



NEW
THINKING.
NEW
POSSIBILITIES.
创新思 启新境

NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.



北京现代常州无锡提升方案 ——3月联合营销方案



苏沪办事处 蒋鸣

目录

活动背景

活动目的

前期线上推广〔广宣〕

中期线下推广〔外展〕

后期活动执行〔团购会〕

预计效果

费用预算



背景分析与推广目标

上市目标

- 提升北京现代〔科技&现代〕的品牌形象
- 开创新兴中高级车型市场〔D Mid New Entry 市场〕的领先地位
- 改善北京现代销售结构，提升名图战略车型销售比重，形成北京现代新一代增长动力的车型

品牌形象定位

- 从产品特性及市场趋势考虑时 ‘动感、大气’ 的形象对于个人市场定位十分必要
-目标消费者所需求的动感，大气，档次感强。
- 主要竞争车型：①新速腾②迈锐宝③GT英朗

三大本领

usp

领潮流-魅力大气外观

全景天窗，HID疝气大灯，运动型双排气管，LED日行灯和尾灯

领价值-高档丰富配置

驾驶席通风座椅，后排座椅加热，FLEX柔性转向系统，TPMS胎压监测，倒车影像，VSM车辆稳定系统，多连杆独立悬挂

领舒适-宽大宜人大空间

越级车身尺寸：2770mm大轴距，舒展的后排，超大后备箱



活动目的



提升品牌形象，充分提升北京现代品牌的影响力，扩大市场占有率；

吸引客户，增加客流量，通过车展活动吸引大量客户；

通过活动平台迎合潜在客户需求，创造更多销售时机。

"名图"整合传播推广行程

	3月初	3月中	3月末
广宣	<p>3月10日前期所有公关软文网上上刊</p> <p>3月12号前建立各合作网站客户征集专题页面</p>	<p>3月13日前建立全名图专用微博账户</p> <p>3月10-25日活动前各播送台的电台投放，热点电台节目冠名</p>	<p>3月中旬旬厂方直投各类户外广告牌，LED，省报，</p>
活动		<p>3月15—16日 商场展示</p>	<p>3月23日 外展〔团购会〕</p>
公关	<p>活动报道</p>	<p>3月中询 各项活动公关推广</p>	
CRM		<p>3月中旬 老车主试驾及维修代步车开展</p>	

线上推广

	项目	媒体类型	推广时间	版面	内容	费用
预 热 期	垂直硬广 (网络)	太平洋汽车网 搜狐汽车 汽车之家 易车网	3月1日-3月 20日	广告通栏(查询车型上方) : 含报名通道+互动体验 环节	1 画面: 厂方海报+经销商介绍 2 内容: 体验式试驾会报名通道+价 格竞猜	40000元
	天空评论 (电台)	常州电台 交通台汽车 经济台热点 音乐台冠名	3月10日--3 月20日	交通台: 汽车栏目软性广 告 经济台: 热点新闻发布 音乐台: 高性价比冠名	1 主持人节目中渗透名图上市及车型 信息 2 做重点车型购车咨询对比 3 热点新闻咨询发布 4 15秒硬广发布	20000元
	新媒体推广 (微信, 微博)	微信名图公共账号 微博 名图专用账号	3月10日-3 月20日	微信: 公共平台价格竞猜 微博: 关注, 转发有奖	1 成立单独的账号, 以“名图”为用 户名进行推广 2 利用微信二维码做前期所有硬广的 推广及涉及。 3 提供足量的真是礼品进行长期性互 动	5000元
					合计:	65000元

以上费用为3月份联合差异化申请内容

线下推广

场地简介:



欧尚商店在经营中首次将“自选、廉价、效劳”三者融为一体，由此，欧尚成为世界超市经营先驱者之一，欧尚集团是法国第二大以经营零售业为主的商业集团，全球十大零售商之一，1961年成立于法国北部的里尔。集团的主力业态为大型超级市场、超级市场、便利店，同时涉足加工生产和金融业。





红梅公园位于常州市东北面，因园内的著名古建筑-红梅阁而得名，是市内最大的一个综合性公园。红梅公园分三区八景。在公园的南部是文物古迹区，有红梅阁和文笔塔；在公园的西北部是娱乐活动区，有运动场、春晖茶室、青少年活动场所、游艇、听松楼和舞厅；在公园的东部是科普教育区，有动物园、盆景园、月季园和屠一道根艺藏珍馆等。在我国古都北京有著名的燕八景，那是人们到了北京后非去不可的地方，而在红梅公园里，根据各区景点的不同特色，也是分为八景：这就是红梅春晓、古刹钟声、曲池风荷、青峦倒影、凤桥花径、翠薇秋霞、孤山雪松、文笔夕照。



青枫公园——是个集“生态、科普、活力”三大主题于一身的城市森林公园，开放的青枫公园是我市目前面积最大的免费的敞开式公园，总面积达45公顷，比红梅公园还大1/5多。青枫公园于常州市钟楼区政府隔街相望，位置得天独厚，依托运河、白鹤河、童子河而建。作为我市首个森林公园、植物科普教育基地和青少年户外活动中心，青枫公园不仅是广阔市民休闲健身的适宜场所，也是展示常州城市形象的重要窗口。

工作安排与进程:

	工作安排与进程	有待改进工作
本部	欧尚超市、湖塘八佰伴、红梅公园、青枫公园作为此次联合车展的地点，兼于同名图新车上市同时进行，本部明确给出指导意见与支持条件。	
办事处	多次组织特约店开会，沟通车展方案，分配车展工作，制定车展政策。	进一步积累资源，把握主动权，对局面有所掌握。
特约店	<ol style="list-style-type: none"> 1、预定车展展位与广告位 2、提供展车 3、模特、礼仪等相关人员的选定 4、均摊各项费用 5、其他准备工作 	<ol style="list-style-type: none"> 1、对于办事处安排负责的有关工作，责任心有所欠缺，传达力度较差，执行过于随意，导致工作完成情况不理想。 2、各店对于细节把握有所欠缺。 3、特约店可对展台洽谈区进行特殊布置，可添加了精品展示柜、桌布、桌花、茶点等。
车展运营商	<ol style="list-style-type: none"> 1、展台搭建：车展前4天开始对展台进行搭建，并与特约店到现场指导。由于搭建公司方位理解出现偏差，导致首次搭建错误，经指导重新进行搭建。 2、新车上市现场的布置：安排方案执行的广告公司提前到现场进行布置。 3、音响的调试：展台搭建方提供调音台，要求提前安排调音师对车展期间每项活动流程进行了解，做好音乐衔接。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、关于展台的搭建，由于搭建公司方位理解出现偏差，甚至首次搭建错误，经指导重新进行搭建，要求搭建方工作开始之前与相关人员做好沟通。 2、展架背景为普通灯箱，而大部分厂家支持的展架都运用了LED，该模式有利于提升品牌档次，也更具吸引力，建议今后展台设计时能够将背景改为LED，同时配备一定高度的主展台也是很有必要的，展示主推车型的同时，为演出提供平台。吸引更多客户的驻足。 3、展台灯光有待加强，灯光过于分散，不能提高展车的风采。 4、运营商水牌制作发生了一些错误，但由于发现及时，在开展前进行了更正。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/258137007053007003>