在客户。

六、活动内容

- 1、促销活动期间，凡是购买指定车款，即可获得最多0元的优惠。
- 2、促销活动期间，凡是购买本站车型，即可获得千余元的车内挂饰或汽车保养卡一张。
- 3、促销活动期间，凡是购买任意一款车，即可参加中秋佳节当日活动的抽奖送中秋大礼环节。

七、广告宣传

- 1、各大报纸汽车专栏大幅广告
- 2、当地电视台广告
- 3、户外车载广告

八、活动预算

汽车公关活动策划方案篇九

xxxx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xxxx汽车的理想与抱负。xxxx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，让品牌深入人心，进一步得到消费者的肯定，最终成为xxxx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xxxx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xxxx汽车销售带来质的飞跃。市场将对xxxx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xxxx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xxxx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xxxx汽车——“我心中喜爱的xxxx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”

“xxxx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xxxx品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”——xxxx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xxxx的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是xxxx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xx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xx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xxxx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xxxx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xxxxxxx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xx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。