

# 一汽-大众售后服务秋季关爱行动整合传播计划

东方仁德传播机构

2023/08

# 目录

- 课题陈说
- 五大重點發現
- 传播策略规划
- 广告创作
- 媒介组合及行程
- 行程总表
- 费用概算



# 背景

- 一汽-大众推出全新售后服务品牌，并提出了“严谨就是关爱”的品牌主张
- 新品牌投放的时间恰逢每年常规的“秋季服务行动”时期，此次活动将成为新品牌落地的最佳载体
- 怎样使活动配合新品牌上市传播，怎样体现新的售后服务主张，需要一种整合的处理方案

# 目录

- 背景
- 传播策略
- 创意
- 公关传播计划
- 媒介计划
- 整合传播行程总表
- 预算
- 附件



# 传播策略

- 传播目的

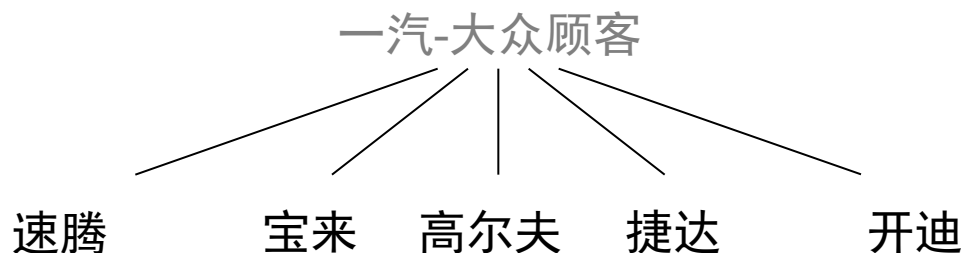
- 1 吸引目的顾客参加活动

- 2 增强目的顾客忠诚度

- 3 强化“严谨就是关爱”的新服务品牌主张

# 传播策略

- 目的对象



特征:

他们**信赖注重细节**、台上一分钟台下十年功的做法，所以他们乐意接受有专业精神、不走捷径的人。

他们**欣赏德国精神**，严谨务实，一丝不苟；

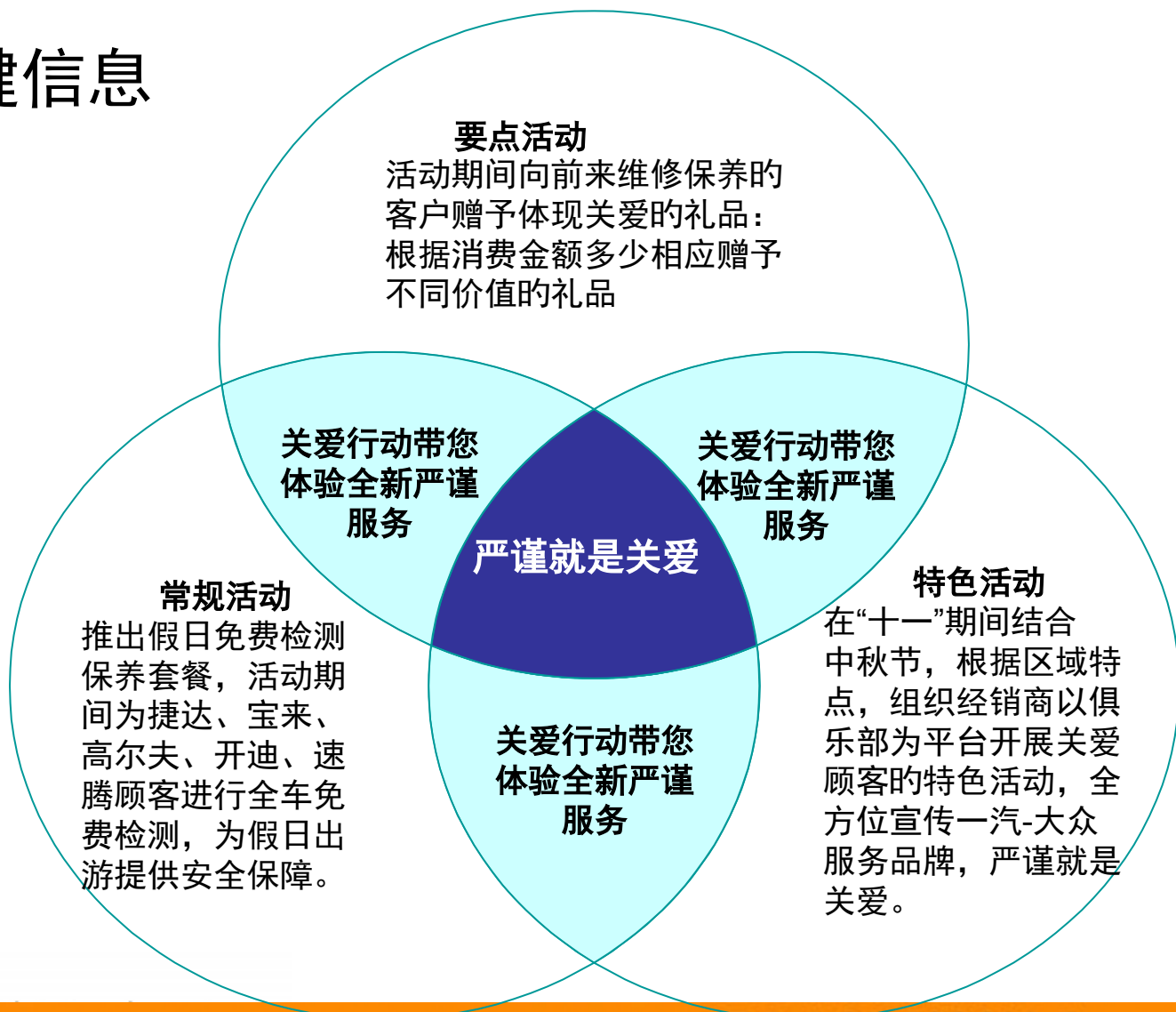
他们追求原汁原味，**崇尚经典，信赖品质**。

一汽大众的客户爱车，关心车，希望给车而不是给自己找一种好地方保养修理，所以他们**希望由那些懂车的行家提供服务**。

他们**精明善算**，但更需要服务体目前实处，并不一味以价格导向，所以他们乐意为有效快捷、货真价实的服务付合适的价钱。

# 传播策略

- 关键信息



# 传播策略

- 利用整合传播手段，传递关键信息

线上

线下

媒体投放

公关

直效

展厅宣传

- 广播 15秒
- 网络 垂直网站
- 报纸 提供模版，经销商自投

- 平面媒体
- 网络媒体
- 广播媒体
- 内部媒体

- DM
- SMS

- 海报
- 易拉宝
- 休息厅桌卡

大范围告知

结合活动说品牌

精确告知

终端告知

一汽-大众秋季服务行动



# 2012品牌策划大全 版权说明

请确认本光盘购买于天天文档在线

www.doc365.net QQ: 744421982 电话: 15360676871

购买本资料加入QQ群 享有免费更新服务!

资料包含: 65家国际国内4A广告公司大全, 30个行业策划资料大全  
20种策划类型大全!

品牌策划、公关促销、整合传播、年度方案、比稿全案、广告培训,  
媒介、创意、提案技巧、市场调查、服务流程等资料大全,  
包含广告所有环节, 让您精力减半, 效率翻番!

如您购买并非通过如上渠道, 请您联系客服:

QQ: 744421982 电话: 15360676871

可有尝获得后续的更新服务!

O(n\_n)O (\*^\_^\*) 感谢您的支持!



2012年3月

# 目录

- 背景
- 传播策略
- 创意
- 公关传播计划
- 媒介计划
- 整合传播行程总表
- 预算
- 附件



# 创意

活动主题提议一

强化品牌方向：

“体验严谨服务，享有真心关爱”  
—— 一汽-大众秋季服务行动

推荐

# 创意

## 活动主题提议二

假日关爱方向：

“秋日关爱，爱心随行”  
—— 一汽-大众“十一假日服务行动”

# 创意

活动主视觉：方案一



# 创意

活动主视觉：方案二



000



# 创意

## 报纸广告

### 标准视力对照表



**您看不到的 我们看得到**

——“体验严谨服务 享受真心关爱”  
——一汽-大众秋季服务行动



这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字  
这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字  
这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字这是数字



探索 价值 和 奥秘





# 创意

## 网络广告

**集中展现马克思主义中国化新的重大成果系统阐述“三个代表”重要思想科学体系《江泽民文选》在全国出版发行**

新华社北京8月9日电 中共中央文献编辑委员会编选的《江泽民文选》第一卷、第二卷、第三卷已由人民出版社出版，10日起在全国发行。

江泽民同志是党的第三代中央领导集体的核心，是“三个代表”重要思想的主要创立者。党的十六大提出，“三个代表”重要思想是对马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论的继承和发展，反映了当代世界和中国的发展变化对党和国家工作的新要求，是加强和改进党的建设、推进我国社会主义自我完善和发展的强大理论武器，是全党集体智慧的结晶，是党在全国各族人民中兴起学习贯彻“三个代表”重要思想新高潮、开展以实践“三个代表”重要思想为主要内容的保持共产党员先进性教育活动、把学习贯彻“三个代表”重要思想不断引向深入。2003年11月，党中央作出编辑出版《江泽民文选》的重大决定，《江泽民文选》的出版发行，是党和国家政治生活中的一件大事，也是马克思主义中国化发展进程中的一件大事，具有重大的现实意义和深远的历史意义。

《江泽民文选》收入了江泽民同志在1980年8月至2004年9月这段时间内具有代表性和独创性的重要著作，共有报告、讲话、谈话、文章、信件、批示、命令、题词等203篇，很大一部分是第一次公开发表。《江泽民文选》生动记录了以江泽民同志为核心的党的第三代中央领导集体带领全党全国各族人民把中国特色社会主义事业推向前进的历史进程，科学总结了我们党领导人民战胜各种艰难险阻、全面开创中国特色社会主义事业新局面的宝贵经验，集中反映了我们党坚持马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论为指导，坚持马克思主义基本原理同当代中国实践和时代特征相结合创造性地提出的新的重大理论成果，深刻反映了“三个代表”重要思想孕育、形成、发展的历史过程和重大成果。

《江泽民文选》第一卷以1980年8月21日江泽民同志在五届全国人大常委会第十五次会议上所作的关于在广东、福建两省设置经济特区和广东省经济特区条例的说明《设置经济特区，加快经济发展》为开篇篇，以1997年8月5日江泽民同志的批示《再造一个山川秀美的西北地区》为结束篇，收入江泽民同志的著作81篇。

《江泽民文选》第二卷以1997年9月12日江泽民同志在中国共产党第十五次全国代表大会

**严谨检测 免费关爱**  
**一汽—大众秋季服务行动**



月夜之上 (5.0分)  
香水百合 (4.0分)  
不情不愿 (4.0分)  
漂亮过头 (4.0分)  
美了那麽多 (4.0分)  
大闹小庭 (4.0分)

**精品推荐**



告别夜过今夜依然无眠  
情迷迷恋——免费下载

搜狐分类·搜狐直投

·五年政改一信度真原性！  
·中央特急的灯舞舞夜上！  
·信感狂 感怪不复杂！  
·寒流反叛我治后付款  
·成来改身一信度真原性！  
·贵国交委领导亲率女团医  
·贵女发被拍后信人排成  
·信舞舞白拍五禁禁发原性  
·女团舞的舞舞行为大集合  
·古代美女舞舞信后2种信后  
·上海女大学生志原自白  
·日本女团为信后一信度真原性  
·史上最美信的帝王信后  
·女大学生和信后信后信后信后  
·信后信后信后信后信后信后

## 新闻内页画中画

# 创意

网络广告



# 创意

## 网络广告



The screenshot shows a typical Chinese automotive website layout. At the top, there are navigation menus and a search bar. Below that, there are several large banners for car models, including a prominent one for 'Nissan' (日产) with the headline '活力奥西那那周末风 倾情让利6000元'. The main content area is divided into several columns. On the left, there are smaller images and text blocks. In the center, there's a large article titled '月花1000元能养什么车' (What car can be maintained for 1000 yuan a month?). On the right, there are smaller articles and a sidebar with car brand logos (Audi, BMW, Honda, etc.) and a 'PASSAT 领驭' advertisement. The bottom of the page has a 'MOTO游戏站' (MOTO Game Station) banner and a footer with navigation links.



对联

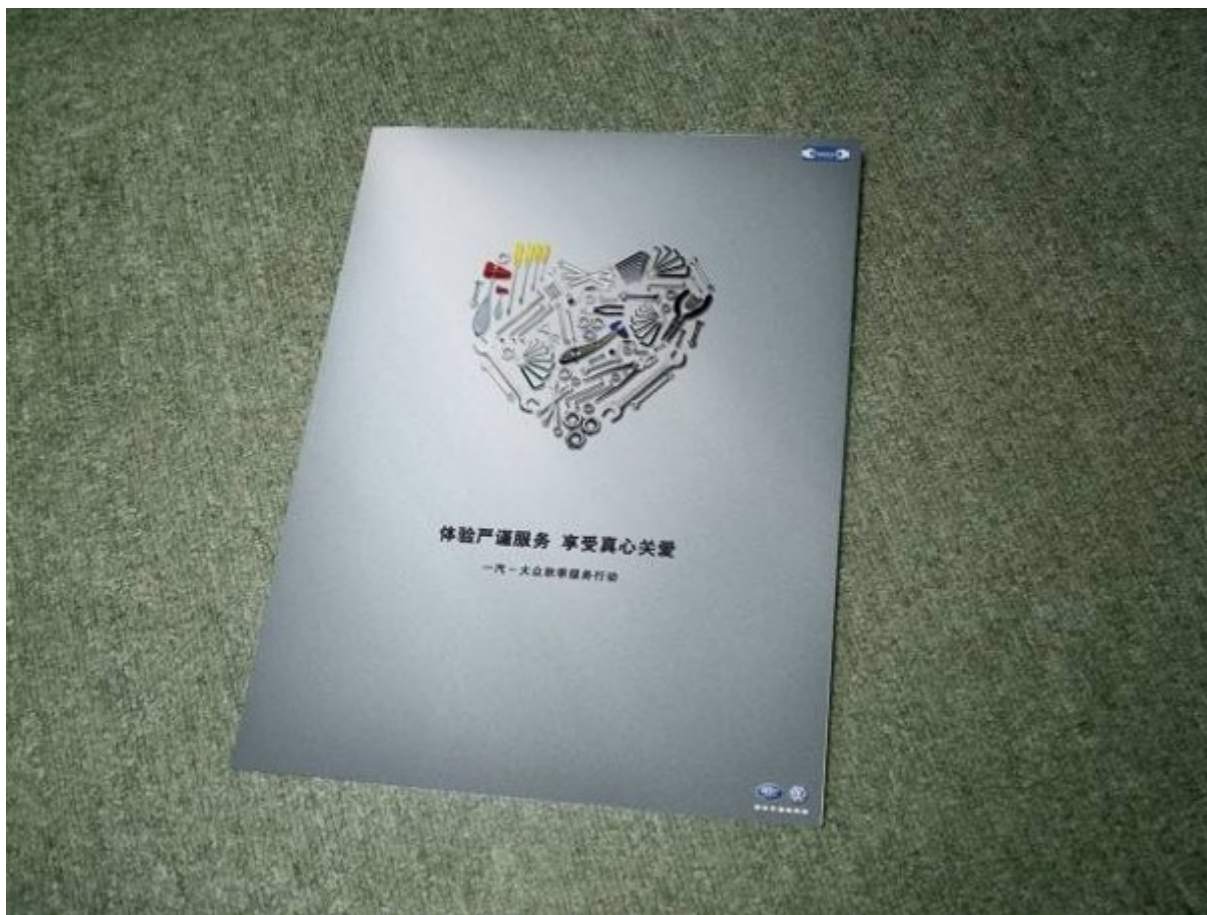
# 创意

网络广告



# 创意

## 活动告知DM单



# 创意

## 展厅制作物



海报



三副挂旗

# 创意

## 展厅制作物



休息区桌卡



易拉宝



# 创意

## 礼品设计



赛车手套



胎压表

# 创意

礼品设计



测醉仪



车载充电器

# 目录

- 背景
- 传播策略
- 创意
- 公关传播计划
- 媒介计划
- 整合传播行程总表
- 预算
- 附件



# 公关传播策略

- 撰稿策略

- 为配合活动进行，主要从告知、体验及总结三个角度对稿件进行规划和撰写，整体为总一分一总三个阶段；
- 活动举行前，以活动告知的新闻通稿为主，旨在从正面对活动内容进行简介；
- 活动进行中，以活动感受类的稿件为主，旨在从感性层面上加深受众对活动的感知；
- 活动结束后，以感性和理性结合的总结性文章为主，全方面介绍活动的情况和取得的成绩，在全国范围内促成传播的高潮。
- 根据内外部对象不同，传播要点、角度会相应调整

# 公关传播策略

## • 公布策略

媒体选择以平面、网络为主，而且采用交互的形式加强效果

### 电台传播

售后品牌上市的延续，故继续选择电台联盟为到达更加好

的效果，巩固上市传播。

### 网络传播

加大区域的网络媒体选择，提升活动知晓度和区域到达率

### 论坛传播

提升活动热度及关注度，指导与论导向

### 平面传播

平衡上市活动平面报纸媒体覆盖率不够的特点，此次传播 加大各区域主流平面媒体的传播，确保各区域主流媒体声音及部分B类平面媒体的附和，更加好地增进新品牌的传播。


# 公关传播策略

## • 传播阶段以及要点

阶段	第一阶段	第二阶段	第三阶段
目的	全方面告知	深度体验	总结回忆
稿件信息	内部+外部 <ul style="list-style-type: none"> <li>“新品牌新气象——一汽—大众发起十一尤其行动“秋季关爱”</li> <li>各准备活动就绪,各经销店盛装迎客</li> </ul>	内部+外部 <ul style="list-style-type: none"> <li>不同的特色共同的关爱——各地特色店共同诠释“严谨就是关爱”</li> <li>感受严谨,感受关爱——车主眼中的严谨和关爱</li> </ul>	内部+外部 <ul style="list-style-type: none"> <li>一汽大众秋季关爱活动在全国掀起高潮</li> <li>一样的秋天,不同的关爱——记一汽大众“严谨就是关爱”</li> </ul>
论坛	网络论坛互动、告知活动信息;		
渠道	平面、网络、电台	平面、网络	平面、网络

# 公关传播计划

## 第一阶段

时间		
关键信息	<p data-bbox="510 648 1634 711">体验严谨服务，享有真心关爱”—— 一汽-大众秋季服务行动</p>	
内容	<ul data-bbox="407 776 1025 1039" style="list-style-type: none"> <li>•权威媒体：</li> <li>•“严谨就是关爱”——一汽-大众全新销售理念全方面开启</li> <li>•新品牌新气象——一汽-大众发起十一尤其行动“秋季关爱”</li> <li>•各准备活动就绪，各经销店盛装迎客</li> </ul>	<ul data-bbox="1074 776 1692 1039" style="list-style-type: none"> <li>•内部媒体：</li> <li>•“严谨就是关爱”——一汽-大众全新销售理念全方面开启</li> <li>•什么样的严谨才是献给客户最佳的节日礼品</li> <li>•严谨源自细节</li> </ul>
渠道	<p data-bbox="600 1082 768 1329">平面媒体 网络媒体 电台媒体 网络论坛</p>	<p data-bbox="1367 1139 1535 1182">内部媒体</p>

# 公关传播计划

第一阶段：活动告知



## 稿件内容提要

关键	对象	主题	内容
关爱源自严谨	对外	体验严谨服务，享有真心关爱”——一汽-大众秋季服务行动	<ol style="list-style-type: none"><li>1) “严谨就是关爱”——一汽-大众全新销售理念在全国范围内全方面开启</li><li>2) 新品牌新气象——一汽-大众发起十一尤其行动及详细活动内容。</li><li>3) 新品牌形象在一汽大众内部得到了认可，经销商们热情空前，盛装迎客</li></ol>
	对内	一汽-大众发起秋季关爱服务行动	<ol style="list-style-type: none"><li>1) “严谨就是关爱”——一汽-大众全新销售理念全方面开启</li><li>2) 什么样的严谨才是献给客户最佳的节日礼品</li><li>3) 严谨源自细节</li></ol>



# 公关传播计划

## 第二阶段

时间		
	外部	内部
关键信息		
稿件内容	<ul style="list-style-type: none"><li>• 分别以店员、经销商和记者、顾客等详细人的眼光来看待活动，体验厂商的“严谨就是关爱”的新理念</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 秋季关爱活动纪实及心得</li></ul>
渠道	平面媒体 网络媒体 网络论坛	内部媒体

# 公关传播计划



第二阶段：深度体验

## 稿件内容提要

关键	对象	主题	内容
关爱源自严谨	对外	不同的特色，共同的关爱	1) 交待活动背景，新的服务品牌和厂家十一举措 2) 用不同地域经销店接待员的身份统计新的措施实施后经销店的活动，穿插店员回忆为准备活动所做的一丝不苟的准备 3) 展望未来，“严谨就是关爱”已成为一汽大众坚持不懈的信念
		感受严谨，感受关爱——车主眼中的严谨和关爱	1) 一种一般车主的身份简介自己假日出行的心态，收到邀请后的喜悦心情。 2) 参加经销店活动的快乐经历，加深了自己对大众的信赖 3) 回忆快乐时光，寄托美妙生活希望
	对内	秋季关爱纪实及心得	经过经销商服务客户的心得，统计新服务理念实施过程中的感受和对活动的统计，呈现新服务理念。

# 公关传播计划

## 第三阶段

时间		
	外部	内部
关键信息		
内容	<ul style="list-style-type: none"><li>• 权威媒体：</li><li>• 一汽大众秋季关爱活动在全国掀起高潮</li><li>• 一样的秋天，不同的关爱——记一汽大众“严谨就是关爱”</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 对一汽大众新的服务品牌现象进行反思和总结</li></ul>
渠道	平面媒体 网络媒体 网络论坛	内部媒体

# 公关传播计划

• 第三阶段：活动总结

## • 稿件内容提要

关键	对象	主题	内容
关爱源自严谨	对外	一汽大众秋季关爱在各地掀起高潮	1)新品牌理念公布得到各地顾客的热情回应，各地活动如火如荼展开 2)各地丰富多彩的活动概览 3)一汽—大众先进的服务理念已经引起了客户的共鸣，呈现了国内车市售后服务的新景象
	对内	一汽大众秋季关爱各地活动情况通报	1)新品牌理念公布得到各地经销商的热情回应，各地活动如火如荼展开 2)各地丰富多彩的活动概览和活动心得及所取得的成绩 3)对一汽大众新的服务品牌现象进行反思和总结

# 公关传播计划

## 稿件内容提要

关键	形式	主题	内容	
关爱源自严谨	通稿	体验严谨服务，享有真心关爱”——一汽-大众秋季服务行动	对内：活动发起告知，活动中需要注意的细节	对外：活动发起告知，鼓励顾客家主动参加活动
	深度体验稿	不同的特色，一样的关爱	对内：经过经销商服务客户的心得，统计新服务理念实施过程中的感受和对活动的统计，呈现新服务理念。	对外：用不同地域经销店活动，展望未来，“严谨就是关爱”已成为一汽大众坚持不懈的信念
		感受严谨，感受关爱——车主眼中的严谨和关爱		对外：一种一般车主参加经销店活动的快乐经历，加深了自己对大众的信赖；3)回忆快乐时光，寄托美妙生活希望
通稿	一汽大众秋季关爱各地活动情况通报	对内：对一汽大众新的服务品牌现象进行反思和总结	对外：各地活动如火如荼展开，一汽-大众先进的服务理念已经引起了客户的共鸣，呈现了国内车市售后服务的新景象	

# 公关传播计划

## • 公布计划

排期

利用报纸、网络等主流媒体进行告知，争取最大范围内顾客踊跃参加

主要经过平面报纸媒体公布  
利用网络转载扩大影响力

首先在报纸纸媒体上公布稿件，利用网络进行大范围转载

• 体验严谨服务，享有真心关爱” —— 一汽-大众秋季服务行动  
• 平面、网络、电台、论坛

• 不同的特色，共同的关爱  
• 感受严谨，感受关爱 —— 车主眼中的严谨和关爱  
• 平面、网络、论坛

• 一样的秋天，不同的关爱——记一汽大众“严谨就是关爱”  
• 平面、网络、论坛

# 公关传播总表

	9.1—9.14	9.15			
关键信息	严谨就是关爱				
阶段	预热	上市	巩固		
公关软文	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场呼唤严谨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>服务理念公布及进一步论述</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场验证严谨，感觉关爱</li> </ul>		
全国活动		一汽-大众售后服务品牌上市			
区域活动					
关键信息	“体验严谨服务，享有真心关爱”——一汽-大众秋季服务行动				
阶段		第一阶段	第二阶段	第三阶段	
公关软文		<ul style="list-style-type: none"> <li>体验严谨服务，享有真心关爱——一汽-大众秋季服务行动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不同的特色，共同的关爱</li> <li>感受严谨，感受关爱——车主眼中的严谨和关爱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一样的秋天，不同的关爱——记一汽大众“严谨就是关爱”</li> </ul>	
全国活动		要点活动 常规活动			
区域活动		特色活动			

# 目录

- 背景
- 传播策略
- 创意
- 公关传播计划
- 媒介计划
- 整合传播行程总表
- 预算
- 附件





# 背景

- 先期我们已经制定了新品牌上市媒介计划；

媒体	Sep				Oct				
	4	11	18	25	2	9	16	23	30
网络 Internet		15号开始							
报纸 NP			18号						
广播 Radio		15号开始							

- 此次秋季关爱行动与新品牌上市在时间上重叠

# 媒介目的

## 广告目的：

- 传递促销活动信息
- 强化新售后服务品牌主张

## 目的对象：

- 一汽一大众既有顾客

## 投放时间：

2023年9月15日至10月1日

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/706225113052010230>