



Mercedes-Benz Dealer Guidebook

DEBEN International Communication Group
Feb.18th,
2009

Content (内容)

- Project Overview Introduction(概述)
 - Concept Overview (理念概述)
 - Objective (目标)
 - Strategy (项目策略)
 - Responsibility (职责)
- Event Module Concept & Implement Outline
(活动模块与实施纲要)

Project Concept Overview

为了进一步提升品牌形象，扩大市场占有率，MBCL将在2009年针对经销商的各类市场活动制定统一的模式与标准，以规范活动流程，保证活动的有效推进。

经销商将免费获得

由总部指定的专业代理公司，对经销商活动进行指导，监督或者全权执行

多种可供选择的推广活动套餐，详尽的活动指导手册

经销商要做的

选择您认为可行的活动套餐，协同总部指定的专业代理公司按照指导手册予以活动的执行

选择您认为可行的活动套餐，自行根据指导手册予以活动的执行

Project Objective (活动目的)



Project Strategy（项目策略）

切实可行

活动套餐的设计充分考虑经销商的可操作性，有效发挥经销商的现有资源，达到活动的切实可行。

多重覆盖

多种活动模块的内容设计，涵盖了各类目标群体，帮助经销商实现了潜在客户的开发和销售的促进。

标准管理

标准化的流程管理，由专业的代理公司从活动前期筹备到活动后续的跟进提供完善的流程管理，实现标准化活动运营。

规格保障

总部将推荐专业的代理公司以及奔驰标准物料支持经销商的推广活动，以确保奔驰品牌形象和活动规格的统一。

Project Responsibilities Overview – 活动由奔驰指定代理商执行

CENTRAL	REGINAL OFFICE	DEALER	VENDOR
Provide Concept	Dealer Management	Venue Recommendation	Develop Detail Event Plan
Provide Dealer Guidebook	Project Process Management	Sales Personnel	MB Branding Elements Management
Provide MB Branding Elements	Event on-site Check	Guest Invitation & Follow Up	Venue Check
Project Process Control	Event Result Monitor	Guest Database Update	Venue Decoration Management
Dealer Event Plan Approve			Event Logistics Management
Provide 2/3 Event Budget			Event on-site Management
Provide General Press Release			Event Result Report
Event Result Monitor			

Project Responsibilities Overview – 活动由经销商自行执行

CENTRAL	REGINAL OFFICE	DEALER	VENDOR
Provide Concept	Dealer Management	Develop Detail Event Plan	Pre-event Guidance
Provide Dealer Guidebook	Project Process Management	Venue Choose	Event on-site Monitor
Provide MB Branding Elements	Event on-site Check	Venue Decoration Management	Event Result Evaluation
Project Process Control	Event Result Monitor	Event Logistics Management	
Dealer Event Plan Approve		Sales Personnel	
Provide General Press Release		Guest Invitation & Follow Up	
Event Result Monitor		Guest Database Update	
		Event on-site Management	
		MB Branding Elements Management	
		Event Result Report	

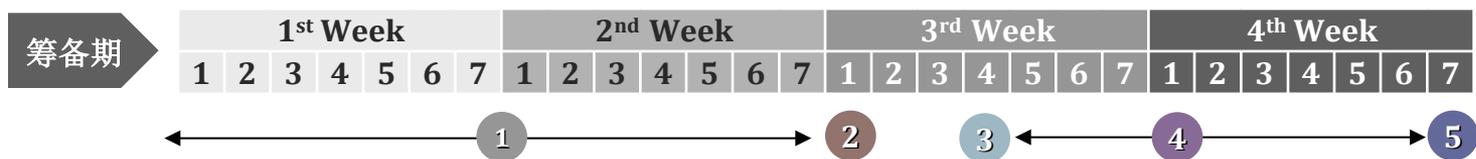
Process Chart

整个活动进程将包括三个阶段：

第一阶段：活动筹备期 4周时间

第二阶段：正式活动期

第三阶段：活动后续期 4周时间



- 1 经销商根据Guidebook撰写活动方案及进行活动筹备。
- 2 经销商向奔驰（中国）总部及区域提交活动方案的最晚时间。
- 3 奔驰（中国）总部及区域审核经销商的活动方案，并向经销商的活动计划提出反馈和确认。
- 4 经销商进行活动的细节筹备，客户邀请
- 5 活动现场搭建、彩排，各类物料到位

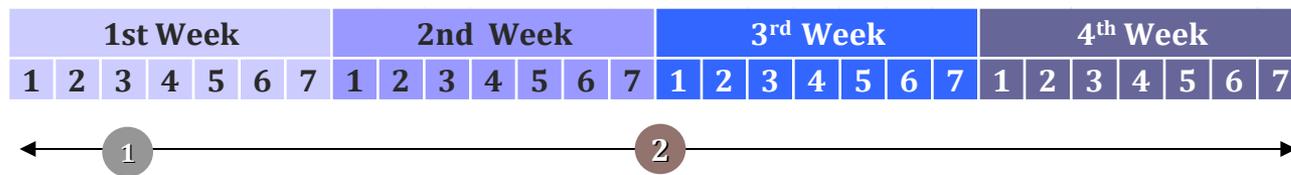
Process Chart

执行期

经销商正式活动期:

- 根据批准的活动方案执行活动
- 记录活动现场实际客户抵达的人数及获取潜在客户数量
- 记录活动产生的销售情况
- 拍摄活动照片

后续期



- 1 在每场活动结束后的三天内必须向意向客户进行电话回访跟进，并在之后不少于三次的客户回访，在相应的“客户信息管理表”中填写相应的客户反馈记录。
- 2 活动展期结束后4周，经销商需要根据要求进行活动汇报总结、图片记录、实际花费的整理。并按照指定之间提交给总部及区域。由此完成整个活动周期的运营。

Event Module Concept & Implement Outline (活动模块与实施纲要)

活动模式整体概览

整体分类		模块	活动形式	活动目的		活动经费投入 (三星最高, 依次降低)	建议执行方	
				品牌推广	客户关系		MB Vendor	Dealer
特定日期活动	特定日期事件	1	新车上市鉴赏/试驾会	●	●	★★★★	●	
		2	经销商周年店庆	○	●	★★	●	
		3	经销商开业庆典	○	●	★★★★		
	公共节日活动	4	普通节日: 特色专题讲座+产品体验 &促销	●	●	★★		●
		5	年终重要节日: 圣诞节格调派对/ 新年答谢宴会	○	●	★★★★	●	
日常费特定日期活动	综合活动	6	产品路演	●		★★★★	●	
		7	主题试驾会	●	●	★★	●	
		8	车主俱乐部系列活动		●	★		●
		9	艺术文化赞助合作 (影片首映、艺术首演)	●	●	★★		●
		10	赛事赞助合作 (高尔夫、网球、马术)	●	●	★★	●	
		11	联合活动			★★	●	

活动模式整体概览

活动模块		目标群体			
		MB品牌			竞争品牌
		MB现有客户	MB意向购买客户 (1-3个月)	MB内部升级或转 换的潜在客户	竞争品牌客户
1	新车上市鉴赏/试驾会	●	●	●	●
2	经销商周年店庆	●	○	●	○
3	经销商开业庆典	●	●	●	●
4	<i>普通节日:</i> 特色专题讲座+产品体验&促销	○	●	●	●
5	<i>年终重要节日:</i> 圣诞节格调派对/ 新年答谢宴会	●	○	●	○
6	产品路演	○	●	●	●
7	主题试驾会	○	●	●	●
8	车主俱乐部系列活动	●	○	●	○
9	艺术文化赞助合作（影片首映、艺术首演）	●	●	●	○
10	赛事赞助合作（高尔夫、网球、马术）	○	○	○	●

MB现有客户

意向购买客户

内部升级转换客户

竞争品牌客户

活动目的

- 推介新品，制造媒体热点，进行有效的产品宣传及推广，吸引现有及潜在客户对新产品的关注，制造新一轮的市场关注度。
- 使目标及潜在客户零距离接触产品，感知新车的独特性能，激发客户深度洽谈的意愿。
- 提高展厅来店量。

活动概述

- 1** 活动时间 建议周末晚间进行
- 2** 活动地点 经销商展厅内
- 3** 邀约对象
 - 邀约50~100名客户。（视展厅接待能力决定规模大小）
 - 当地媒体
- 4** 活动形式 精美晚宴及上市发布会

活动内容设置

1 车辆展示

现场展示上市新品，并营造展示车辆的氛围。

2 艺术表演

通过多种符合新产品调性的表演形式，例如：舞蹈表演/乐队表演等其他类型表演形式。

2 新车亮相

通过多种形式进行新车揭幕

- 新车缓缓驶出，配合模特表演及冷烟火；
- 由名人驾驶将车行至舞台，并下车同模特一起Show；

3 新车讲解

由经销商销售经理/内训师做产品介绍，重点突出新产品优异的性能与产品特性；

4 交车仪式

经销商总经理和嘉宾共同为车主交付新车钥匙（模型），可促进现场客户对新产品的信任度并达成购车意向。

活动流程

17:00-17:30

礼仪小姐迎宾
引领来宾签到
开辟专区提供鸡尾酒、饮品

17:30-17:40

乐队表演热场
主持人宣布活动开始

17:40-18:00

介绍到场领导、嘉宾和媒体
经销商总经理致答谢辞

18:00-18:10

新产品宣传Video播放

18:10-18:50

新产品亮相及讲解

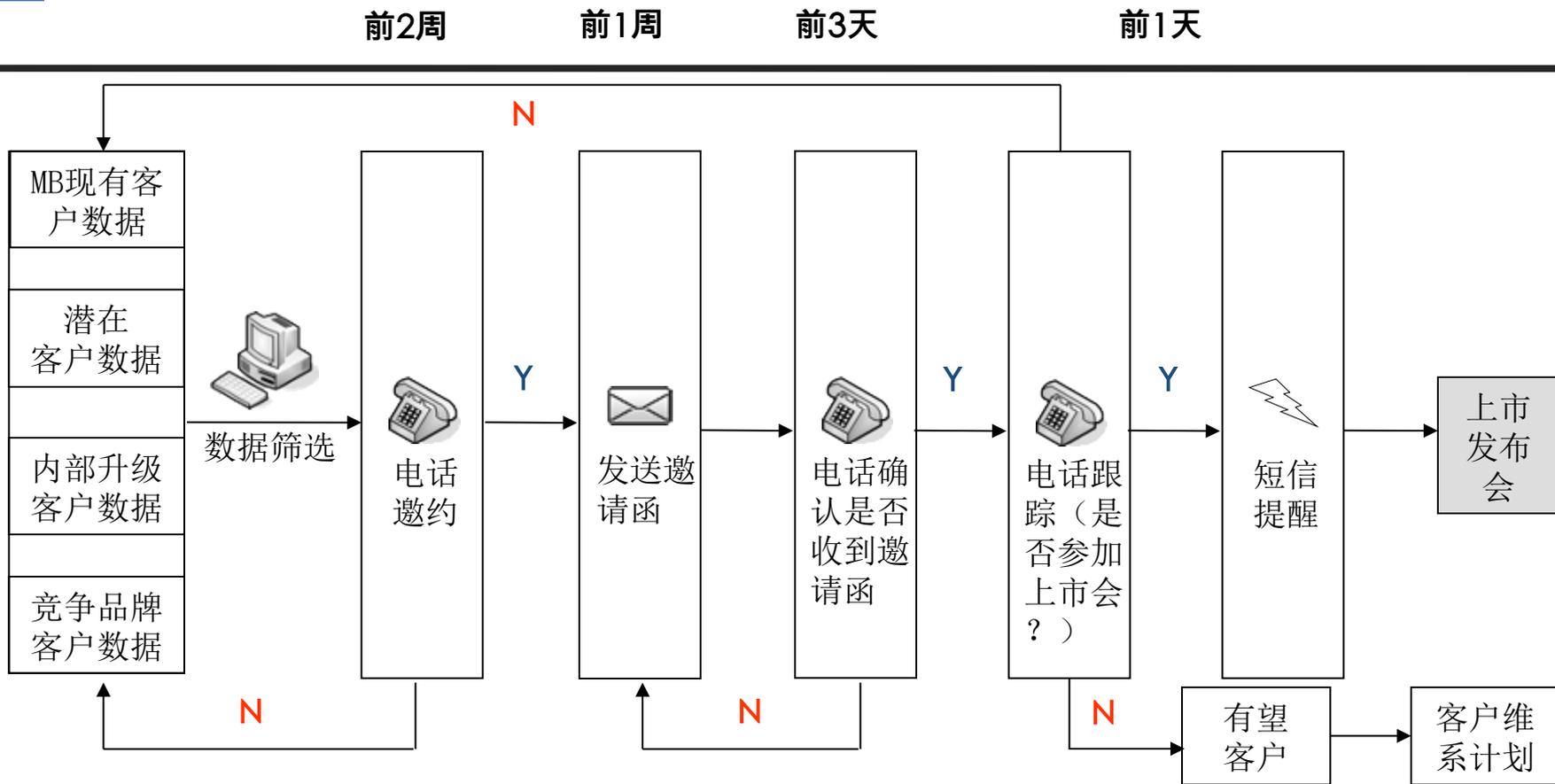
18:50-19:00

新车交付仪式

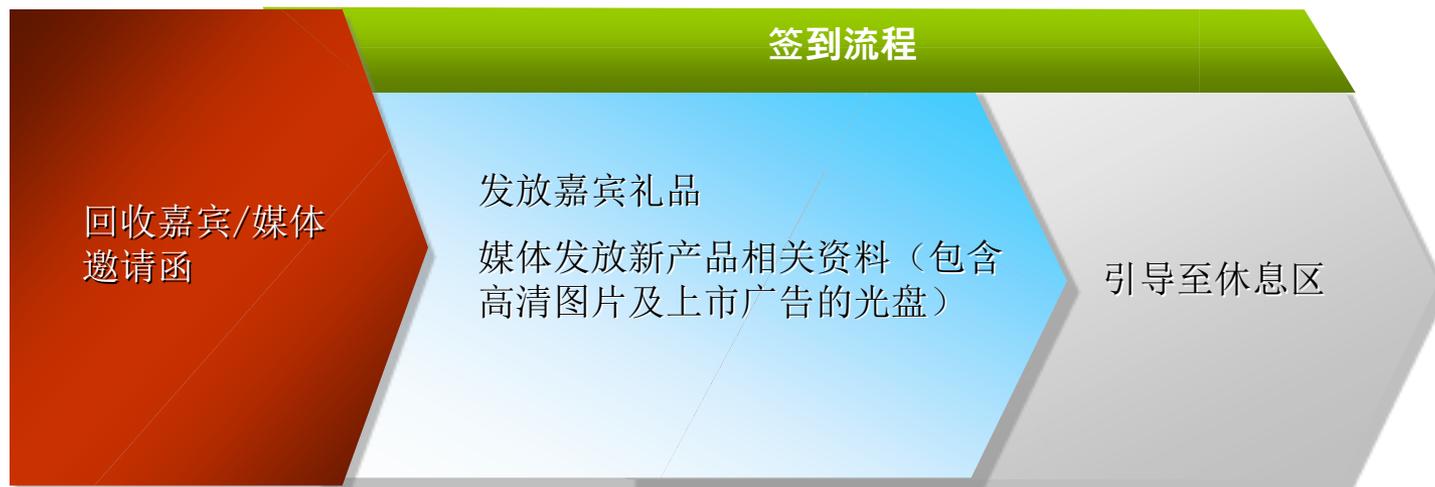
19:00-20:30

自由赏车
艺术表演
洽谈意向客户

1 嘉宾邀约



2 嘉宾签到



视频播放：滚动播放新产品视频资料

背景音乐：在签到期间乐队演奏轻柔的Jazz作为背景音乐

3 艺术表演

乐队表演：符合产品调性的音乐带领嘉宾进入新车发布仪式；
舞蹈表演：采用肩上芭蕾、艺术体操等符合产品优雅气质的舞蹈表演类型
其他类型表演：例如选择勾勒出新车型造型的沙画表演、魔术表演及杂技等符合产品调性的表演形式。

4 新车亮相

在播放完新产品Video后，演奏乐队演奏转为强烈的具有震撼效果的音乐，MC邀请领导及嘉宾共同上台为新车揭幕，同时背景音乐、冷光焰火或礼花配合，发布会气氛达到最热烈。

5 车模表演

冷烟火渐渐淡去，乐队演奏音乐；
车模从后台缓缓走至主展台，围绕新车进行情景表演；

6 产品讲解

MC邀请经销商总经理讲述新产品的品牌价值，包含产品定位、目标消费群体描述、品牌传播理念等；
邀请销售经理/内训师上台讲解新产品特性，包含产品特性等；

7 新车交付

MC邀请总经理嘉宾一同为车主交付新车钥匙（可采用模型），并现场赠送限量版新品车模，共同拍照留恋。

8 自由赏车

发布会仪式结束，媒体和嘉宾可享用精美餐点
现场所有媒体和嘉宾可自由拍照赏车；
销售顾问回答现场客户疑问，和有意向客户进行深度洽谈，并预约试乘试驾时间；
现场车模身着高雅晚礼服立于新产品旁，和现场媒体嘉宾合影。



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/658113073101006052>