开学季汽车活动 汽车促销活动方案(实用6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

开学季汽车活动篇一

开拓汽车消费市场，倡导汽车文化，打造参展商与汽车消费者交流合作的服务平台，促进车市蓬勃发展。

白领，普通人群

白领精英车型鉴赏会

赏车 汽车专家讲解白领精英车型，

xx

车展发布宣传攻势的建立。发布内容包括车展时间、地点、主题、特色活动等。火爆亮相本届汽车展会的第一步。此阶段大会在各种媒体正式亮相、在同一时间高密度、显著位置出现在各种强势媒体上，充分显示大会组委会的实力与可靠性，打开大会的知明度，吸引社会广泛关注和参与，以大版面、大篇幅的硬广告及配合软性文章、新闻，让对大会期待已久的厂商、观众、参与者得到确切消息。

1、电视台、公交电视、楼宇电视

2、报纸（日报、晚报、都市报等）

3、主题海报

4、邀请函

5□x展架

6、横幅

开学季汽车活动篇二

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。

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。

主要是为促销?宣传?还是答谢消费者?

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。

促销活动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。

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。

前期准备分三块，人员安排，物质准备，试验方案。

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活动人员各方面纪律作出细致的规定。

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。

1、降价这是最常用也最管用的手段。

无论货车还是轿车，降价无疑是汽车促销的最主要方法。目前中国汽车市场消费主体发生了很大变化，轿车需求增长的主要动力来自于私人购车。与公款购车对价格不敏感相反，私人购车的特点是对价格反应敏锐。最近来自新华网的调查显示，66%的被调查者认为价格是现在影响其购买汽车的最主要因素，并且有47%的被调查者表示，只要汽车生产厂家降价，就会马上形成一个购买高潮。

至于降价方式，汽车的价格在厂家的催动下，在促销期间不断向消费者让利。汽车市场的竞争厂家大都在讳言降价二字，于是就采用折扣、回扣的方式。“你购车、我加油”活动是汽贸和厂家经常用到的促销方式，凡购车客户都将赠送价值xxx元的大礼包。开展“买汽车、游千山”现场抽奖大型促销活动。凡购买新车的用户，均有机会获得千山免费游。

折扣和回扣是在促销期间的一种变相的降价，虽然这种一路下滑的价格走势谁都心知肚明，但如何策动这个过程，如何让消费者顺心顺气地接受，各商家还是下了一定的功夫。折扣和回扣就可以达到这个目的，在短期内能够促进销售量的提高和满足消费者的心理需要。

2、各种表演活动

在适当的时间，适当的地点，进行表演宣传，结合其他促销活动，也是促销活动能否成功的关键。

开学季汽车活动篇三

一年一度的双十一就要到来了，各行各业都会举办双11活动，那么汽车行业该如何策划双11促销活动呢?下面本站小编给大家介绍关于双11汽车活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

今年的阿里汽车似乎格外的忙，除了在淘宝、天猫这两块“自留地”里继续深耕汽车业务之外，还紧锣密鼓进军汽车后市场领域，以期在服务环节分一杯羹。

从整车销售到售后服务，从线上到线下，阿里汽车想借自己的“掌力”打通汽车行业的“任督二脉”，而双十一则被他们内部视为“关键的一击”。

9月23日，阿里汽车召开了双十一的誓师大会。聚齐了整车、车品、后市场等各个领域的行业负责人，阿里汽车的“誓师”含义尤为明显，阿里汽车事业部总经理王立成(花名微渺)在开场就迫不及待地喊出了“天地彼己”的口号。的确，在电商升级的当下，阿里汽车在未来双十一期间的表现，也将牵动着整个行业的神经。

打造场景玩直播

在阿里汽车事业部总经理王立成(花名微渺)眼里，汽车行业是一个场景化的服务平台，而阿里汽车的目的就是为车主提供好的平台和场景。

目前来看，阿里汽车在整车销售、汽车用品、汽车金融、汽车保养，加油违章查询等几大场景的布局初见端倪，而双十一期间，阿里汽车也会根据不同场景的特性去打造个性化的导购手段。

随着今年直播的大火，阿里汽车自然也不会放过这把吹来

的“大风”。线下、线上全渠道的直播引流是今年的亮点。经过了几年的市场磨合，阿里汽车的o2o销售模式不仅完成了用户教育，也影响了企业的思路。如今，线上线下的利益鸿沟被逐步打破，实现全渠道的引流也将势在必行。

在线下，阿里汽车将会配合线下门店和场上举办一系列团购会，搭配线上的直播跟进，多方位立体地呈现汽车的购物场景，同时，直播所带来的体验话题，也能在预售环节吸引足够的眼球。

车品端迎合个性需求

流量是商品营销的基础固然没错，但对于如汽车这样的高端产品来说，考量用户的构成和需求点更是关键。

就汽车类目而言，不同服饰，它绝非单一产品的购买，整车销售是冲量的关键，而为用户构建一套完整的购车体系，为车主搭建不同阶段的消费体验才是保质的基础。

因此，阿里汽车在车品端的看点引人注目。针对车主的个性需求，在汽车改装和汽车电子等个性化领域，阿里汽车将通过一系列活动，重点满足消费者的体验感和参与感，以此来营造与用户之间更多元的互动。

而在阿里汽车重点布局的后市场则主打用户服务。阿里汽车也希望借双十一去打通整个购车环节，从线上向线下疏导，在用车服务端给予消费者更大的便利和实惠。

毫无疑问，汽车行业正在变得越来越专业，正如微渺在誓师大会上提到的，阿里汽车正在从整车业务平台向方案解决平台转型。今年的双十一，可能将是阿里汽车对细分市场挖掘和把握的一次方向转型。

想要从销售和服务端集合成出行服务解决的一站式平台，如

何整合车厂、服务商、金融方之间力量，使其产生良好的联动效应，将成为阿里汽车在双十一期间的重要任务。

三大会场联动

“分群”也是今年双十一的一大特色，在会场布置上，除了传统的行业会场，天猫还开辟了标签会场和人群会场，力图做到人群的细分和引流。

阿里汽车此次将车品根据受众的喜好程度切分成不同的标签，通过在搜索端定义不同的类别去直达细分的人群。

这些标签的形成，让用户的消费变成了一次愉悦的场景体验，当购买者被赋予更个性的意义，购买就变成了一次拥有和享受身份认同的过程。放宽文化和价值观去粘连用户的忠诚度，也符合阿里汽车本身的平台调性。

除了从用户出发引流，会场存在的最大价值就是聚合。而支撑起聚合效应的就是内容。阿里汽车之所以看重内容输出，是在于内容对于构建汽车生态圈的重要性。双十一恰好给了其密集的内容输出契机，阿里汽车自然不会放过这个卖点。

可以看出，阿里汽车对于双十一的布局，渗透了自身对于平台理解的各个方面，也覆盖了汽车电商的各个环节，在电商升级的大背景下，作为平台的阿里汽车，联结是对它的最大考验。

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活动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。

“双十一”到了，对于被春节、情人节、七夕节、中秋节以及各种节狂虐一整年的单身“贵族”们，我想说:“我们一年一度的春天终于快来了!”

20xx年这个属于我们老、少、中、青的光棍节各位打算怎么过?约上三五好友酒吧坐坐聊聊屌丝的日常?安静的在家里英雄联盟?蓬头垢面的去上班?(画面太美，我都不敢想下去了。。。。。。)

“虽然你没有车也没有房，但是我不是物质的女人，只是我喜欢红色，你喜欢黑色，我们的兴趣太不一样了，所以不能在一起~”这是我听过最“感人”的拒绝方式。(别告诉我你没被拒绝过~)

在光棍节来临之前，能不能顺利“脱光”就要看俺们的行头了，一起看看11.11各品牌汽车4s店带给广大“单身人民”的福利吧!(ps:热恋的、订婚的、已婚的你们这是借了我们光棍的“光”了。)

first:奥迪——a3□q3

双十一奥迪携手汽车之家□a3□q3两款车型首付低至5.8万，日供仅需79元。奥迪a3□q3部分车型还可享受国家节能补贴、购置税减半的最新政策。(首付5.8万真是闪瞎了我的双眼，奥迪到手简直是“脱光”利器，不过我大致的算了一下，每月要还2400元左右的贷款，每月1500元左右的油费，再加上昂贵的保养费，真的是我等屌丝负担的起的吗?泪奔~~~~)

second:大众——朗逸

大众朗逸携手汽车之家“双十一购车节”活动，凡订购大众朗逸指定车型的网友最高可享优惠4000元，再享受汽车之家最高6000元的补贴。(大众朗逸官方预售价为:10.99~15.99万元，各位“棍友们”以自身腰包来定~)

third:雪弗兰——科鲁兹

雪弗兰科鲁兹携手汽车之家“双十一购车节”活动， 凡订购

雪佛兰科鲁兹的网友最高可享优惠1.9万元，在享受汽车之家6000元补贴。(雪弗兰科鲁兹官方预售价为:12.79—15.72万元，各位“棍友们”以自身腰包来定~)

forth:丰田—威驰

丰田威驰携手汽车之家“双十一购车节”活动，凡订购丰田威驰的网友优惠现金1万元，并享受金融0利率政策。

fifth:东风雪铁龙——全系车型

“双车盛惠迎战双十一”即日起至11月11日凡订购东风雪铁龙任意一款车型均可获得价值3000元礼包，每款车型均让利1—2万元不等，更有机会参与12月1日的抽奖活动，七折优惠，半价秒杀等你来拿。更有0首付，0利率的金融优惠政策。

“双车盛惠” 即日起东风雪铁龙全新爱丽舍包牌首付仅需2.98万元，购置税全免。全新世嘉包牌首付仅需3.58万元购置税全免。

开学季汽车活动篇四

为了确保事情或工作有序有力开展，常常需要预先准备方案，方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么你有了解过方案吗？下面是小编为大家收集的汽车促销活动方案，仅供参考，希望能够帮助到大家。

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。

开学季汽车活动篇五

1、试试胜于雄辩。

2、为测试代言。

3、实测全明了。

4、不忘牵挂。

5、动测出结果。

6、车轮印证感受。

7、实测之路。

8、动态展示，让你试试看。

9、登车试性能。

10、表现征服你我。

11、上车试性能。

12、别问，你遛遛。

13、买前不试，终不济事。

14、试即晓。

15、假的真不了。

16、试出你的路。

17、实力源于不断尝试。

18、试驾即知晓。

19、试车路无止境。

20、试而知其妙。

21、实测震撼你我。

22、车轮印证实力。

23、上测为赢。

24、亲身试出来。

25、试事无极限。

26、挑战你的试觉。

27、试驾值千金。

28、车无绳，试无疆。

29、试过再说好。

30、试驾方知晓。

31、驾车知其妙。

32、我只信自己的脚。

33、以驾代言。

34、登车现高下。

35、亲测为证。

36、就怕你不开。

37、以测代答。

38、驾驭你的感受。

39、测于前，驭为乐。

40、一试抵万言。

41、轮下见真知。

42、试驾知性能。

43、测后更安心。

44、我试我评价。

45、用心测，明白买。

46、登车见高下。

47、实测最必要。

48、让性能为车代言。

49、试必躬亲。

50、上车见分晓。

51、开启驾试时代。

52、开始试车新体验。

53、人与车，试沟通。

54、优质源于尝试。

55、感受不止于眼界。

56、动展为信。

57、买前试一试。

58、驾不待言。

59、答案上车揭晓。

60、表现源于品质。

61、感受即可启程。

62、尝试即前行。

63、请三试而行。

64、与科技同行。

65、价值来自实力。

66、试驾与车共赢。

67、我就要实测。

68、实践真行家。

69、脚感即真知。

70、试出车本色。

71、让表现来告诉你。

72、我试，故我在。

73、自己试驾亲测为证。

74、选择你的好。

75、实测不说话。

76、试车最重要。

77、试至名归。

78、试的是车，感受的是实。

79、实测无隐藏。

80、测过才知道。

81、自由测，自由得。

82、相约共试。

83、轮胎告诉你。

开学季汽车活动篇六

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。