

一汽-大众

突破科技 启迪未来 Audi 



# 奥迪A3 MY16推广经销商指导手册

奥迪市场部

*March. 2016*



# 勇敢爱，就现在

## Are you ready?

# 3

在现有“A3 Family-未来先见”的品牌主信息下，为迎接A3 16年型上市，契合年轻化目标群体的生活态度——“敢想敢为，把握当下”，以“就现在”为沟通切入点，沟通层面将更侧重于情感营销，通过对“爱”的广义诠释，经销商自主延展创造不同的落地活动，用年轻一代人喜欢的方式，分享“勇敢爱，就现在”主题，沟通A3 16年型

# 目录

## Part I.

### 活动指导

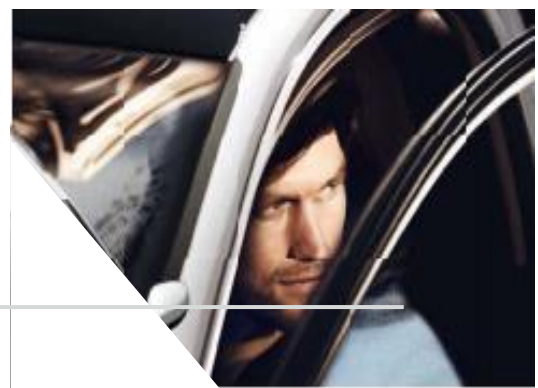
#### *Event Guidance*

- ▶ 活动概况
- ▶ 活动具体标准
  - ▶ 媒体宣传
  - ▶ 客户邀约
  - ▶ 区域设置
  - ▶ 物料及第三方人员
- ▶ 后期工作



# 经销商推广活动指导

## 活动概况



活动原则	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 此活动为2016年上半年全网经销商市场开拓奖励性支持的总部现场考核活动</li><li>▶ 活动车型仅限A3 MY16车型</li></ul>
活动周期	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 2016年4月5日—2016年5月30日（任选1天）</li></ul>
具体活动时间	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 选择工作日（晚上）或周末（下午或晚上）；节假日不限</li></ul>
活动地点	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 经销商展厅内</li></ul>
活动主题	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 勇敢爱，就现在</li></ul>
活动目的	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 全网经销商同一主题推广活动，锐化A3“就现在”沟通主题，增加A3车型定位及价值感知，通过延展“勇敢爱”主题，辐射不同目标圈层客户，吸引集客，促进销售转化</li></ul>
活动内容	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ <b>A3 MY16 产品推荐</b> 同一时间段内，经销商店端进行A3产品力讲解；发布A3 MY16车型价格、配置、产品亮点等</li><li>▶ <b>延展主题活动</b> 基于“勇敢爱，就现在”同一主题，经销商可基于总部建议自行选择招募人群及活动形式，灵活设计不同的现场互动环节，进行情感营销</li><li>▶ <b>“就现在”故事分享</b> 邀约现有用户进行体验分享及口碑推荐，进一步诠释奥迪“A3年轻用户”的核心形象与生活方式，激励参与嘉宾的购买欲望</li><li>▶ <b>异业合作</b> 基于经销商不同选择的沟通点及活动形式，进行异业联合</li></ul>

# 经销商推广活动指导

## 活动流程

▶ **活动须知：**以下活动流程所有项均需包含，经销商可根据实际情况设定活动开始时间，调整各活动模块时长

▶ 活动流程			
	时间	事项	备注
准备	活动开始前	停车	在4S店提前预留停车位
	活动开始前	入店	礼仪引领
入场	20分钟	签到	客户信息确认,统计实际参与人数 (签到用品不少于1套,接待台不少于1项)
	10分钟	茶歇	礼仪邀请进入餐饮茶歇区
暖场	3分钟	开场	礼仪邀请进入主会场,主持人开场词
	10分钟	主持人与现有用户互动	邀请1-2名A3现有车主讲述自己“就现在”的故事
	2分钟	主持人串场	环节衔接
互动	10分钟	演绎环节	经销商根据邀约客户组成自行设计
	20分钟	“勇敢爱,就现在”主题活动	经销商可参考总部建议(见后续详细Back up参考) 或自行设计(此亮点为专项考核)
	10分钟	演绎环节	经销商根据邀约客户组成自行设计
A3 品鉴	10分钟	产品推荐	产品PPT讲解+价格及政策公布
	5分钟	活动结束	合影留念
	活动结束后	After Party	经销商可选择性开展

# 经销商推广活动指导

## 媒体宣传



媒体覆盖（可选择）		时间规划	内容标准
<b>01 网络媒体</b>	▶ 垂直网站、门户网站、社区论坛、新闻客户端	▶ 活动开始前两周	▶ 宣传A3 16年型上市信息 ▶ 活动招募（画面要求使用总部提供主视觉）
<b>02 传统媒体</b>	▶ 广播、框架、社区灯箱		
<b>03 自有媒体</b>	▶ 经销商官方微信、微博		
<b>04 其他渠道</b>	▶ 异业合作企业媒介资源利用		

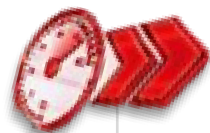
# 经销商推广活动指导

## 客户邀约



<b>邀约方式:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>01</b> 媒体宣传自行招募</li> <li><b>02</b> 异业联合客户资源利用</li> <li><b>03</b> 前期累积客户资源利用</li> </ul>		
<b>邀约人数:</b>	<p>▶ 每家总邀约人数不少于70人，客户95%，当地媒体3%，KOL2%</p>		
<b>邀约标准:</b>	<p>▶ 经销商根据自身客户倾向，按照以下标准邀约客户</p>		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;"><b>意向客户</b></td> <td>                     经销商基于“勇敢爱，就现在”所选择从“爱”的主题延展，有针对性的对以下客户圈层进行邀请，可考虑邀请单一圈层或多圈层参与活动  <b>01.</b> 爱情主题：婚恋人群及潜在用户（追求高品质生活，月收入两万左右，未婚人士；锁定婚纱摄影、珠宝店等进店消费人群）  <b>02.</b> 友情主题：以朋友 / 同事为单位邀请（可包含A3已购车主推荐一名潜在用户共同参与；锁定年轻80后固有用户及潜在用户,包括职场新贵，企业白领等年轻客户群）                 </td> </tr> </table>	<b>意向客户</b>	经销商基于“勇敢爱，就现在”所选择从“爱”的主题延展，有针对性的对以下客户圈层进行邀请，可考虑邀请单一圈层或多圈层参与活动 <b>01.</b> 爱情主题：婚恋人群及潜在用户（追求高品质生活，月收入两万左右，未婚人士；锁定婚纱摄影、珠宝店等进店消费人群） <b>02.</b> 友情主题：以朋友 / 同事为单位邀请（可包含A3已购车主推荐一名潜在用户共同参与；锁定年轻80后固有用户及潜在用户,包括职场新贵，企业白领等年轻客户群）
	<b>意向客户</b>	经销商基于“勇敢爱，就现在”所选择从“爱”的主题延展，有针对性的对以下客户圈层进行邀请，可考虑邀请单一圈层或多圈层参与活动 <b>01.</b> 爱情主题：婚恋人群及潜在用户（追求高品质生活，月收入两万左右，未婚人士；锁定婚纱摄影、珠宝店等进店消费人群） <b>02.</b> 友情主题：以朋友 / 同事为单位邀请（可包含A3已购车主推荐一名潜在用户共同参与；锁定年轻80后固有用户及潜在用户,包括职场新贵，企业白领等年轻客户群）	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;"><b>当地媒体</b></td> <td style="text-align: center;">时尚、汽车类主流媒体</td> </tr> </table>	<b>当地媒体</b>	时尚、汽车类主流媒体
<b>当地媒体</b>	时尚、汽车类主流媒体		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center; vertical-align: middle;"><b>KOL</b></td> <td style="text-align: center;">时尚媒体编辑、汽车专家等</td> </tr> </table>	<b>KOL</b>	时尚媒体编辑、汽车专家等	
<b>KOL</b>	时尚媒体编辑、汽车专家等		

# 经销商推广活动指导 邀请规划



## 活动前两周

完成拟定邀请客户名单，更新地址（邀请名单采用A4纸张）

## 活动前10天

通过电话和邮件的方式进行邀请和确认

## 活动前5天

致电每一位确认出席的客人，提醒客人活动日期及时间

## 活动前1天

发送短信，提醒客人活动日期及时间



# 经销商推广活动指导 邀请话术



## 电话邀请

XX先生/女士您好，我是XX奥迪4S店的XX。我们将于x月x日举行“勇敢爱，就现在”-A3 2016年型推广活动，请您出席。本次投放的奥迪A3 2016年型凭借新增亮点配置等诸多特色产品点，树立了豪华A市场的全新的标杆，欢迎您来现场近距离体验！

## 短信提醒

XX先生/女士您好，非常感谢您在百忙之中来参加“勇敢爱 就现在”-A3 2016年型推广活动。本次活动的地址是XX活动时间是XX，期盼您的莅临！

# 经销商推广活动指导

## 区域设置标准



	Area	Function
必设区域 (保证所有区域在活动开始前保持清洁)	签到区	客户签到 (要求放置易拉宝)
	车辆展示区 (保证展车清洁度)	产品展示及沟通
	茶歇区	餐饮提供
	洽谈区	产品信息提供 (确保产品手册及参数表的充足供应)
选设区域	礼品展示区	活动礼品展示 (客户欢迎礼品数量不少于参与嘉宾数量)

# 经销商推广活动指导

## 活动背景板&易拉宝总览

What you can expect from us

▶ 经销商根据自行选择主题，基于总部提供创意画面选择制作相应的活动背景板及易拉宝

### 01 活动背景板



### 02 易拉宝



▶ 下载渠道：  
DB平台

▶ 下载时间：  
2016.04.05

# 经销商推广活动指导

## 活动背景板&易拉宝—爱情篇

### ▶ 活动背景板



文案

两个人，从此一条路

勇敢爱，就现在！

奥迪A3 2016年型，强力增配上市，更有零压力金融方案。

备选文案：

未来，甜蜜先见

勇敢爱，就现在！

奥迪A3 2016年型，强力增配上市，更有零压力金融方案。

\*Note: 请以DB平台下载最终版为准，经销商可根据活动实际需求修改文案

### ▶ 易拉宝



# 经销商推广活动指导

## 活动背景板&易拉宝—友情篇

### ▶ 活动背景板



文案  
真心话, 不如大冒险。  
勇敢爱, 就现在!  
奥迪A3 2016年型, 强力增配上市, 更有零压力金融方案。

备选文案:  
你的笑声, 是我青春的背景。  
勇敢爱, 就现在!  
奥迪A3 2016年型, 强力增配上市, 更有零压力金融方案。

\*Note: 请以DB平台下载最终版为准, 经销商可根据活动实际需求修改文案

### ▶ 易拉宝



# 经销商推广活动指导

## 活动背景板&易拉宝—亲情篇

### ▶ 活动背景板



文案

打再多电话, 不如直接回家。

勇敢爱, 就现在!

奥迪A3 2016年型, 强力增配上市, 更有零压力金融方案。

备选文案:

爱, 经不起等待。

勇敢爱, 就现在!

奥迪A3 2016年型, 强力增配上市, 更有零压力金融方案。

\*Note: 请以DB平台下载最终版为准, 经销商可根据活动实际需求修改文案

### ▶ 易拉宝



# 经销商推广活动指导

## 总部素材支持

- ▶ 以下4月5日前由总部提供，经销商通过DB平台下载

01

### 全网经销商统一标准

- ▶ 产品讲解PPT
- ▶ 活动主视觉画面
- ▶ 活动易拉宝画面

02

### 经销商根据活动设置选择性使用

- ▶ 视频：《A3TVC》《产品力视频》

What you can  
expect from us



# 经销商推广活动指导

## 接待礼仪标准

What we expect  
from **you**

### 01 礼仪服装要求

- ▶ 白色/黑色裙装，款式简单大方，搭配高跟鞋
- ▶ 礼仪选择同一服饰颜色及款型
- ▶ 经销商销售顾问统一着装

### 02 礼仪年龄要求

- ▶ 契合A3人群年龄阶层，外形气质较佳

### 03 礼仪分配

区域	数量	职责
入口处	不少于2人	指引来宾入场
签到处	不少于1人	签到
发布区	不少于2人	指引嘉宾落座、发布期间递送话筒
茶歇区	不少于1人	客户引导及茶歇补充



# 经销商推广活动指导

## 接待餐饮标准

What we expect  
from **you**

### 01 餐饮类别

- ▶ 五星酒店级别，餐饮类别不少于三类，必须包含水果、甜品、饮品（须包含冷饮、热饮）：每类餐饮不少于三种

### 02 餐饮数量

- ▶ 保证茶歇份额与预约客户人数相符
- ▶ 保证茶歇增添频次，需及时补充

### 03 餐饮用具

- ▶ 所有饮品不可使用塑料及一次性纸杯

### 04 奥迪元素

- ▶ 使用奥迪Logo纸巾、奥迪元素或A3元素蛋糕等



# 经销商推广活动指导

## 接待鲜花标准

What we expect  
from **you**

**01** 花材要求：仅限以下花材且花材使用不得超过两种

- ▶ 蝴蝶兰、珊瑚、绣球、白玫瑰、红玫瑰

**02** 花器

- ▶ 造型感个性化器皿，注重质感

**03** 位置摆放

区域	数量
签到区	不少于2组
茶歇区	不少于1组
洽谈区	不少于1组



# 经销商推广活动指导 后续工作要求



## 01 活动KPI成效反馈

活动结束后，在24小时之内将活动KPI完成情况反馈至经销商所在小区的小区市场经理

## 02 销售线索跟踪

现场未成交客户，活动结束后进行销售线索跟踪

## 03 媒体后续活动宣传

活动结束后，经销商利用自媒体进行活动亮点及活动花絮后续宣传

# 目录



## Part II. 活动考核 *Activities Assessment*

# 经销商推广活动指导 考核投入标准

考核周期

- ▶ 2016年4月5日—2016年5月30日

考评地点

- ▶ 经销商展厅

考评方

- ▶ 第三方代理公司

考评说明

- ▶ 根据不同活动规模，**KPI**指标，设定不同考核标准及细项

- ▶ 线上宣传  
STD≤1000辆，每家投入不低于1万元  
1000辆<STD≤1800辆，每家投入不低于2万元  
STD>1800辆，每家投入不低于3万元

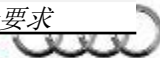
投入标准

- ▶ 线下活动  
STD≤1000辆，每家投入不低于1万元  
1000辆<STD≤1800辆，每家投入不低于2万元  
STD>1800辆，每家投入不低于3万元



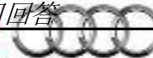
# 经销商推广活动指导 考核Check List (1/2)


指标体系					评判说明		
一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标		四级指标	
否决项		违背商务政策中关于“团购”“闭店”相关内容，或在流程环节中涉及相关内容则直接判定为否决					
		活动主题、车型等关键信息变更，且不符合指导手册要求的活动将被否决					
		活动日期变更，且无自然、政府等不可抗力因素的干扰，活动将被否决					
计划一致性	15%	活动形式	1%	符合指导手册要求	基于是否符合要求		
		活动地点	1%	符合指导手册要求	基于是否符合要求		
		活动流程	5%	入场	符合指导手册要求	签到	基于是否设有相应的流程环节
				暖场		故事分享	
				互动		主题活动	
				A3品鉴		演绎环节	
		活动内容	8%	到场人数	符合指导手册要求	产品推荐	1~5分制，基于人数数量
						总人数	
						媒体人数	
						KOL人数	
签到区	基于是否设有签到区						
车辆展示区	1~5分制，基于人员数量						
茶歇区	8%	车辆展示区	符合指导手册要求	功能区设置	基于是否设有车辆展示区		
				接待人员	1~5分制，基于人员数量		
				功能区设置	基于是否设有茶歇区		
				接待人员	1~5分制，基于人员数量		
洽谈区	8%	洽谈区	符合指导手册要求	功能区设置	基于是否设有洽谈区		
				接待人员	1~5分制，基于人员数量		
活动效果	10%	参与者感受问卷调查	10%	现场问卷	基于参与者问卷回答		
活动物料	30%	物料质量	10%	污损率	背影板	1~5分制，基于物料亏损率	
					易拉宝		
				素材	其它宣传物	基于是否使用素材（需使用统一标准的素材）	
					产品讲解PPT		
					主视觉		
接待人员	10%	鲜花	符合指导手册要求	易拉宝画面	基于是否包含奥迪元素或A3元素		
				点心设计			
				纸巾设计			
				服装	基于服装是否符合要求		
				花材	基于花材是否符合要求		



# 经销商推广活动指导 考核Check List (2/2)

指标体系						评判说明	
一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	四级指标		
活动物料	30%	物料价格	10%	与市场公允价格的差异率	搭建	1~5分制，基于与市场公允价格的差异率	
					人工		
		物料数量	10%	餐饮	10%	餐饮	基于餐饮是否符合要求
						其它	
						水果	
						点心	
		其它物料	10%	其它物料	10%	签到区	基于鲜花摆放是否符合要求
						茶歇区	
洽谈区							
搭建							
营销费用	20%	媒介传播费用	10%	记分标准参考“现场活动检查通则”	直接得出最终分数		
		线下活动费用	10%	记分标准参考“现场活动检查通则”			
采集专项考核	25%	A3展车评分	5%	A3展车评分	内外保护膜	基于展车是否去除内外保护膜	
					外观整洁	基于展车外观是否整洁、光滑、光亮，并无划痕、手印、水痕等	
					车内整洁	基于展车内是否整洁无灰尘、座椅上无塑料罩或各种座套	
					轮胎无灰，LOGO正	基于展车轮胎是否无灰尘，LOGO是否处于正向水平放置	
					方向盘LOGO正	基于方向盘LOGO是否保持向上	
					储物格和后备厢整洁无杂物	基于展车储藏间和后备厢是否无任何无关物品	
					展车功能	基于展车蓄电池是否保持有电且所有功能使用正常	
		活动亮点评分	10%	1~5分制，基于现场素材采集			
活动失误点评分	5%	1~5分制，基于现场失误点					
销售顾问访问	5%	现场问卷	基于销售顾问回答				





The Audi A3 Sedan  
opens up undreamed-of perspectives.

Are you ready?

---

## Back up

- ▶ “勇敢爱，就现在” — 婚纱秀
- ▶ “勇敢爱，就现在” — 遇见80年代的你
- ▶ “勇敢爱，就现在” — 单身Party



# “勇敢爱，就现在”主题活动内容建议—婚纱秀

当我们宣布这场婚姻开始时，我就知道这个起点最温馨。一辆A3，一种开始。让A3带你手握幸福，迈向人生新阶段，迎合四月结婚市场高潮，契合A3爱情活动主题，打造婚纱秀主题活动，吸引有购车需求的人群。浪漫婚纱秀，A3为你打造不一样的人生新篇章



## 01 目标人群

- ▶ 近期订婚或即将结婚的青年情侣，新婚购车需求的首购用户

### I. 模特走秀

婚纱主题秀场，展车定点，营造“勇敢爱”主题活动氛围，通过邀请模特现场走秀，婚纱展示，吸引客户目光

### II. 客户互动

模特婚纱走秀后，邀请现场用户参与活动，鼓励用户“勇敢爱”现场换装与模特一同展示；参与用户换装期间，主持人公布现场用户婚纱照、婚纱礼服权益；用户走秀展示后，将被邀请讲述自己“勇敢爱”的故事，参与活动的用户可当场获得A3婚纱秀环节精美礼品

### III. 异业联合

与婚纱店异业联合，提供活动所需婚纱及男士礼服

## 02 活动内容

I. 独特的秀场形式，吸引公众及媒体关注，扩大宣传

II. 异业客户邀约，拓展客户邀约渠道与传播面

III. 客户可获利益：购车优惠政策，购车用户可获得A3情侣饰品，婚纱预定折扣，婚纱照拍摄折扣

## 03 活动亮点



# “勇敢爱，就现在” 主题活动内容建议—婚纱秀



## 互动流程参考

时间	内容	备注
3分钟	主持人介绍	主持人活动介绍，音乐氛围营造
5分钟	模特走秀	模特婚纱走秀
2分钟	邀请展示	鼓励并邀请购车用户“勇敢爱”现场换装展示
5分钟	权益公布	主持人婚纱照、婚纱礼服权益公布
2分钟	用户展示	购车用户现场换装展示
5分钟	展台互动	邀请换装用户讲述自己“勇敢爱”的故事+当场婚纱秀环节礼品赠送

**Note:** 互动活动流程仅作为参考项，经销商可自行选择或设计内容

# “勇敢爱，就现在” 主题活动内容建议—遇见80年代的你

80后的青春不经意间呼啸而过，为了找寻那些年美好的记忆，让我们乘着A3共同搜集记忆，重现经典，找回最初的感动与激情。通过营造展厅活动氛围，契合活动主题。打造经典的80后主题活动，吸引80后年轻购车人群，将A3献给80年代出生的你



<b>01</b> 目标人群:	I. 80后新老用户及好友（现有用户推荐朋友及潜在用户携带好友）
<b>02</b> 活动内容:	<p>I. 照片评选 展厅活动当天提供A3 MY16年型，活动现场新老用户及好友与A3元素（A3车型、易拉宝、背景板等）合影，将最能体现友爱的合照上传至经销商官微进行票选，通过现场客户投票，选出最美合照，并赠送车辆保养券</p> <p>II. 默契大考验 现场邀请客户及其好友同时在一辆A3 MY16年型车内寻找与活动主题或者A3元素有关可配对物品（如奥迪手环、钥匙扣等），最短时间内前3组找到组合则视为成功，经销商赠送给通过默契考验的客户及好友精美礼品不仅增加活动趣味程度，也使客户和好友对A3 MY16年型近距离了解</p> <p>III. 80场景回忆 现场根据80年代风格个性化布置，设定80年代区摆放回忆小吃，品味80年代经典茶歇及饮品，播放经典电影或儿时动画集锦，营造出展厅活动氛围，重现客户与好友儿时的感动与激情，邀请客户与好友共同参与展厅80年代游戏体验比拼，获胜客户赠送购车礼包</p> <p>IV. 故事分享 邀请新老客户，以现场讲述的形式，说出发生在自己与挚友身上的故事或好友多年的糗事，及想对好友说的心里话，同时音乐伴奏，考虑播放共同成长的时光照片，将现场氛围推向高潮</p>
<b>03</b> 活动亮点:	I. 此次活动主打80后友情，利用独特的活动形式，吸引公众与媒体视线提高传播效果及知名度 II. 利用保有用户推荐及情感沟通，促进订单转化率



# “勇敢爱，就现在” 主题活动内容建议—遇见80年代的你



## 互动流程参考

时间	事项	备注
5分钟	A3元素合照	票选最美合照
5分钟	默契大考验	默契游戏比拼，精美礼品赠送
10分钟	茶歇（可与活动流程茶歇环节合并）	奥迪标准茶歇+80年代回忆茶点
5分钟	80年代电影或动画放映	播放80年代经典电影（周星驰）或动画锦集
10分钟	80年代游戏比拼	主持人组织嘉宾参与游戏（如超级玛丽，小霸王游戏机等）
5分钟	故事分享	分享友情故事，播放与好友成长照片

**Note:** 互动活动流程仅作为参考项，经销商可自行选择或设计内容

# “勇敢爱，就现在” 主题活动内容建议—单身Party

让A3带你体会无数个感动的瞬间，感悟生命中最灿烂的风景;让A3陪伴你，无论那条路是鲜花铺路，还是荆棘满地，都不离不弃...一辆A3、一次邂逅；契合A3年轻化的用户目标，打造单身人士专属PARTY



<b>01</b> 目标人群:	I. 有一定经济实力的单身贵族，首购用户
<b>02</b> 活动内容:	I. “三分钟”约会 面对面座，以3分钟为时，女生不动，男生依次轮流顺时针移动，通过每人3分钟的交流，让双方都有一定的初步了解认识（经销商可根据实际客户数量调整）  II. 现场速配 现场邀请男女客户分别在两辆车内（男士一辆，女士一辆）寻找与活动主题或者A3元素有关物，将得到相同信息的男女进行现场配对，趣味的方式完成速配，也增加单身男女客户对A3 MY16年型近距离了解  III. 任务挑战 第一环节- 在30秒内观看A3 MY16年型信息，由速配情侣针对A3 MY16车型产品信息进行抢答；第二环节- 准备经典爱情桥段对白，主持人提示上句，由速配情侣进行抢答接龙，两轮总计抢答最多情侣赠送精美礼品  IV. 下一次约定 互相好感现场即决定下一次约会的配对情侣，A3将作为下一次约会的情侣接送车辆
<b>03</b> 活动亮点:	I. 进行事件营销，吸引集客关注，同时有利于经销商自身宣传

# “勇敢爱，就现在” 主题活动内容建议—单身Party



## 互动流程参考

时间	事项	备注
15分钟	“3分钟”约会	单次客户依次沟通，初步了解
10分钟	情侣速配	邀请客户进行速配游戏，现场配对
10分钟	任务挑战	配对情侣速答环节（A3产品+经典对白）
3分钟	下一次约定	统计现场决定下次约会人数，信息确认
2分钟	礼品赠送	参与活动的单身客户，赠送纪念礼品

**Note:** 互动活动流程仅作为参考项，经销商可自行选择或设计内容