

洗车店方案(精选5篇)

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。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

洗车店方案篇一

[酒香也怕巷子深”，再好的促销方式消费者不知晓，也只能[胎死腹中”。做好促销前的宣传工作是促销达到目的的前提。

一般而言，一个汽车美容店的辐*力因其自身实力的强弱也有大小之分，在汽车美容店辐*范围之外的宣传工作只能是浪费钱财，并起不到什么实质*的作用。促销宣传要在汽车美容店的辐*范围之内，针对目标消费者进行。

对于实力雄厚的`综合*汽车美容店，可运用电视广告，强势媒体，全方位多渠道地向消费者传递信息，而一般的中小汽车美容店则无须[大动干戈”，在汽车美容店周围散发传单，充分利用店内广播、海报、店招等资源。

或者运用宣传车等工具，就能达到相应的目的。时下，不少汽车美容店的促销政策[轻轻地来”，又[轻轻地去”，在人群中[惊不起一丝涟漪”，自然也就达不到提升人气的目的。

促销方式的合理与否直接关系到促销效果的好坏，在制定促销政策的时候，一定要先对目标车主群体市场进行调查，有一个整体上的把握，然后有针对*地制定相关的政策，这样才能收到较好的效果。

以一个*店的营销策略为例。[创意*店”的老板把一种售价

为200元的*膏，以特低价80元出售，消息一传出人们便蜂拥而至，于是*店名声大振，生意兴隆，门庭若市。

这种*膏卖出去的越多，看上去是亏空越大，但实际上*店盈利却达到了空前的水平。原因在于前来购买*膏的人，认为该店其他*品也是最便宜的，都顺便买了些，而其他*品的盈利远远抵消了*膏的亏空。一亏多赢，既创出了*店的知名度，又赚了前，*店可谓名利双收。

某汽车美容店一到周末，很多车主都愿意大老远的跑到这边来做汽车美容服务，不仅是因为其服务的优秀，更重要的是此店店结合银座商城上的商家，从他们那里获得了大量的好玩的促销品，都样式各异创意新奇。

还有更多店面针对*的优惠促销打折活动。小孩子来了都有一些好玩的小玩意高兴了，女车主们又能获得不错的优惠购物促销，车主多掏一点腰包也是心甘情愿的。赠品的造价本来就不高，由于数量大，成本更低此店就用少量免费赠品带来了丰厚的回报。

现在不少汽车美容店推出了会员制，类似于大型商城发行优惠卡，当车主在店里购物达到一定数量时就可以得到一定的返利。如累计购满100元返利20元，购满200元则返利50元，以实物或购物券的形式兑现，吸引的不少的车主前来购买，并有效的培养顾客的忠诚度。利用集点消费的促销方式关键是要讲信誉，承诺的政策一定兑现，让消费者得到切实的好处。

时代在变，但很多汽车美容店的促销却是[一成不变”，面对漫天飞的促销广告，消费者对[老面孔”已经不再[感冒”，因循守旧的促销方式成了[聋子的耳朵”，所以促销方式一定要以信取胜，只有新才有活力，只有新才能更多的吸引消费者的[眼球”。

[毛驴拉磨”——这种只有在农村才能见到的场景，最近却出现在*一家新开张的餐厅里。一块青石碾盘固定在进门的地方，一头戴着眼罩的灰毛驴不停地围着碾盘转圈，事先放好的粮食不一会儿就被碾成了碎末，如有顾客需要，这些粮食就会被加工成可口美食。

而且在碾盘的不远处还有一口水井，上面架起的轱辘可以直接从井中打水。不时有好奇者过来一试身手，围着毛驴、水井拍照的更是大有人在。毛驴拉磨进餐厅的创意使长期生活的高楼大厦之间的人们开了眼界，更使餐厅人气斗增，顾客盈门。

如今，促销花样越来越多，但只有符合顾客的心理和需求的方式才可能收到良好的效果。一般说来，汽车美容店应结合产品的*质，不同方式的特点以及消费者的购物习惯等因素，选择合适的方式，以新取胜，并确定合理的期限。

但不管是那一种方式，促销过程中一定要杜绝虚假，否则损害了汽车美容店的信誉，只能[搬起石头砸起了自己的脚”。同时，在促销的过程中，不要忽视中后期的宣传，一方面令消费者感到商家兑现行为的可信*，一方面引起更多消费者的注意和购买欲望，另一重要的方面则是增强汽车美容店的良好形象，形成良好的口碑，以此换来更多的顾客。

洗车店方案篇二

洗车店在采用低价策略时，要注意的一个要点就是只能短期内使用，长期使用的话最终会导致门店利润几乎没有。因为洗车的客单价本来就不高，但是如果偶尔做一些低价来回馈老客户，进行以老带新，还是可以考虑的。

消费者都喜欢免费的东西，但前提是免费的东西有一定的使用价值，价值高不高倒是无所谓。因此洗车店可以在车主消费后，赠送一些新奇的小玩意，或者有小孩子来的话，给他

们一些小玩具，这样无形中让车主多掏一点腰包也是心甘情愿的。赠品的造价本来就不高，由于数量大，成本更低此店就用少量免费赠品带来了丰厚的回报。

现在不少洗车店的营销方案都有会员制，类似于大型商城发行优惠卡，当车主在店里购物达到一定数量时就可以得到一定的返利。如累计购满100元返利20元，购满200元则返利50元，以实物或购物券的形式兑现，吸引的不少的车主前来购买，并有效的培养顾客的忠诚度。

洗车店方案篇三

（一）在物业服务区域内，乙方提供的物业管理服务包括以下内容：

1. 物业综合性管理服务；
2. 房屋天面、外墙等物业共用部位的维修、养护和管理；
3. 电梯、消防等物业共用设施设备的运行、维修、养护和管理；
5. 公共绿化的养护和管理；
6. 公共秩序维护和安防、消防等事项的协助管理；
7. 车辆停放秩序维护和车位经营的协助管理；
8. 人防工程的平时维护管理；
9. 装饰装修的协助管理和服务；
10. 物业账目等档案资料管理；

12. 本物业法律、法规等规定由乙方负责服务的其他事项。

（二）乙方应当按照《广东省城乡生活垃圾处理条例》《广州市生活垃圾分类管理条例》等规定，履行生活垃圾分类管理的相应责任。

（三）实行小区清扫保洁服务外包的，乙方应当将生活垃圾分类投放要求纳入清扫保洁服务合同，并对生活垃圾投放结果不符合分类标准的责任作出相应约定，督促保洁员协助业主、物业使用人开展生活垃圾分类投放工作。

（四）乙方应当参

（五）乙方可以将本物业服务区域内的部分专项服务事项委托给专业性服务组织或者其他第三人，但应当征得甲方书面同意，否则不得在物业费列支。

（六）电梯、消防设施等涉及人身、财产安全的设施设备，应当委托具有相应资质的专业性服务企业进行维修和养护。电梯维保服务采用电梯原厂商提供，乙方采用任何第三方电梯维保服务则必须得到甲方书面确认。乙方不得将本物业服务区域内的全部物业服务转委托给第三人，或者将全部物业服务支解后分别转委托给第三人，甲方作为电梯的产权人有权指定任何物业服务人管理电梯，乙方应予以配合。

（七）全体业主、部分业主或单个业主可以委托乙方提供本合同约定以外的服务事项，服务内容、标准、费用等相关事宜由委托人与乙方另行商定。

洗车店方案篇四

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把20xx国庆节期间酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享咯！以便各餐厅更好地开展自己的促销活动！

一、活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来

二、活动时间：10月01日~10月07日

三、活动目的(提升客单价，促进销售目标达成)

五、介绍活动，活动日期及商品活动。

六、气氛布置。店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

七、活动执行与分工：

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

1、菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择

2、制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3、观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

餐饮淡季促销方法

热情服务促销

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

洗车店方案篇五

信息工程系

垚垚洗车行策划方案

信息工程系

商务管理

学生姓名

王文科，耿彩霞，李宇新

指导教师

刘媛媛

2016 年 6 月 23 日

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

焘焘洗车行策划方案

市场营销策略(简称 4ps)是企业以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略(现代市场营销策略还要加上政治权利、公共关系策略 简称6ps)为顾客提供满意的商品和服务而实现企业目标的过程。

从上个世纪开始，汽车行业就以迅猛的趋势不断向前发展，它的不断发展壮大，不仅大大地带动了交通事业的发展，而且带动了一系列新兴事业的发展，推动了社会的进步，洗车行业是随着汽车的迅猛发展而兴起的一项新兴事业，本文就洗车行的发展浅谈了常见洗车用品及洗车方法、一般汽车洗车步骤、专业洗车行以及对洗车行市场的浅析，还包含了洗车的概论以及洗车的其它相关知识。

我们对洗车行业发展前景、洗车行业市场阶段、洗车方式、洗车行业市场、洗车实施方案及服务特色等方面进行分析总结，写出焘焘洗车行策划方案。

关键词：焘焘洗车行 蒸汽洗车 上门服务 洗车与车辆检查一并完成 洗车行业

目 录

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

1洗车行业发展前景分析

洗车行业市场的决定因素：

汽车保有量：

汽车保有量多会为洗车行业市场提供了潜在的消费基础，保有量少市场消费基础就薄弱。 气候环境因素：

在汽车保有量相同的两个地区，一个风沙少、雨水少，汽车脏的慢；一个风沙多、雨水多，汽车脏的快。这两地区的汽车清洗频率是有差距的。 消费意识：

洗车为服务性行业，随着社会的发展、经济的进步、观念的更新，大家的消费意识越加强烈。

影响洗车业的其他因素：

除了汽车保有量、气候因素这两个主要因素，还有以下一些对洗车市场影响较小的因素：该地区人均收入水平。该地区汽车老化程度。该地区汽车价格结构。车主对汽车外漆及底盘保养的科学认识。

中国汽车保有量：

2015年底全国机动车保有量亿 平均每百户有31辆私家车随着我国经济社会持续快速发展，群众购车刚性需求旺盛，汽车保有量继续呈快速增长趋势，2015年新注册登记的汽车达2385万辆，保有量净增1781万辆，均为历史最高水平。汽车占机动车的比率迅速提高，近五年汽车占机动车比率从提高到，群众机动化出行方式经历了从摩托车到汽车的转变，

交通出行结构发生了根本性变化。

全国有40个城市的汽车保有量超过百万辆，北京、成都、深圳、上海、1

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

重庆、天津、苏州、郑州、杭州、广州、西安11个城市汽车保有量超过200万辆。新能源汽车保有量达万辆，与2014年相比增长。其中，纯电动汽车保有量万辆，占新能源汽车总量的，与2014年相比增长。

中国洗车行业市场年市值估算60亿：

按国家统计局公布数字2003年底轿车总保有量1500万辆计算，每个星期洗一次车，每次洗车费用10元钱，每个月全国洗车费用为亿元。

综合来看，中国汽车市场的发展有目共睹，快速的发展为汽车周边行业带来了巨大的机遇和挑战，汽车保有量是洗车行业的先决条件，也是洗车行业的生长沃土。结合北京的实际情况，天气干燥，尘土飞扬，人均收入较高，车辆更新换代快等条件，也为洗车行业的发展提供了有利的机会。所以，洗车行业的发展前景十分可观！

2洗车方式分析

水桶加抹布：

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

用这样原始的工具洗车，极易损伤车体、浪费水资源、污染环境、影响交通、损害市容建设等等。 加压水枪：

由于压力不足以冲掉所有泥沙，在擦车时还是会擦伤车身，

浪费巨大。平均每清洗一辆车，需要用水100升左右，在提倡节约用水的今天，许多地方已经明令禁止。

大型电脑洗车：

这种洗车机是洗车工具中的“贵族”，因为其造价太高，动辄十来万，甚至几十万，普通洗车店根本无法接受，而且，这种大型的洗车机同样费水和伤车，除了洗车速度更快之外，可以说没有其他先进之处。 无水洗车：

是用一种化学成分的洗涤剂洗车，对车漆腐蚀严重，而且对环境造成污染，洗车不彻底，车主很难接受，目前这种洗车方式正逐渐退出市场。

3洗车行业市场分析

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

便算上路边摊式洗车，全国也不足5万家洗车店，平均下来一家店1年要洗2万次左右的车，平均一天要洗近100辆车，可是很少有洗车店能日洗100辆。所以，几乎所有的中国车主都面临着同一个问题，那就是洗车难！

现代洗车业的现状：

洗车是一个非常重要的过程，需要洗车人有足够的耐心和细心，而现今洗车店的员工大多不具备专业知识。许多洗车店为了降低成本，大量雇佣进城务工的农民工。这些不具备专业素质又没有耐心的临时洗车工往往一冲了事，不能完全清洁车辆。没有完备的服务是现代洗车业最常为人诟病的一点。

投资大、成本高、利润低

现代从事洗车业大多需要一个店面，而其洗车设备的价格也

很高。除此之外还必须雇佣大量员工，否则无法正常运转。在北京、上海、广州等大城市地价超高的情况下，许多投资者无力承担高昂的店铺租金及设备费与人工费。前期投资大，运营成本高，利润低——现代洗车业发展的三大限制。

洗车方式不灵活，客户流失严重

现代洗车业的方式极不灵活，比如下午刚洗完车，结果晚上下雨了，不得不再洗一次。如果选择去洗车店，又必须掏同样的价钱，而需要的只是清洁一下外部车表，这无疑让许多车主无法接受，直接造成了很多车主宁愿自己用刷子刷一下也不愿再去洗一次，大量的客户因此而流失。

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

洗车不便捷

洗车得去洗车店，这让许多有车一族觉得不方便，人们需要的是在自家门口就能满足自己洗车愿望。洗车不便捷——现代洗车业的又一大弊端。

现代洗车业在其自身固有的几大问题的影响下，无法快速稳定地扩张，无法有效地满足市场需求。因此，造成了中国洗车市场的巨大空白。

4 垚垚洗车实施方案及服务特色

经过我们对洗车行业的市场分析和我们的调查结果，我们选择在某小区门口开设垚垚洗车店，因为我们觉得小区是车主每天必经之地，在这里客流稳定。一般车主会选择在周六日外出前洗车，所以小区门口会成为车主的首选。

5 垚垚洗车利润分析

水费：按1吨水洗8辆车一天用水15吨 $15 \times 30 = 3375$ 元

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

工作人员(12人)工资： $12 \times 2000 = 24000$ 元 电费：1500元

通过计算分析，一家面积300平方米的30元洗车店，月纯利在4万左右，年纯利近50万。

6. 蒸汽洗车服务特色

蒸汽洗车

蒸汽洗车根本有别于无水洗车，上面有说明，蒸汽有很强的热分解物理特性，当对车体表面喷射时，在热分解的同时，蒸汽喷射出来的高温蒸汽压力冲击波等于行车速度时的90-100公里时速，使沾粘在车漆表面的污染物体一扫而光，然后才进行抹擦，所以对车漆根本没有伤害，加上中性蒸汽清洗蜡水会在车漆表面迅速凝固，形成蜡膜保护漆面。由此可见蒸汽美容护理洗车和无水洗车有着天壤之别。

蒸汽洗车的优点

绿色环保

自动加水、自动增调压、缺水自动报警、过压自动断电、超压自动泄压，压力容器经过水压试验，并经x射线探伤检测，安全可靠。

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

适应范围广

清洗设备体积小、移动方便，不需上下水和排污设施，不受

场地限制，适用于汽车美容店、加油站停车场、地下停车场，居住的花园小区停车场，商场，宾馆，酒店停车场车辆清洗。而且有清洗杀菌功效，附加值高。洗车机给冻季洗车带来一次新的革命，在零下10度可照常工作。不会结冰，并且不会冻车门，冻钥匙孔。其优势是采用高压水洗车不可比拟的。

上门服务

随着城市经济的发展和居民生活水平的提高，政府对环境保护和能源节约越来越重视，而其中洗车场就占了两项治理范围，目前国内的洗车场很难拿到政府的批文，有80%的汽车美容店，兼起了洗车职务，随着城市的车辆逐步增长，洗车场已经供不应求，如何能节约用水、怎样才能更好的保护环境，已经成了政府最大的烦恼。

上门洗车正好解决这样的问题，一般采用移动洗车设备和瓶装喷雾清洗上光剂，在各住宅小区、宾馆酒店、写字楼的停车位上洗车上光一次轻松完成，以节水环保、不需租用场地来降低加盟商的运营成本。一般来说，有车一族的白领的工作繁忙，时间就是金钱，但到洗车场洗车往返大约需要1-2小时，如果遇上路上堵车或是排队，花费的时间会更多，很不方便。因此移动上门洗车应该受到经营者及车主的欢迎。

洗车与车辆检查一并完成现在很多车主由于时间紧，很少对自己的爱车进行经常性的安全检查，特此我们垚垚洗车推车特色服务，在垚垚洗车的车主可以在洗车的过程中，由我们垚垚洗车的专业技师对您的爱车进行安全性能检查，在您洗车的过程中，您不需要在花费多以的时间就可以对您的爱车进行一次安全检查。这样一来既保证了您的出行安全，也保证了您的爱车不发生意外。这也是垚垚洗车一向特色服务。

7营销手段策划

服务行业的核心竞争力是服务，但是，面对日益激烈的行业竞争，营销手段

渤海理工职业学院商务管理专业营销策划书

也显得格外重要。运用适当的营销手段，对于提升业绩和推广品牌有着巨大的帮助。我们垚垚洗车行主要从以下营销手段着手。

会员制策略

会员模式是汽车美容店最常用的一种营销模式，也就是争取做“预收款生意”。凭借会员卡可在店内洗车、做美容、护理、装饰，购买精品等，并享受购物折扣优惠、积分返利优惠等优惠待遇，享受快捷完善的汽车快保、维修、救援等增值服务支持，及各类车务手续的代办支付等别具一格的服务。

服务策略

服务作为企业经营内容的一部分，不仅要做好，还要创新。对于大、中型洗车店，可以针对一辆车提供从拥有到报废的全程优质服务，贴身、贴心的个性化服务，这种车主的保姆级服务层次的服务经营，也就把竞争引入了无争的境界。这不是一定要求做到，至少可以去尝试努力做到。

文化策略

把企业文化和本店形象贯穿于日常经营活动中，可以通过举办汽车评鉴、赛事、车友聚会等活动，突出本店的文化魅力。可以在此基础上组建以本店为服务基地的车友俱乐部，把生意做到生意之外，营销变成了一种不期然的行为。

网络策略