

最新汽车活动策划书(优秀13篇)

环保标语可以激发人们保护环境意识，促使他们采取积极的环保行动。如何推广循环利用？保护环境，不分国界，让我们携手共同面对全球性的环境挑战。

汽车活动策划书篇一

从历史往后看，能掇取海量的人文关怀，从文明往前看，能感受浩瀚的智慧源泉；从名胜往左看，有荡生层云的舒畅，从风光往右看，是吞吐宇宙的寄怀。时光和空间立体交汇的通渠，永远是追求休闲自然的乐土。在浮躁、喧嚣充斥着街头巷尾的时候，我们有时会变得疲惫不堪。虽然我们每天行驶在孕育万物的大地上，却正在不自觉地疏远和淡漠自然。

驶向健康，走进自然，我们的生活品质由此而改善……整齐划一的行动准则，靓丽炫目的车型车款，沿途穿州过府，必然成为一道流动的风景区，所引起的关注决不亚于一场热闹的大型车展。车身粘贴冠名及赞助企业介绍，广告宣传效果一目了然。您如果有车，就请将一切准备就绪，发动引擎，向快乐出发！钦州电视台邀请您一路“激情自驾游”，全新体验激情漂流。活动将展示钦州青年活跃、激情、团结、智慧的社团特征。

策划此次活动，旨在充分展现钦州青年敢于挑战、勇于拼搏精神，并以此次活动为起点，引导钦州青年围绕中心，激情创业，为构建和谐钦州、推进跨越发展作出积极贡献。

主办单位：钦州市汽车流通协会

承办单位：钦州电视台市场直通车车友汇节目组

协办单位：钦州市体育局 钦州市旅游局钦州市文化局

媒体支持单位：钦州市电视台钦州市广播电台 钦州日报

钦州晚报 法治快报西南之窗网 红豆网 钦州都市生活网

9月11日在钦州市政府前广场举行欢迎仪式，请政府有关领导领导讲话，出行车队领队誓师，挂平安符、贴个性logo（及时贴）。

即日起开始接受报名，9月10日12点报名截至，以预交费用为准。（约300元/人）

活动时间：20xx年9月11日（星期五）至2009年9月13号。

9月12日早上7：00集合，列队出发，赶赴明仕田园（距大新县城53公里，明仕游船45元/人），在景点吃中餐；用餐完毕稍作休息，集合出发，前往通灵大峡谷，（门票75元/人），下午赶赴靖西（约30公里），晚餐后住靖西华西国际大酒店（4星），费用：标准双人间，约130元/间。（含早）

9月13日早上7：00赴旧州古镇约8公里（门票15/位）、鹅泉（门票20/位）（距靖西县城5公里），离下午原路返回钦州晚餐。（结束行程）

1、钦州市汽车流通协会负责全程接待，代表钦州市旅游局、体育局、广电局。

2、钦州市所有新闻媒体参与此次活动宣传报道工作；

4、活动导游由市旅游局特派，全程服务。

汽车活动策划书篇二

1) “以客户为中心，以服务为先导”的经营理念。利用本次的营销活动最大限度的吸引目标客户，使得xx的良好形象成

功根植于社会公众心目中，并用实际行动架起了一座座心灵相通的桥梁。

2) 事实上，活动营销最主要的作用不仅在于促销，而是成为“公司对外宣传的一个新窗口”，通过这个窗口，车型宣传得到了有力推广，品牌宣传得到进一步延伸。

3) 搞活动并不可能在销售上立竿见影，明智的目标定位应该是让参与了活动的这些人，“有朝一日想要买车时，第一个想到的就会是我们。”

4) 目前，同一价位车型在性能、配置等方面非常接近，单纯从性能等各项指标来比较同一价位车型孰优孰劣，难度较大。因此要在销售上占据优势，除了汽车品牌的知名度、美誉度外，江淮提供的服务和汽车文化认同度也成了消费者重点考察的指标。

xx市的中高收入阶层且富有爱心的人群

感恩社会，真情回馈

20xx年7月1号——20xx年9月1号

xx市的各个xx汽车直营店

广告、电视台、报纸、杂志、公关和营业推广以及相应高人员促销等

沟通信息

一直以来□xx旗下的高素质车模队伍都在业内享有声誉. 高素质车模，高品质汽车，人车相互辉映，在这一过程中xx的产品特点和品牌文化展现得淋漓尽致，由此也看出xx对品牌建设的理解达到了新的高度。

（1）场地布置活动出现意外倒塌、损坏等情况

解决方法：首先对布置方案进行周密的推敲，充分考虑现场环境的客观因素，制定合理安全的布置方案，并制定后备方案。严格督促施工安装人员按照方案及施工规程工作，强调细节处理，对存在隐患的环节做到万无一失。安装完毕后，把好质量关，做好活动的验收工作，并定人定时进行检修。

（2）场地布置过程中，由于天气原因造成施工中断，从而拖延施工进度情况

解决方法：让当地全友与气象预报部门保持密切联系，了解在施工期间的天气状况，提前做好防范措施和转移工作。

（3）现场执行过程中出现沟通不畅，造成工作混乱的情况

解决方法：建立完善科学的对讲系统，统一划分与配置对讲频道，要求执行人员熟悉沟通协调的流程，不得越级越部门进行沟通。同时成立现场临时协调部门，专门进行突法紧急事件的沟通与协调工作。

解决方法：制定周密的活动流程，推敲每个活动细节，强调执行人员严格按照流程工作，强调执行人员的时间观念。并多次进行活动活动预演，找出问题，及时解决问题。准备备用方案，以应对可能出现的冷场、拖场的情况。

（5）现场执行过程中，出现工作混乱，部分活动无人执行等情况

解决方法：活动执行前进行合理分工，按区域按活动进行明确的工作划分，保证每个环节都有专人负责。

2、预备机动人员，随时弥补临时出现空缺的执行岗位、媒体统筹

(1) 突发事件发生后，与媒体的接触

解决方法：明确新闻发言人，积极面对媒体，及时向媒体通报调查情况与后续处理情况，与媒体保持联系，用后续处理方式去弥补先前的负面影响。

(2) 出现负面报道的情况

解决方法：制定统一新闻稿，与媒体进行充分沟通，并及时与媒体上级主管部门进行协调。

3. 演艺活动

(1) 在演艺活动中，出现演员迟到、误场、缺场等情况。解决方法：强调演员的纪律意识，避免沟通失误。准备预备演员和节目。

(2) 在表演过程中，演员造成表演失误等现象。解决方法：要求演员认真对待节目排练，多次进行预演。帮助演员建立良好的心理素质，随时关注演员的身体状况。

(3) 在演艺活动中，出现配套设备无法工作等情况。

解决方法：正确地安装和使用配套设备，定人定时检查配套设备的启动系统。由工作态度细心负责的人员来操作设备，预备易损部件和更换工具，随时更换失效部件。

4. 现场音响调节对音响设备的调试工作必须全面认真，保证在各个位置都不会发生啸叫情况。

1、撤场工作从活动结束开始，到总结工作完毕

2、活动负责人布置撤场任务

3、活动负责人指挥整个撤除工作的有序进行

- 4、负责组执行人员撤除电脑设备
- 5、物料筹备组拆除、回收活动装饰物料、入库
- 6、客服组对活动涉及资料进行备份和记录
- 7、客服组协调保洁结束进行打扫工作

扩大对xx区域市场的影响力，提升产品销量。

汽车活动策划书篇三

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7:30

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的.成功。

汽车活动策划书篇四

理论学时：4学时

掌握：汽车销售渠道策划的设计步骤。

熟悉：汽车销售渠道策划的选择和模式。

了解：汽车销售渠道策划概述。

5.1汽车销售渠道概述

5.2 汽车销售渠道模式

5.3 汽车销售渠道选择与策划

5.4 案例与分析

通过ppt课件讲授本章节知识点和技能案例引导课堂讨论

ppt演示、引导法教学、讨论分析

1. 什么是汽车销售渠道策划？
2. 汽车销售渠道策划的模式有哪些？
3. 写出销售渠道策划大纲。

汽车活动策划书篇五

双十一对于卖家和买家来说都是大日子，是一年一度的电商盛宴。而且每年的双十一都会比以前更好，去年双十一以191亿的销售额突破历史新高，让更多的人关注到了双十一。今年的双十一到来了，很多网店商家们都在磨刀霍霍了，也有一些商家还处于迷茫期，不懂怎么进行双十一营销策划，这里把整个双十一营销策划活动分成打基础增销量的部分、活动预热的部分、活动当天营销部分三部分来说说[20xx双十一活动如何营销策划。

这部分网店可以通过试用营销，在试用中心或者试客联盟发布试用活动，通过试用活动提高店铺人气，树立店铺好口碑。当然因为官方试用中心是不计入销量的，所以想要增加销量就要通过第三方试用营销平台来进行。店铺可以拿出部分双十一主打商品用来发布免费试用活动，给这些商品打好收藏、分享、好评基础的同时，有效增加店铺销量。

预热活动也是直接影响到双十一当天业绩的关键部分，预热是双十一的前奏，活动能否成功很大程度上都要依靠预热的成功。预热活动内容主要包括双十一当天使用的店铺优惠券推送、提醒消费者提前加入购物车、参加官方预热活动□crm维护和营销□sns推广等等。

对于卖家来说，预热这十天除了通过合作预热活动拉新会员之外，对于用户群基数较大的大卖家，预热期间最最重要的事情crm维护和营销。当然预热阶段也可以通过试用营销来进行，通过试用营销，给店铺带来新会员，同时把店铺优惠券发放给这些试用的买家，这些亲身试用过店铺商品的买家更容易对店铺的大促活动感兴趣并参与。

双十一当天的营销活动主要是根据当天官方赛场时间点和规则来定，不同时间段有不同时间段的玩法，当然全场1-5折是必须要有，满就减也是不可缺少的。但是除了这些常规款外，我们是不是可以进行一些玩法的创新呢?推荐两个玩法：

(1) 刺激用户购买：阶梯式价格刺激买家购买、限量购产品销售(稀缺感)、售罄产品公布(紧迫感)、赠送礼品□vip会员包装等措施。

(2) 提高客单价：关联营销、满额就减、买多折上折、满额有奖、最高有奖、买多件享优惠等。

做好20xx双十一营销策划活动的打基础增销量、活动预热、活动当天营销三个部分，让处在双十一营销策划迷茫的商家提高一条清晰的思路，帮助商家更好的进行20xx双十一活动策划，让店铺双十一效果更好。

汽车活动策划书篇六

新能源汽车活动策划书

新能源汽车成立至今，队伍日渐壮大，产品量产指日可待，增强团队凝聚凝聚力，实现团队效率最大化势在必行。

1. 为丰富员工业余生活，放松员工身心
2. 增进员工间的友谊，增强员工团队协作能力
3. 增强员工团队归属感及集体荣誉感，加强团队凝聚力

新能源汽车全体同仁

20xx年12月2-3日

缙云山

新能源汽车综合管理办公室

【车上活动】

（一）、领导讲话

（二）、主持人主持约1个小时的互动游戏

2、要你好看

主持人任意抽取两队参加活动，每对4人组成，具体如下：

甲，任意说出对方一个成员的名字；乙，任意说出一个形容词；丙，任意说出一个动作；丁，任意说出一个时间（规定最多可说1分钟）。最后将四个人的合起来，就是命令对方那个人将要做的动作。

3、密码传递

a□主持人给任意一列座位上的人模仿一种小动物的叫声，或

是唱一小段歌，让这一列座位上的每个人，依次传递，相互传递必须小声进行，不能让旁边的人听到，最后一位，大声告诉大家自己听到的。

b□主持人同时告诉每一列最后一名乘客同一个数字（尽量复杂），然后依次往前传递，传递时不得说话，最终传递错误的队伍淘汰，传递正确的队伍按完成时间先后顺序排名次。

4、击鼓传花

音乐起，开始传花，主持人喊停，花了谁家，谁就表演节目

【晚餐活动】

（一）、领导讲话

（二）、主持人穿插小活动

1、车上“表现欠佳”的人表演节目

2、循环相克令

人数：两人

道具：无

准备：无

规则：令词为“猎人、狗熊、枪”，两人同时说令词，在说最后一个字的同时做出一个动作——猎人的动作是双手叉腰；狗熊的动作是双手搭在胸前；枪的动作是双手举起呈shou枪状。双方以此动作判定输赢，猎人赢枪、枪赢狗熊、狗熊赢猎人，动作相同则重新开始。

亮点：这个游戏的乐趣在于双方的动作大，非常滑稽送祝福（各自以匿名方式写在纸条上交主持人，然后叫大家轮流抽取，并大声地念出祝福内容。）

准备：

3、成语串烧

人数：4人

道具：题板、笔

准备：在题板上画好表格，事先将固定内容写在题板上，用纸遮住，余下的空格由参与者填写成语。

规则：让参与者先在题板上空格处写出5个成语，并把自己的成语向台下观众读一遍。主持人揭开纸条，让参与者在自己写的成语前面加上固定的句子，并朗读一遍，形成一句句“完整”的语子。

亮点：会出现牛头不对马嘴的句子。

人数：8人，分两组

道具：白酒杯、白酒、水

准备：分两组各准备一杯真白酒，三杯水

规则：四个一样的杯子里只有一个杯子里装有白酒，其余三个装的是水，让参赛的队员四人一组，一队表演，另一队猜谁喝的是酒。

亮点：考验队员表演功底，表情丰富，真真假假。

4、真心话大冒险

【爬山活动】

（一）、户外拓展类活动

1、猴子卖桃

所有成员全部上场，男士代表5毛，女士代表1元，参与者围着圈慢跑，主持人任意说出一个价格，如2块5，拼错价格，淘汰，并接受惩罚；拼对价格的，继续游戏，留在台上时间最久的为获胜队伍。

2、我来比划你来猜

3、合影留念

（二）、合影留念

交通费：400元

餐饮住宿：约2600元

小礼品费：约500元

合计：3500元

活动策划、主持：何璇

门票、住宿预订：戴威

道具、音乐准备：马丽

拍照、摄影：高佳艳

汽车活动策划书篇七

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。

汽车活动策划书篇八

公司各部门及各专柜：

为了积极贯彻20xx年集团董事长“坚持长久创新，坚持长久服务”思想，形成正能量；不断扩大公司企业品牌影响力。应公司领导要求，以集团“光彩服务月”活动为契机，我部门经过认真安排部署，通过优质服务、上门服务、星级服务、创新服务以带动我商场“新客户群体”，旨在从服务质量及水平上赢得更多的.顾客群，以此激励、培养市场，开拓市场潜力。我部门决定于20xx年4月7日组织开展售后服务小分队活动，现将此项活动具体事宜通知如下：

挥洒真诚微笑创新文明服务

20xx年4月7日

客服纪检部

1、设点服务

二），并可根据顾客要求上门服务，对其家中的电器等进行故障排除等服务。

2、赶集服务

分赴xx市周边乡镇地区进行服务宣传，并登记相关信息，对于群众反映的问题进行汇总并及时向公司总经办汇报反映。

客服纪检部2人、公司各部门及各大店。

- 1、各部门应大力支持和协助，确保此项活动顺利开展。
- 2、参与活动人员要求有责任意识，统一着工装并配戴绶带。

汽车活动策划书篇九

1、邯郸盛昌长城汽车4s店一直倡导“以客户为中心，以服务为先导”的经营理念。利用本次的营销活动最大限度的吸引目标客户，使得邯郸盛昌长城汽车4s店的良好形象成功根植于社会公众心目中，并用实际行动架起了一座座心灵相通的桥梁。

2、事实上，活动营销最主要的作用不仅在于促销，而是成为“公司对外宣传的一个新窗口”，通过这个窗口，车型宣传得到了有力推广，品牌宣传得到进一步延伸。

3、搞活动并不可能在销售上立竿见影，明智的目标定位应该是让参与了活动的这些人，“有朝一日想要买车时，第一个想到的就会是我们。”

4、目前，同一价位车型在性能、配置等方面非常接近，单纯从性能等各项指标来比较同一价位车型孰优孰劣，难度较大。因此要在销售上占据优势，除了汽车品牌的知名度、美誉度外，经销商提供的服务和汽车文化认同度也成了消费者重点考察的指标。

5、通过邯郸盛昌长城汽车4s店的文化、优惠活动，真正有利

于民，达到红火、热烈、吸引人，造成较大的声势。

二、活动总策略

1、围绕长城汽车的文化、优惠活动突出“轻松购车在新丹兰”，并以此为中心开展一系列的汽车品牌活动，引起重大强烈的反响。

2、本次活动具有针对性、延续性，通过有趣、有利的的活动形式的开展把汽车爱好者、购车意向者等聚集于此，营造出火红热烈的良好氛围。

三、活动特点

1、每周定期推选1-2个长城汽车品牌在新丹兰广场举行活动。

2、活动形式多样，精彩丰富，包括比赛、新款汽车上市仪式、讲座、免费检测等，形成一周一个主题，引起社会公众的兴趣并使行销直抵目标消费群。

3、文化与优惠的结合，容易产生兴趣与参与愿望。

4、三个主协办单位的强强联合，能使邯郸盛昌长城汽车4s店的活动动态得到及时、准确地报道与宣传，在提升了邯郸盛昌商企业形象的同时，也提高了长城汽车汽车的实际销售量。

四、主题周活动策划思路与内容

第一周：长城凌傲

1、基于长城凌傲前卫、硬朗、富有未来感的外形，第一周的活动以“阿凡达”真人秀为主题，在灵动和未来感找到两者的切合点，作为吸引受众的一个焦点。

2、现场解说人员并充当主持人角色，在解说长城凌傲的同时，可以很好的控制现场气氛，煽动情绪。

3、准备立拍得，有意向购车的客户留下姓名跟联系方式，即可与凌傲跟“阿凡达”模特合影，拍出照片送于客户留念，并附赠汽车资料。

4、模特走秀，与凌傲时尚、前卫的外形相对，吸引这一人群。

五、活动现场策划

1、现场布置4m_8m背景板“靠近‘阿凡达’——长城凌傲与未来有约”亲民活动

2、在背景板后设遮阳伞与桌椅，笔、纸，有意向客户可留下联系方式与姓名。

3、装束成“阿凡达”的男、女模特立于车旁，在解说下变换姿势，并热情与客户拍照。

4、众模特穿新丹兰服装走

活动流程

1、10:00背景板、红毯、舞台、遮阳伞、桌椅、笔纸、礼品车及工作人员到位。

2、10:30销售人员告知观众活动内容及今天购车的优惠及礼品，并说明阿凡达真人秀将出现并可与观众合影留念，合影的观众留下联系方式。

3、11:00阿凡达真人秀登场，带着众美女模特走上舞台，亮相后，走到车旁边站定。

4、11:10五位模特身着时尚小礼服走秀走秀期间，一旁的销售顾问要介绍提供礼服的店面，解说词可把时尚的衣服与凌傲的特征结合。

5、11:30第一场秀结束模特立于车旁销售顾问可继续介绍车型及今天的活动并鼓励观众与模特合影。

6、12:00第二场时装秀开始过程同4

7、12:30上午场结束

8、2:00下午场开始

9、2:10销售人员告知观众活动内容及今天购车的优惠及礼品，并说明阿凡达真人秀将出现并可与观众合影留念，合影的观众留下联系方式。

10、2:30阿凡达真人秀登场，带着众美女模特走上舞台，亮相后，走到车旁边站定。

11、2:40五位模特身着时尚小礼服走秀走秀期间，一旁的销售顾问要介绍提供礼服的店面，解说词可把时尚的衣服与凌傲的特征结合。

12、3:00第一场秀结束模特立于车旁销售顾问可继续介绍车型及今天的活动并鼓励观众与模特合影。

13、3:30第二场时装秀开始过程同上

15、4:30活动结束

注：每场秀之间可与现场观众互动

做些回答问题的小游戏并赠送礼品

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

汽车活动策划书篇十

以xx汽车为主体，整合公司多项业务内容，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xx汽车影响力及知名度、提高明晨商贸品牌价值的最终目的。

首付xx元分期付款低价格大空间xx汽车贷回家

20xx年（具体选定）

大空间低油耗首付xxxx汽车贷回家

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xx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。

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□xx汽车展示，邀请美女车模，汽车宣传单发放。

（2）租借2—3辆xx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。

在兼顾成本的情况下，结合酒店与修理厂内容，

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；

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；

汽车活动策划书篇十一

活动目标：

- 1、知道三月八日是妇女节，是妈妈、奶奶等妇女的节日。
- 2、通过亲子活动，萌发关心长辈的情感，增进与长辈之间的感情。

活动准备：

- 1、音乐磁带《世上只有妈妈好》的音乐。
- 2、6个呼啦圈和若干糖果。

活动过程：

1、（师）小朋友知道这首歌叫什么名字吗？（幼）世上只有妈妈好。

幼：是妈妈的节日？

师：今天不仅仅是妈妈的.节日还是奶奶、外婆、阿姨、姑姑所有女性的节日。

3、妈妈在家里做些什么事呢？奶奶在家会做什么呢？（幼儿发言）

妈妈、奶奶这么辛苦，我们应该给她做些什么呢？（幼儿发言）

二、互动环节

《心心相印》游戏准备：呼啦圈6个

游戏玩法：幼儿先跳入圈中，然后妈妈再跳入圈中，二人跳入圈中后、幼儿再将呼啦圈从下往上取出然后放在前面，继续跳进去。直到跳到终点，幼儿与妈妈站在圈中然后往起点跑，谁先到达起点谁就获胜。（获胜者可以获得奖品）

三、我喂妈妈吃糖果

今天我们宝宝和妈妈欢聚一堂共度妈妈的节日，开心吗？我们宝宝以后要做让妈妈天天开心的宝宝，最后我们在一起送妈妈一首《世上只有妈妈好》的歌曲，祝所有妈妈们青春永驻、幸福永存！

汽车活动策划书篇十二

宝马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，成了宝马汽车的理想与抱负。宝马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，最终成为宝马汽车最忠诚的客户。

二、活动目的

- 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宝马的距离，提高公司的品牌形象。

三、活动重点

- 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。

四、效果评估

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

五、活动时间及地点安排(待定)

六、活动内容

1、“关爱儿童成就未来”，由宝马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宝马汽车——“我心中喜爱的宝马儿童绘画巡展”。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”

“宝马品质生活尊贵夜”，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宝马品质生活带来成功与喜悦。

3、“试乘试驾实现梦想”——宝马完美驾乘分享活动，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宝马的车辆驾驶乐趣。此次驾乘的目的地是宝趣玫瑰园，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

10、汽车音响、汽车改装(酷车)展示

活动中，众多客户体验到了宝马品牌一贯的“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，秉承着宝马的尊贵性，带给更多客户尊贵的享受。

七、现场服务

服务一：当天到展台前登记的业主，每人奖励500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6折维修会员卡。

八、整合资源

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。

九、联合营销

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。

汽车活动策划书篇十三

理论学时：4学时

掌握：汽车营销促销方式选择与策划的设计步骤。

熟悉：汽车销售渠道模式。

了解：汽车销售渠道概述。

6.1 汽车促销概述

6.2 汽车产品促销方式

6.3 汽车营销促销方式选择与策划

6.4 案例与分析

通过ppt课件讲授本章节知识点和技能 案例引导 课堂讨论

ppt演示、引导法教学、讨论分析

1. 什么是汽车促销策划？

2. 汽车产品促销方式有哪些？

3. 汽车营销促销方式选择与策划的设计步骤是什么？