

一汽-大众

Audi  
突破科技 启迪未来



# 浙江区-奥迪Q5 2017年型 展厅品鉴活动经销商指导手册

浙江区  
2016年10月

# 序言



致浙江区奥迪授权经销商伙伴们：

2017年款奥迪Q5将于2016年9月28日正式上市，作为国内高档中型SUV细分市场的领军者，此次奥迪Q5通过动力升级，全系增配全面提升了产品的科技感、驾乘舒适性及品质感。

旨在推进奥迪Q5在区域本地的成功上市，希望浙江区各经销商基于本次活动指导开展奥迪Q5 2017年型展厅品鉴活动，结合线上媒介宣传，精进线下活动执行，充分整合营销资源，重视当地市场沟通音量，将此次的重装上阵的发动机性能、实用升级装备等产品核心亮点植入给目标用户，实现产品生命力的再次激活，并继续引领细分市场的新风尚。

为规范和支持各店经销商的展厅品鉴活动，我们特此制作了详细的行动指南。如有疑问，请联系各小区区域市场与公关经理。

相信通过大家的共同努力，2017年款奥迪Q5定能在浙江区继续创造傲人的销售佳绩！感谢您的支持与配合！

顺祝商祺！

# 目录

Q5

I. <u>产品核心变化点</u>	04
II. <u>活动概况</u>	05
III. <u>媒体宣传</u>	06
IV. <u>活动具体指导</u>	07
▶ 主视觉	08
▶ 传播素材	09
▶ 活动流程	11
▶ 客户邀约	13
▶ 活动搭建	17
▶ 物料及第三方人员	36
V. <u>活动标准</u>	43
▶ 费用投入标准	44
▶ 上传资料要求	45
▶ 市场开拓支持考核标准	46

# 产品核心变化点

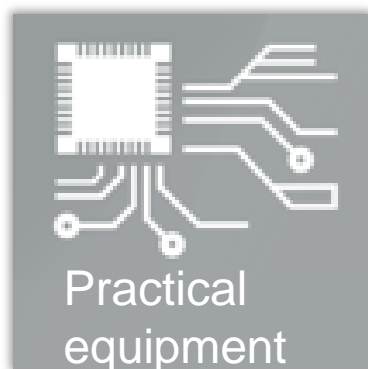


## 动力升级：



- ▶ 升级发动机性能，搭载的第三代EA888 2.0T发动机最大功率由165千瓦提升至169千瓦。配合quattro®全时四轮驱动系统、8速tiptronic变速器，2017年款奥迪Q5将带来更加酣畅的驾驶体验。

## 实用性装备：



- ▶ 全系车型增加诸多实用性装备。双色座椅加对比缝线装备于多款车型，打造出更高品质的内部空间。
- ▶ 各级别车型分别搭载外后视镜带记忆、司机座椅记忆、舒适座椅、越野包等多种豪华装备

# 活动概况



- ▶ **活动主题：**进·享未来
- ▶ **活动形式：**奥迪Q5 2017年型展厅品鉴活动
- ▶ **活动目的：**
  - ▶ 奥迪Q5 2017年型引入当地市场，强化奥迪Q5的产品变换点和优势
  - ▶ 邀请当地媒体和圈层客户了解奥迪Q5 2017年型，从而促进媒体宣传及销售
- ▶ **活动时间：**
  - ▶ 仅限2016年11月1日-2016年12月15日期间开展（建议活动周期为1天，选择周末下午，节假日不限）
- ▶ **活动地点：**经销商展厅
- ▶ **区域设置：**新老展厅均需涵盖：接待区、茶歇区、互动品鉴区、儿童区、金融置换区
- ▶ **客户邀约：** 60-80人

---

## 邀约标准

- ▶ 建议STD≤1000辆的经销商，邀约嘉宾人数不少于**60**人
  - ▶ 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商，邀约嘉宾人数不少于**70**人
  - ▶ 建议STD>1800辆的经销商，邀约嘉宾人数不少于**80**人
-

# 媒体宣传



## 媒体覆盖 (可选择)

- ▶ 网络媒体：垂直网站、门户网站、网络电台、社区论坛、新闻客户端、搜索引擎
- ▶ 传统媒体：广播、框架、社区灯箱
- ▶ 自有媒体：经销商官方微信、微博
- ▶ 自媒体大V：微信、微博
- ▶ 其他渠道：异业合作企业媒介资源利用

## 内容标准

- ▶ 宣传Q5 2017年型配置升级、个性加倍的科技化、个性化和智能化
- ▶ 活动招募（画面要求使用区域提供主视觉）
- ▶ 内容示意：

**汽车之家：** 奥迪Q5 2017年型测评文章，突出奥迪新产品的亮点及变化

**汽车之家电台：** 通过几期节目采访奥迪精英驾驶培训师、产品经理、设计师等人全方位诠释奥迪Q5 2017年型产品亮点

**易车网：** 竞品对比文章以及视频

**爱卡汽车网：** 超卡说视频，卡友与编辑一起测试新款Q5 2017年型

**太平洋汽车：** 编辑体验Q5驾驶

## 时间规划

- ▶ 活动开始前两周



# 目录

Q5

I. <u>产品核心变化点</u>	04
II. <u>活动概况</u>	05
III. <u>媒体宣传</u>	06
IV. <u>活动具体指导</u>	07
▶ 主视觉	08
▶ 传播素材	09
▶ 活动流程	11
▶ 客户邀约	13
▶ 活动搭建	17
▶ 物料及第三方人员	36
V. <u>活动标准</u>	43
▶ 费用投入标准	44
▶ 上传资料要求	45
▶ 市场开拓支持考核标准	46

# 主视觉



下载渠道：<http://pan.baidu.com/s/1i5QAsBz>

下载时间：2016年11月1日-2016年12月15日

# 传播素材 经销商展厅延展物料

墙面挂起旗面 尺寸：3.36\*2.55



易拉宝画面 尺寸：200\*80cm



展厅玻璃贴



下载渠道：<http://pan.baidu.com/s/1i5QAsBz>

下载时间：2016年11月1日-2016年12月15日

*Note\**:建议经销商活动开始前一周，于展厅进行易拉宝、玻璃贴、展厅挂旗等物料布置，进行前期预热宣传；

# 传播素材 广播稿件

## 广播示意稿

示意

### 广播稿示意（15秒）

（男声，沉稳）：

金秋实惠，礼购未来，浙江区-奥迪Q5 2017年型进·享未来品鉴会于XxX与您相约，带你开启一段卓越旅程~详情敬请垂询当地一汽-大众奥迪特许经销商！（奥迪心跳声）

详情敬请垂询xxx

### 广播稿示意（30秒）

男1：听说没，浙江区-奥迪Q5 2017年型进·享未来品鉴会要开始啦~

女1：当然听说了！听说现场有各种新鲜的未来科技生活体验，更有限时专场金融政策发布，...喂喂喂，我还没说完呢，你干嘛去啊？

男1：买车去啊，该出手时就出手啊...风风火火买奥迪去啊~

详情敬请垂询xxx

# 活动流程



▶ 流程参考					
环节	时间	内容	屏幕	灯光	音频
签到	12:30-13:00	现场	欢迎视频	全场灯70% 舞台灯30%	暖场音乐
自由品鉴	13:00-14:30	互动体验	欢迎视频	全场灯70% 舞台灯30%	暖场音乐
乐队演出	13:30-13:45	暖场	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
开场表演	14:30-14:35	舞蹈	舞蹈视频	全场灯30% 舞台灯70%	符合舞蹈调性的音乐
主持人开场	14:35-14:40	介绍现场领导及活动	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
领导致辞	14:40-14:45	介绍Q5 2017年型公布价格	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
产品演讲	14:45-15:00	产品专家进行产品讲解	产品PPT	全场灯30% 舞台灯70%	
销售政策讲解	15:00-15:05	销售总监进行销售政策讲解	金融PPT	全场灯30% 舞台灯70%	
金融置换+自由品鉴	15:05-16:30	现场销售咨询及互动品鉴	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	奥迪Q5 2017年型 TVC
	16:30-	活动结束后进行销售洽谈	主KV	全场灯70% 舞台灯100%	暖场音乐

*Note: 经销商可根据实际情况调整以上流程环节及时间安排*

# 互动内容建议

## 互动内容



### ▶ 儿童区——乐高积木体验

通过组装乐高®超级赛车的奥迪R8LMS ultra。感受奥迪的品质，了解奥迪的产品，从而选择奥迪品牌。



### ▶ VR体验

通过让用户佩戴VR眼镜，展现虚拟现实下，不同的游戏体验。

（建议选择不同游戏画面）



### ▶ 平衡车体验

体验更智能，更科技，更环保的出行方式，与奥迪品牌体现的科技魅力相得益彰。

# 客户邀约-活动机制

## Days

活动开始前7天	-7	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 组建DIC活动邀约小组，抓取活动邀约基盘（DIC基盘、ADC基盘、展厅销售顾问基盘）</li></ul>
活动开始前6天	-6	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 活动政策确认；制定邀约话术；</li><li>▶ 活动销售目标分解；制定绩效方案；召开启动会</li></ul>
活动开始前5-1天	-5	
	-4	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ DIC活动邀约小组话术培训；</li><li>▶ DIC邀约实战演练；</li><li>▶ ADC邀约话术培训；</li><li>▶ ADC邀约实战演练；</li></ul>
	-3	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 客户邀约正式开始；</li><li>▶ 邀约过程录音分析及督导</li></ul>
	-2	
活动开始前1天	-1	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 活动承接培训；</li><li>▶ 活动承接模拟演练</li></ul>
活动当日	0	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 活动执行；现场管控；离店拦截</li></ul>
活动结束后1-3天	+1	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 活动总结；</li><li>▶ 战败客户分析；</li></ul>
	+2	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 战败数据回流基盘；</li><li>▶ 二次邀约追访</li></ul>
	+3	

# 客户邀约-邀约话术

**DIC邀约话术(店端若无DIC小组，可直接参考ADC邀约话术)**

示意

步骤	话术要点	参考话术
开场	自报身份及店名	您好，我是XX奥迪4S店贵宾的XXX，很高兴为您服务。
	说明来电话目的	给您打电话主要是想【通知您一个好消息】
	渗透本活动主题及核心亮点	2016年x月xx日(周日),本店将开展“xxxxxx品鉴会”，
	提问方式让使客户有继续了解的渴望	想了解一下，这几天有人通知过您吗？
需求挖掘	确认客户是否已经购车	我看你在之前一直关注A6L这款车型是吧？
	了解客户未购车的原因	您关注这么久了，主要还是哪方面没考虑好呢？
	确认客户预计购车时间及其他信息	如果这些都满足了，您计划什么时间购车啊？
活动介绍	针对客户关注车型介绍该车型政策	如果是这样，我觉得这次活动你就不能再错过了，像您关注的A6L车型，这次是我们重点展示车型，（政策导入）
	介绍活动现场及礼包政策	如果活动当天订车了，不仅价格上优惠了，每个车主还将获得价值XX钱的大礼包，包含X次保养、一年交强险、XXX元精品礼券等。
	强调活动背景和目的	不瞒您说，这次是我们店与厂家携手，共同举办的高端品鉴活动，全年仅此一次，且名额有限。
	利用热销及稀缺技巧，通过第三方提升客户意向	这次活动我才通知3天，有X个客户就已经接受邀请确定出席了，还有X个客户提前交了预定金，对新款车型十分期待。
邀约促成	告知活动具体时间和地点	我们活动是在周x下午x点开始，就在咱们XXX展厅，你来过吧？
	默认成交方式确定进店时间	咱们为参与活动客户准备了精美的进店礼和互动礼，您可以和其他可以一样，和家人一起来参与，您看您是几个人来，我先帮您安排礼物？
结尾	询问客户是否有认识的销售顾问	您有认识我们这边的销售顾问吗？如果没有熟悉的，我给您推荐一个。
	介绍后续承接流程	我会安排他在明后天给您去个电话，您来的时候直接找他就行。
	祝福语	最后感谢您的时间，祝您购车愉快！

Note\*:以上邀请话术仅供参考，经销商可根据实际情况使用邀约话术

# 客户邀约-邀约话术

## ADC邀约话术

示意

步骤	话术要点	参考话术
开场	自报身份及店名	您好，我是XX奥迪4S店贵宾的XXX，很高兴为您服务。
	说明来电话目的	给您打电话主要是想【通知您一个好消息】
	渗透本活动主题及核心亮点	2016年x月xx日(周日),本店将开展“xxxxxx品鉴会”，
	提问方式让使客户有继续了解的渴望	想了解一下，这几天有人通知过您吗？
需求挖掘	确认客户是否已经购车	我看你在之前一直关注A6L这款车型是吧？
	了解客户未购车的原因	您关注这么久了，主要还是哪方面没考虑好呢？
	确认客户预计购车时间及其他信息	如果这些都满足了，您计划什么时间购车啊？
活动介绍	针对客户关注车型介绍该车型政策	如果是这样，我觉得这次活动你就不能再错过了,像您关注的A6L车型，这次是我们重点展示车型，（政策导入）
	介绍活动现场及礼包政策	如果活动当天订车了，不仅价格上优惠了，每个车主还将获得价值XX钱的大礼包，包含X次保养、一年交强险、XXX元精品礼券等。
	强调活动背景和目的	不瞒您说，这次是我们店与厂家携手，共同举办的高端品鉴活动，全年仅此一次，且名额有限。
	利用热销及稀缺技巧，通过第三方提升客户意向	这次活动我才通知3天，有X个客户就已经接受邀请确定出席了，还有X个客户提前交了预定金，对新款车型十分期待。
邀约促成	告知活动具体时间和地点	我们活动是在周x下午x点开始，就在咱们XXX展厅，你来过吧？
	默认成交方式确定进店时间	咱们为参与活动客户准备了精美的进店礼和互动礼，您可以和其他可以一样，和家人一起来参与，您看您是几个人来，我先帮您安排礼物？
结尾	询问客户是否有认识的销售顾问	您有认识我们这边的销售顾问吗？如果没有熟悉的，我给您推荐一个。
	介绍后续承接流程	我会安排他在明后天给您去个电话，您来的时候直接找他就行。
	祝福语	最后感谢您的时间，祝您购车愉快！

Note\*:以上邀请话术仅供参考，经销商可根据实际情况使用邀约话术

# 客户邀约-邀约短信



尊敬的一汽-大众客户：

为答谢长久以来您对一汽-

大众XX门店的支持与信赖，

2016年x月xx日（周日），

本店将举办“XXXXX”品鉴会，

全新车型震撼面市，邀您体

验，更高级别的驾享激情。

届时更有精彩演绎、丰盛餐

点和惊喜的购车优惠。科技

创造未来，一汽奥迪XXX店

诚邀您莅临参与。

# 场地搭建方案



**A档**（详见Page18-23）

**STD≤1000**

邀约人数：≥60人

**搭建材料：**

木质背板

立体logo

LED显示屏

复合地板

烤漆立体字Q5



**B档**（详见Page24-29）

**1000<STD≤1800**

邀约人数：≥70人

**搭建材料：**

LED显示屏

木质背板

立体logo

复合地板

烤漆立体字Q5



**C档**（详见Page30-35）

**STD>1800**

邀约人数：≥80人

**搭建材料：**

LED显示屏

烤漆异形背板

立体logo

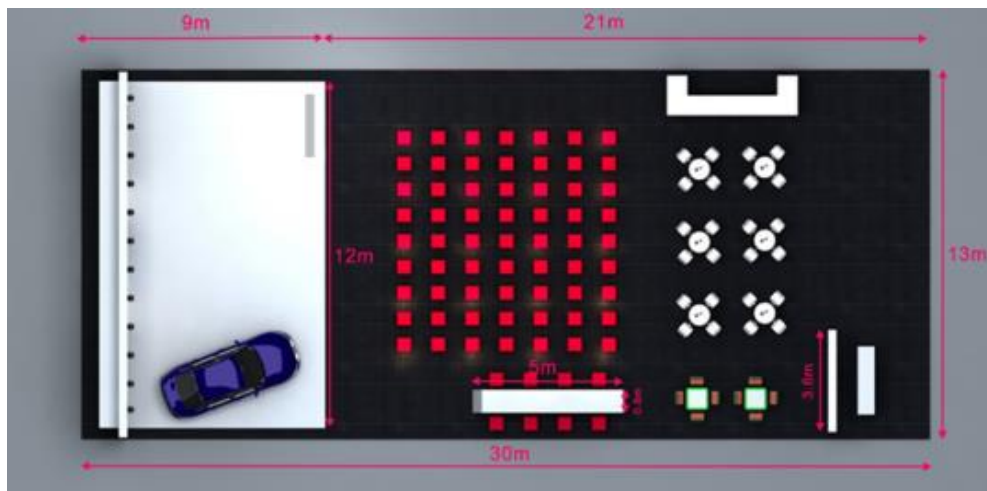
复合地板

烤漆立体字Q5

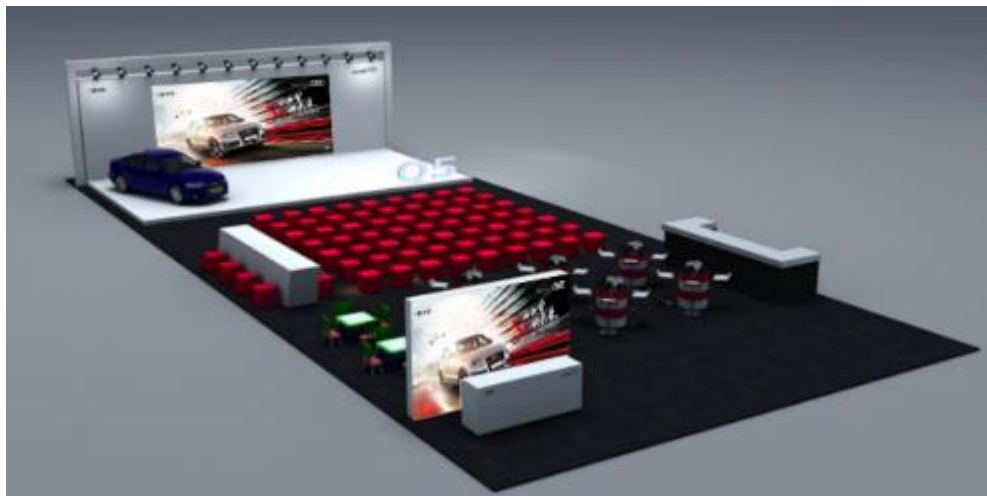
*Note\*：区域将提供3套搭建方案供经销商选择，经销商可根据自身需要选择合适的搭建方案搭建，搭建尺寸适用于所有经销商展厅*

# 场地搭建方案-A档示意图

俯视图



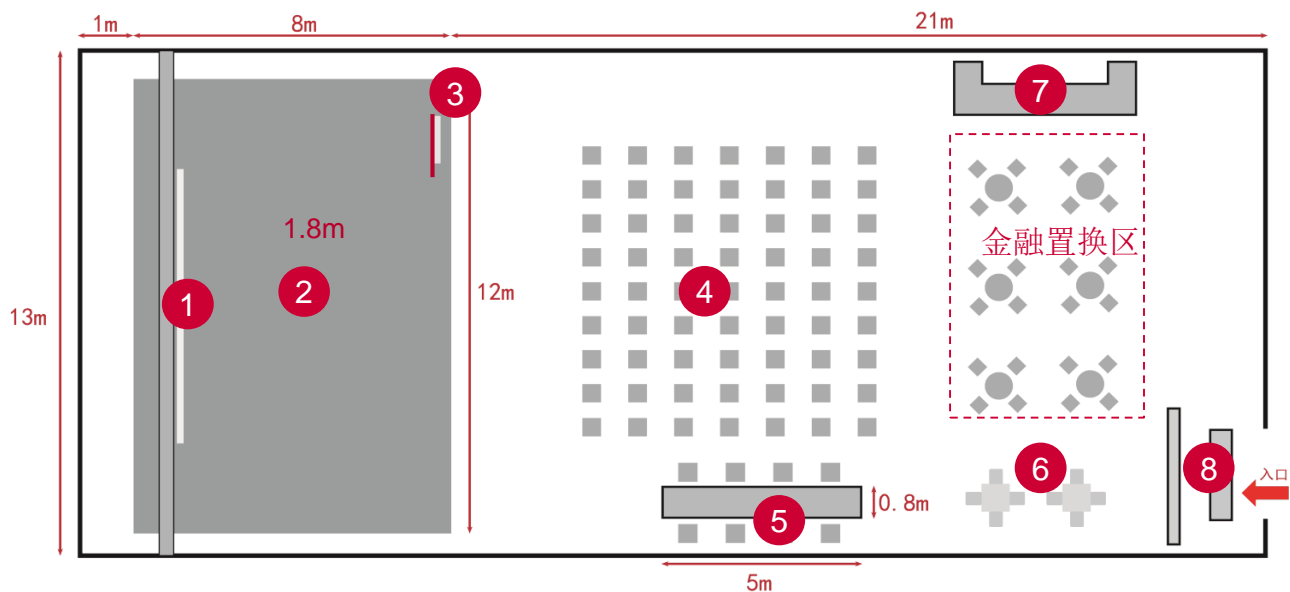
标注图



- ▶ 整体尺寸：长30m\*宽13m
- ▶ 区块划分设置
  - ▶ 舞台区
  - ▶ 签到区
  - ▶ 茶歇区
  - ▶ 品鉴区
  - ▶ 儿童区
  - ▶ 置换金融区

Note\*:建议STD≤1000辆的经销商，邀约嘉宾60≤人数使用该搭建方案

# 场地搭建方案-A档平面图



1.LED屏

2.舞台

3.Q5立体字

4.嘉宾区

5.品鉴区

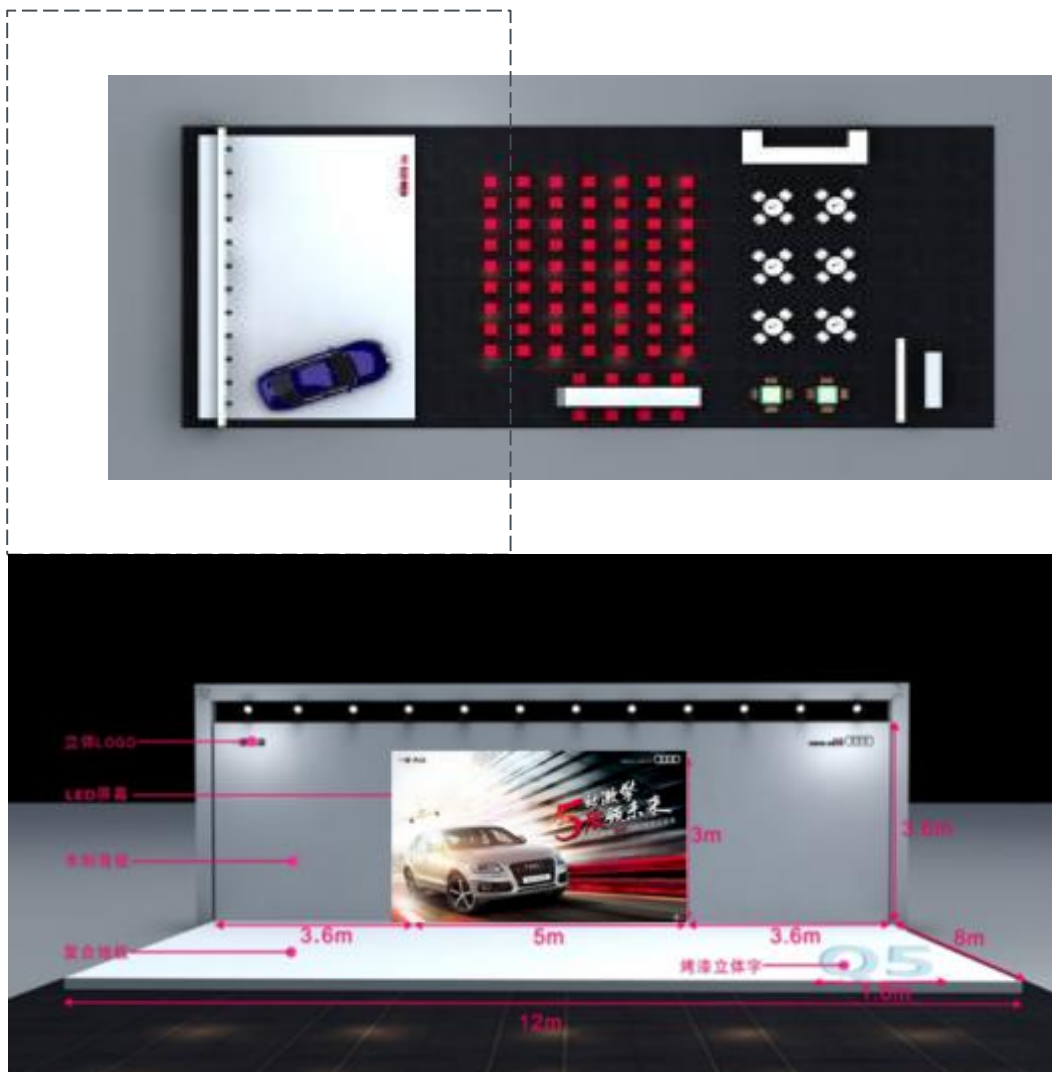
6.儿童区

7.茶歇台

8.接待台及背板

Note\*: 建议STD≤1000辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-A档舞台图



## ▶ 舞台搭建说明：

尺寸：长12.2m\*宽8m

材质：承重框架+复合地板+地毯

## ▶ 舞台Q5立体字说明：

尺寸：长1.8m

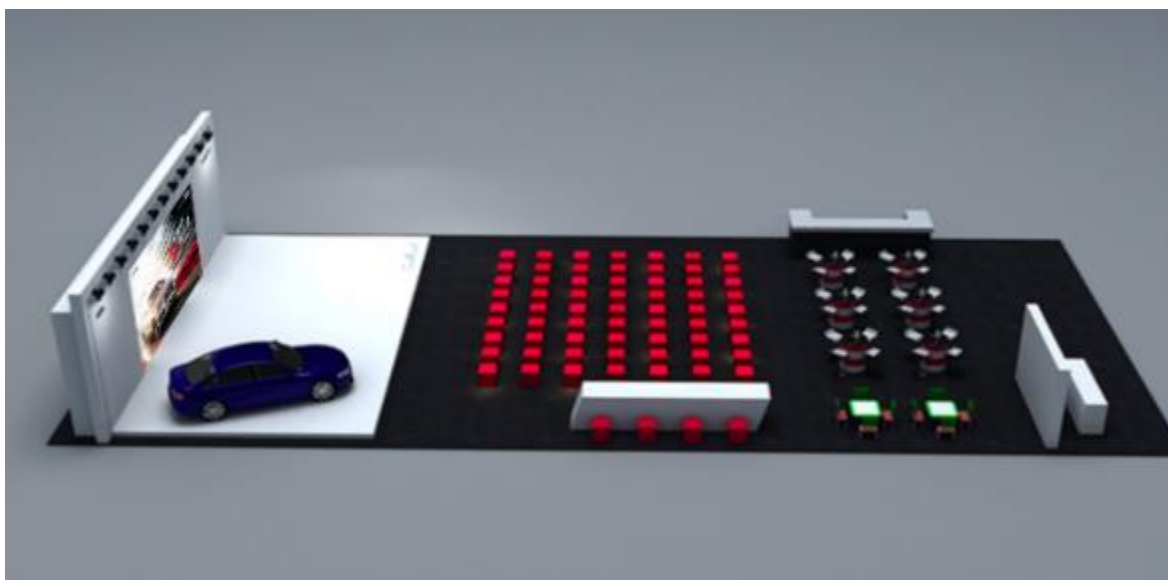
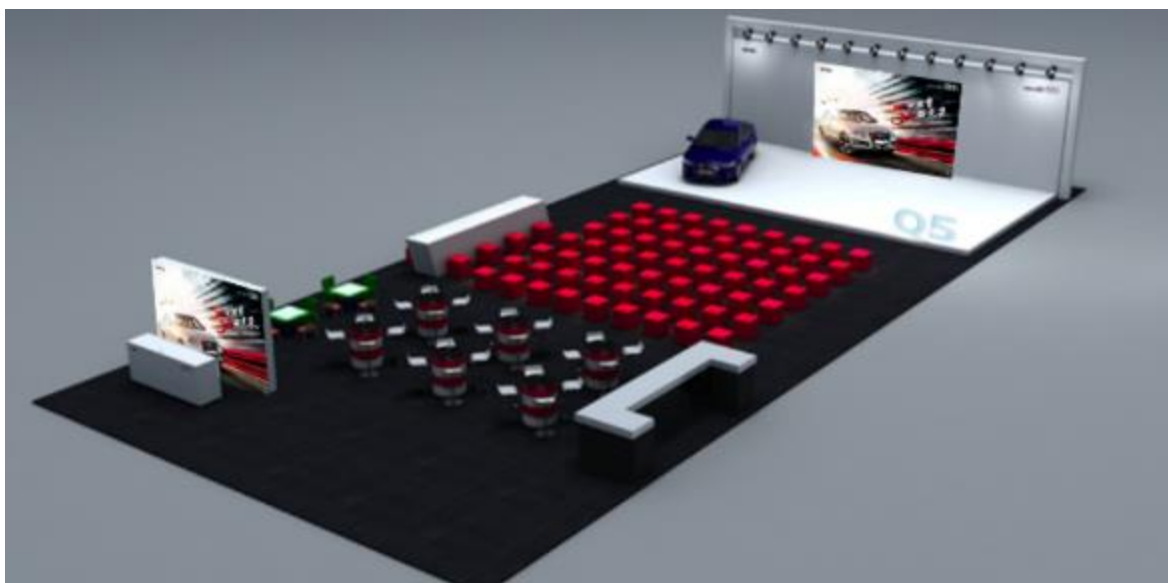
材质：木质材质+烤漆

## ▶ 背景搭建说明：木制背板+LED屏+贴立体logo

## ▶ LED屏尺寸：长5m\*高3m

*Note\*：建议STD≤1000辆的经销商使用该搭建方案*

# 场地搭建方案-A档效果图



Note\*:建议STD≤1000辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-A档物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
搭建及基础物料				
1	签到台花	1	个	用于展厅接待台
2	茶歇台	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
3	茶歇	60	份	
4	舞台	1	12.2m*8m*0.15m	10公分高地台，表面覆复合地板
5	舞台木质背板	1	12.2m*3.6m	中间空5m*3m大屏放置区
6	舞台立体logo字	1		亚克力
7	舞台立体字	1	1.8m	木质红色烤漆或喷漆
8	吐司椅	60	个	红色
9	金融置换区吧桌 吧椅	6	套	一套为一桌四椅
10	现场桌花	足量	个	根据实际情况准备足量桌花
11	礼品及纸袋	以需求为准	份	
12	名片托盘	1	个	
13	签到笔	10	支	
14	嘉宾名册及签到簿	2	套	
15	VIP留座签	以需求为准	个	
16	舞台展车	1	辆	
17	品鉴区桌椅	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
18	儿童桌椅	2	套	环保材料一套一桌四椅
人员				
1	主持人	1	人	
2	礼仪人员	5	人	迎宾2人，签到台1人，发布区2人
3	产品培训师	1	人	
4	销售人员	3	人	嘉宾签到和展车
5	舞蹈表演者	3	人	
6	摄影 摄像	2	人	
7	保洁	2	人	展厅 卫生间
8	展车清洁人员	1	人	
9	保安（停车场与大门）	2	人	根据展厅情况
10	中国籍乐队	3	人	
11	品鉴区、儿童区指导人员	以需求为准	人	根据品鉴区及儿童区实际内容为准

Note\*:A类搭建方案预计费用3万左右，建议STD≤1000辆的经销商选择

# 场地搭建方案-A档物料清单

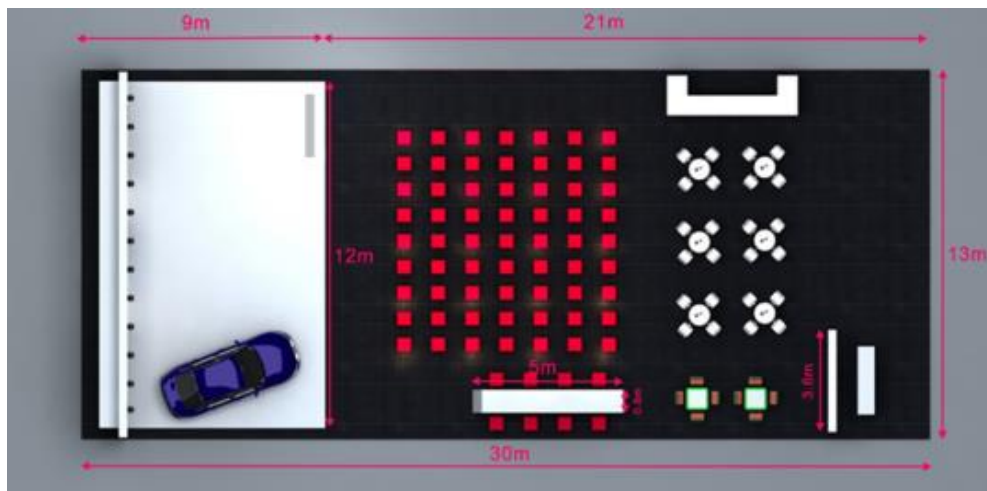
## AV设备核对清单

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
AV设备				
音响系统				
1	全频音箱	1	套	1套为2个音箱
2	音响处理器	1	套	
3	无线话筒	3	个	
4	无线话筒放大器	1	套	
5	音频信号缆	1	套	
6	调音台	1	套	
7	硅箱	2	个	
8	电缆, 线	1	套	
灯光系统				
1	LED屏 (5mx3m)	15	平方	
2	筒灯ETC Par	15	个	
3	Truss架	16	米	
4	硅箱	2	个	
5	灯光控制台	1	套	
6	电缆, 线	1	套	
AV文件				
1	欢迎视频	1	份	
2	历史短片	1	份	
3	上市短片	1	份	
4	Q5 2017年型指导文件	1	份	
5	背景音乐	1	份	
6	品鉴内容分享PPT	1	份	根据实际需求

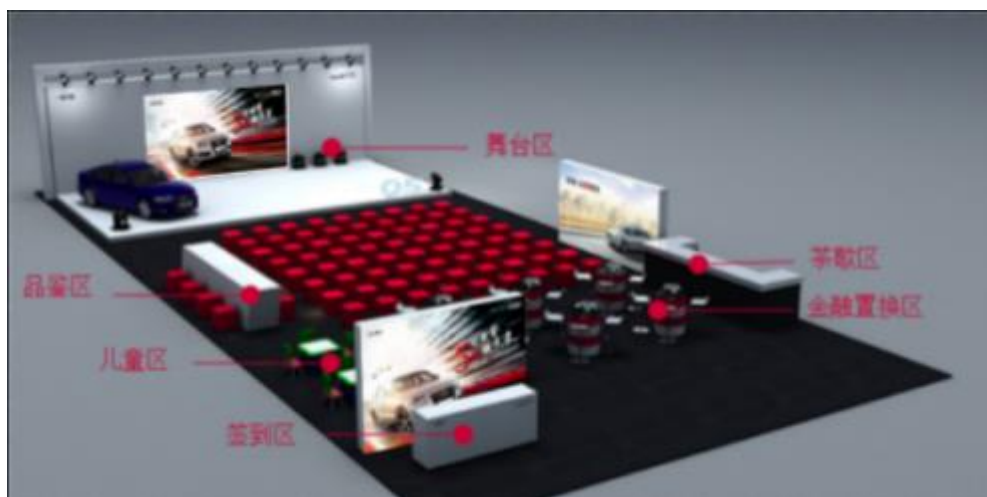
Note\*:A类搭建方案预计费用3万左右, 建议STD≤1000辆的经销商选择

# 场地搭建方案-B档示意图

俯视图



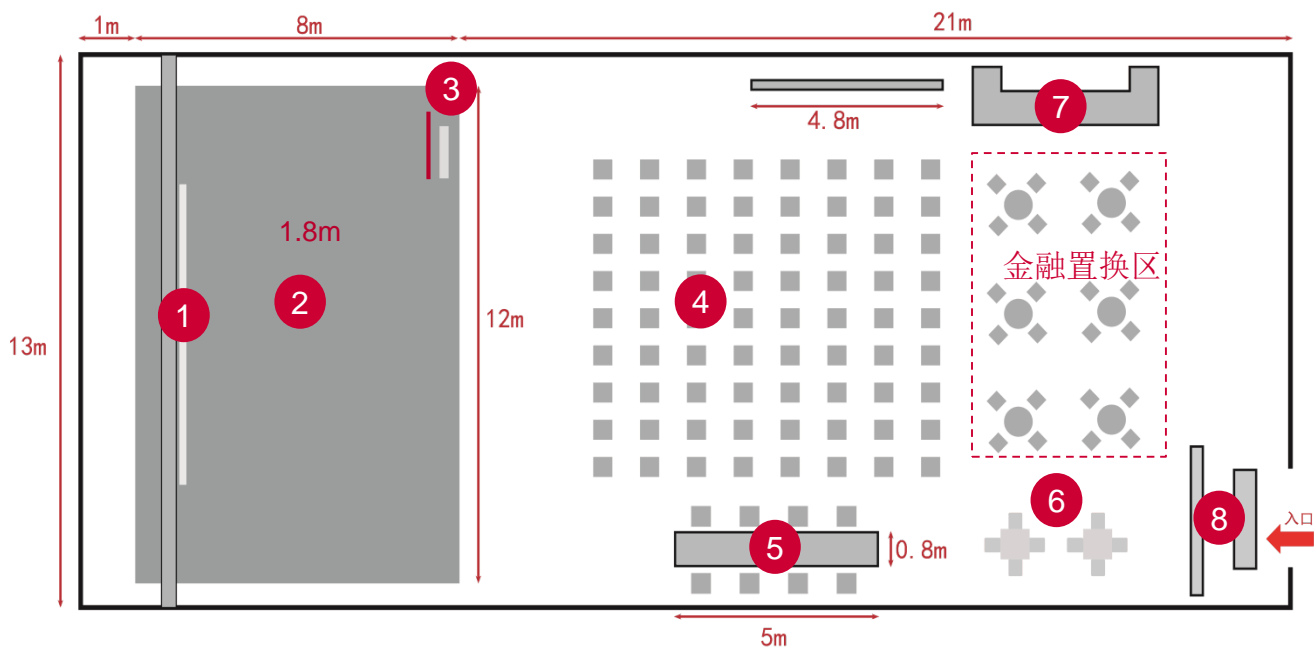
标注图



- ▶ 整体尺寸：长35m\*宽13m
- ▶ 区块划分设置
  - ▶ 舞台区
  - ▶ 签到区
  - ▶ 茶歇区
  - ▶ 品鉴区
  - ▶ 儿童区
  - ▶ 置换金融区

Note\*: 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-B档平面图



1.LED屏

2.舞台

3.Q5立体字

4.嘉宾区

5.品鉴区

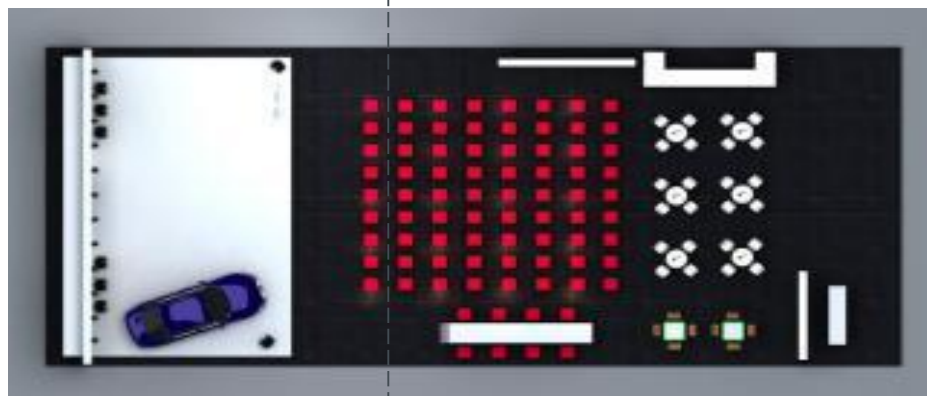
6.儿童区

7.茶歇台

8.接待台及背板

Note\*:建议1000辆<STD≤1800辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-B档舞台图



## ▶ 舞台搭建说明:

尺寸: 长12.2m\*宽8m

材质: 承重框架+复合地板+地毯

## ▶ 舞台Q5立体字说明:

尺寸: 长1.8m

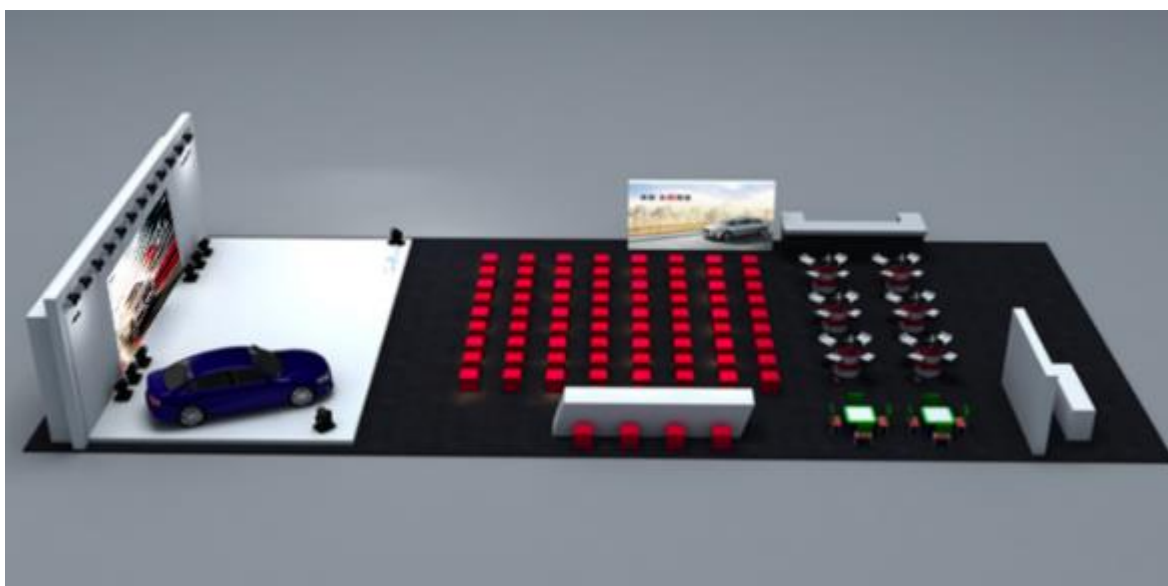
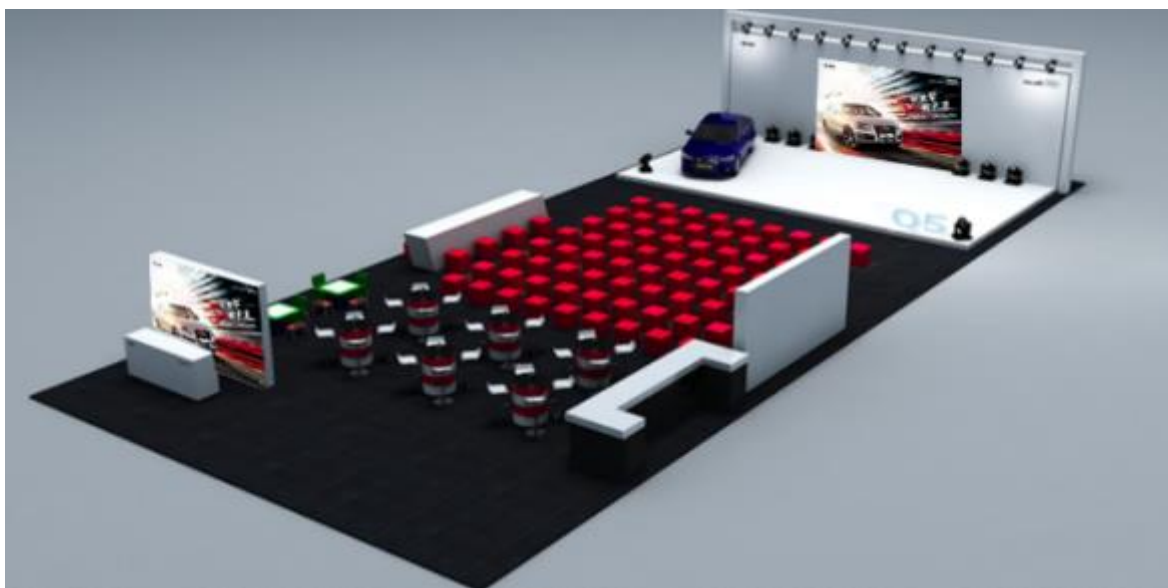
材质: 木质材质+烤漆

## ▶ 背景搭建说明: 木制背板+LED屏+贴立体logo

## ▶ LED屏尺寸: 长5m\*高3m

*Note\*: 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商使用该搭建方案*

# 场地搭建方案-B档效果图



Note\*: 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-B档物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
搭建及基础物料				
1	签到台花	1	个	用于展厅接待台
2	茶歇台	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
3	茶歇	80	份	
4	舞台	1	12.2m*8m*0.15m	10公分高地台，表面覆复合地板
5	舞台木质背板	1	12.2m*3.6m	中间空5m*3m大屏放置区
6	舞台立体logo字	1		亚克力
7	舞台立体字	1	1.8m	木质红色烤漆或喷漆
8	吐司椅	80	个	红色
9	金融置换区吧桌 吧椅	6	套	一套为一桌四椅
10	品鉴区木质背景墙	1	7.2m*2.44m	表面附写真或喷绘
11	现场桌花	足量	个	根据实际情况准备足量桌花
12	礼品及纸袋	以需求为准	份	
13	名片托盘	1	个	
14	签到笔	10	支	
15	嘉宾名册及签到簿	2	套	
16	VIP留座签	以需求为准	个	
17	舞台展车	1	辆	
18	品鉴区桌椅	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
19	儿童桌椅	2	套	环保材料一套一桌四椅
人员				
1	主持人	1	人	
2	礼仪人员	5	人	迎宾2人，签到台1人，发布区2人
3	产品培训师	1	人	
4	销售人员	3	人	嘉宾签到和展车
5	舞蹈表演者	3	人	
6	摄影 摄像	2	人	
7	保洁	2	人	展厅 卫生间
8	展车清洁人员	1	人	
9	保安（停车场与大门）	2	人	根据展厅情况
10	中国籍乐队	3	人	
11	品鉴区、儿童区指导人员	以需求为准	人	根据品鉴区及儿童区实际内容为准

Note\*:B类搭建方案预计费用4万左右，建议1000辆<STD≤1800辆的经销商选择

# 场地搭建方案-B档物料清单

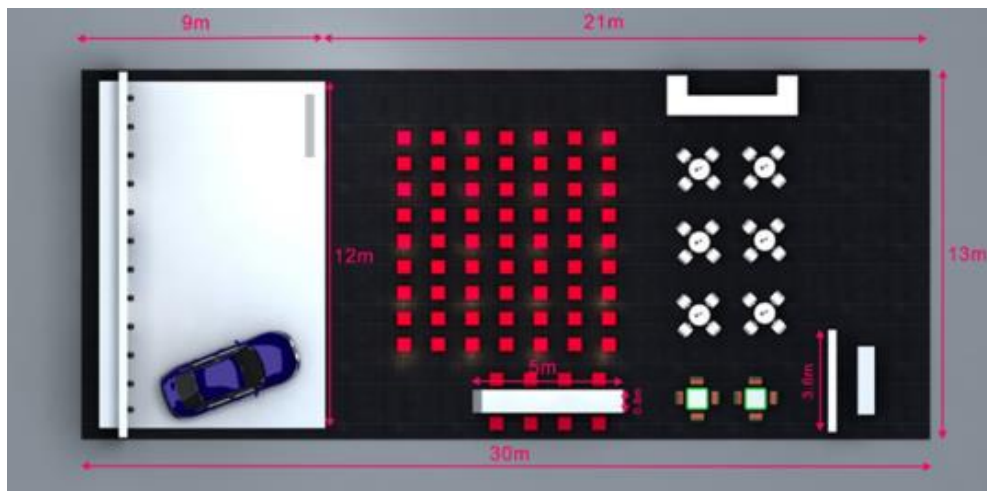
## AV设备核对清单

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
AV设备				
音响系统				
1	全频音箱	1	套	1套为2个音箱
2	音响处理器	1	套	
3	无线话筒	3	个	
4	无线话筒放大器	1	套	
5	音频信号缆	1	套	
6	调音台	1	套	
7	硅箱	2	个	
8	电缆, 线	1	套	
灯光系统				
1	LED屏 (5mx3m)	15	平方	
2	筒灯ETC Par	16	个	
3	电脑成像灯	8	个	
4	Truss架	16	米	
5	硅箱	2	个	
6	灯光控制台	1	套	
7	电缆, 线	1	套	
AV文件				
1	欢迎视频	1	份	
2	历史短片	1	份	
3	上市短片	1	份	
4	新奥迪Q5发布会指导文件	1	份	
5	背景音乐	1	份	
6	品鉴内容分享PPT	1	份	根据实际需求

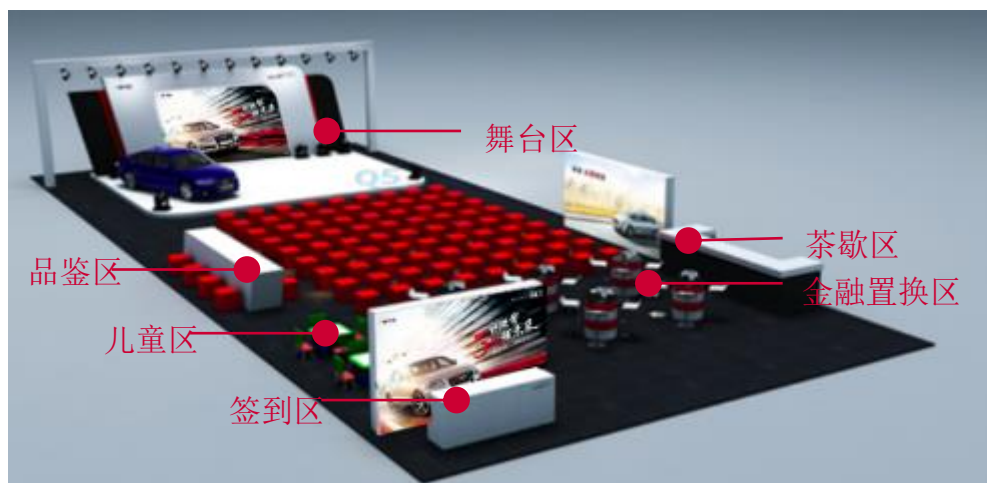
Note\*:B类搭建方案预计费用4万左右, 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商选择

# 场地搭建方案-C档示意图

俯视图



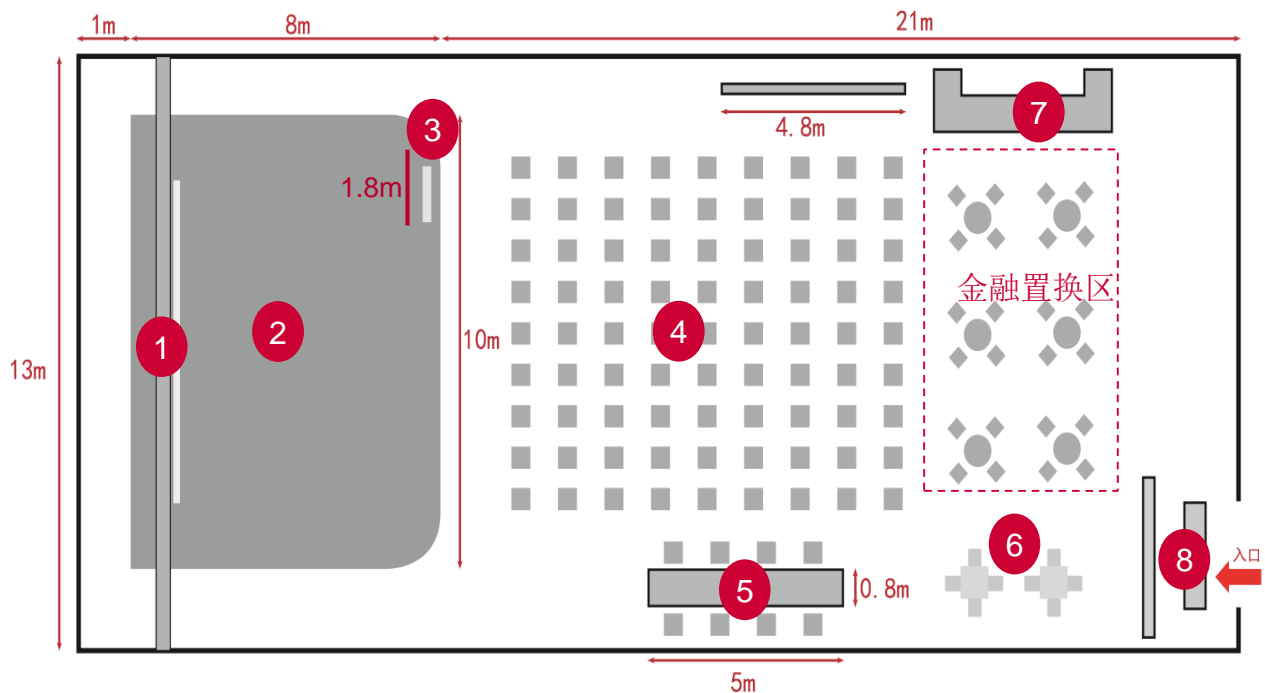
标注图



- ▶ 整体尺寸：长35m\*宽13m
- ▶ 区块划分设置
  - ▶ 舞台区
  - ▶ 签到区
  - ▶ 茶歇区
  - ▶ 品鉴区
  - ▶ 儿童区
  - ▶ 置换金融区

Note\*:建议STD>1800辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-C档平面图



1.LED屏

2.舞台

3.Q5立体字

4.嘉宾区

5.品鉴区

6.儿童区

7.茶歇台

8.接待台及背板

*Note*\*:建议STD>1800辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-C档舞台图



▶ 舞台搭建说明:

尺寸: 长12.2m\*宽8m

材质: 承重框架+复合地板+地毯

▶ 舞台Q5立体字说明:

尺寸: 长1.8m

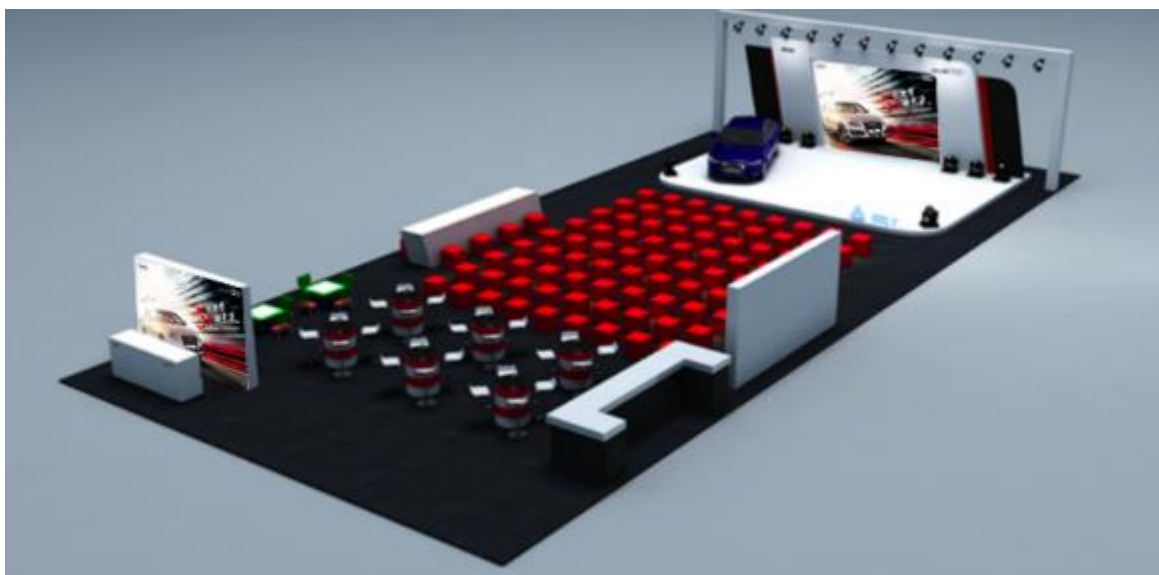
材质: 木质材质+烤漆

▶ 背景搭建说明: LED屏+异形烤漆背板+贴立体logo

▶ LED屏幕尺寸: 长4.5m\*米3m

*Note\*:建议STD>1800辆的经销商使用该搭建方案*

# 场地搭建方案-C档效果图



Note\*: 建议STD > 1800 辆的经销商使用该搭建方案

# 场地搭建方案-C档物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
搭建及基础物料				
1	签到台花	1	个	用于展厅接待台
2	茶歇台	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
3	茶歇	100	份	
4	舞台	1	10m*8m*0.15m	10公分高地台，表面覆复合地板
5	LED外框	1	7m*3.6m	异形中空
6	LED挡板	2	1.55m*3.1m	木质表面附黑丝绒
7	舞台背景夹层	2	0.3m*3.1m	木质表面红色烤漆或喷漆
8	舞台立体logo字	1		亚克力
9	舞台立体字	1	1.8m	木质红色烤漆或喷漆
10	吐司椅	100	个	白色
11	金融置换区吧桌 吧椅	8	套	一套为一桌四椅
12	品鉴区木质背景墙	1	7.2m*2.44m	表面附写真或喷绘
13	现场桌花	足量	个	根据实际情况准备足量桌花
14	礼品及纸袋	以需求为准	份	
15	名片托盘	1	个	
16	签到笔	10	支	
17	嘉宾名册及签到簿	2	套	
18	VIP留座签	以需求为准	个	
19	舞台展车	1	辆	
20	品鉴区桌椅	1	5m*0.6m*0.8m	木质烤漆
21	儿童桌椅	2	套	环保材料一套一桌四椅
人员				
1	主持人	1	人	
2	礼仪人员	5	人	迎宾2人，签到台1人，发布区2人
3	产品培训师	1	人	
4	销售人员	3	人	嘉宾签到和展车
5	舞蹈表演者	4	人	
6	摄影 摄像	2	人	
7	保洁	2	人	展厅 卫生间
8	展车清洁人员	1	人	
9	保安（停车场与大门）	2	人	根据展厅情况
10	中国籍乐队	3	人	
11	品鉴区、儿童区指导人员	以需求为准	人	根据品鉴区及儿童区实际内容为准

Note\*:C类搭建方案预计费用5万左右，建议STD>1800辆的经销商选择

# 场地搭建方案-C档物料清单

## AV设备核对清单

序号	设备明细	数量	单位/尺寸	备注
AV设备				
音响系统				
1	全频音箱	2	套	1套为2个音箱
2	音响处理器	2	套	
3	无线话筒	3	个	
4	无线话筒放大器	1	套	
5	音频信号缆	1	套	
6	调音台	1	套	
7	硅箱	4	个	
8	电缆, 线	1	套	
灯光系统				
1	LED屏 (5mx3m)	15	平方	
2	筒灯ETC Par	16	个	
3	电脑成像灯	6	个	
4	Truss架	16	米	
5	硅箱	3	个	
6	灯光控制台	1	套	
7	电缆, 线	1	套	
AV文件				
1	欢迎视频	1	份	
2	历史短片	1	份	
3	上市短片	1	份	
4	新奥迪Q5发布会指导文件	1	份	
5	背景音乐	1	份	
6	品鉴内容分享PPT	1	份	根据实际需求

Note\*:C类搭建方案预计费用5万左右, 建议STD>1800辆的经销商选择

# 签到入场流程

## 入场流程



### ▶ 停车

在4s店预留停车位

### ▶ 入店

### ▶ 签到

纸质签到：经销商提前打印好嘉宾名单

礼仪从旁协助并引领

### ▶ 茶歇

礼仪邀请进入餐饮茶歇区

### ▶ 入场

主持人画外音提醒活动即将开始

礼仪邀请进入主会场

# 工作人员话术

## 接待话术



### ► 工作人员话术

1. 晚上好
2. 先生/小姐,麻烦您先出示一下您的邀请函
3. 您好,请稍等
4. 先生/小姐,请移步至我们旁边的坐席区就座。14:30我们的车型讲解活动即将准时开始

# 接待礼仪标准

## 礼仪人员



### ▶ 礼仪分配

- ▶ 入口处（2人）：指引来宾入场
- ▶ 签到区（1人）：签到
- ▶ 发布区（2人）：指引嘉宾落座，发布期间传递话筒

### ▶ 礼仪服装建议

白色/黑色套裙，搭配红色或橙色款靓丽丝巾，营造奥迪品牌年轻化未来用户形象。

# 接待餐饮标准

## 接待餐饮



### ► 茶歇标准

五星级酒店级别，精致点心、小吃、饼干、奥迪元素甜品、咖啡、茶水、饮料等；

让客户从茶歇中体会到奥迪Q5及奥迪品牌的尊贵感。

# 接待鲜花标准

## 接待鲜花



### ► 接待台花艺效果

圆筒型的花瓶，中间插绿植，四周以百合点缀；

百合数量最起码有12支，需要是开放的百合；

绿枝上下延伸的长度需要一样；

### ► 方杯花艺标准

小方杯内置花泥并内以荷叶包裹  
花泥上插2-3至小百合

# 活动礼品建议

## 礼品推荐



### ► 多功能野餐箱

方便可折叠，适用于家庭自驾游



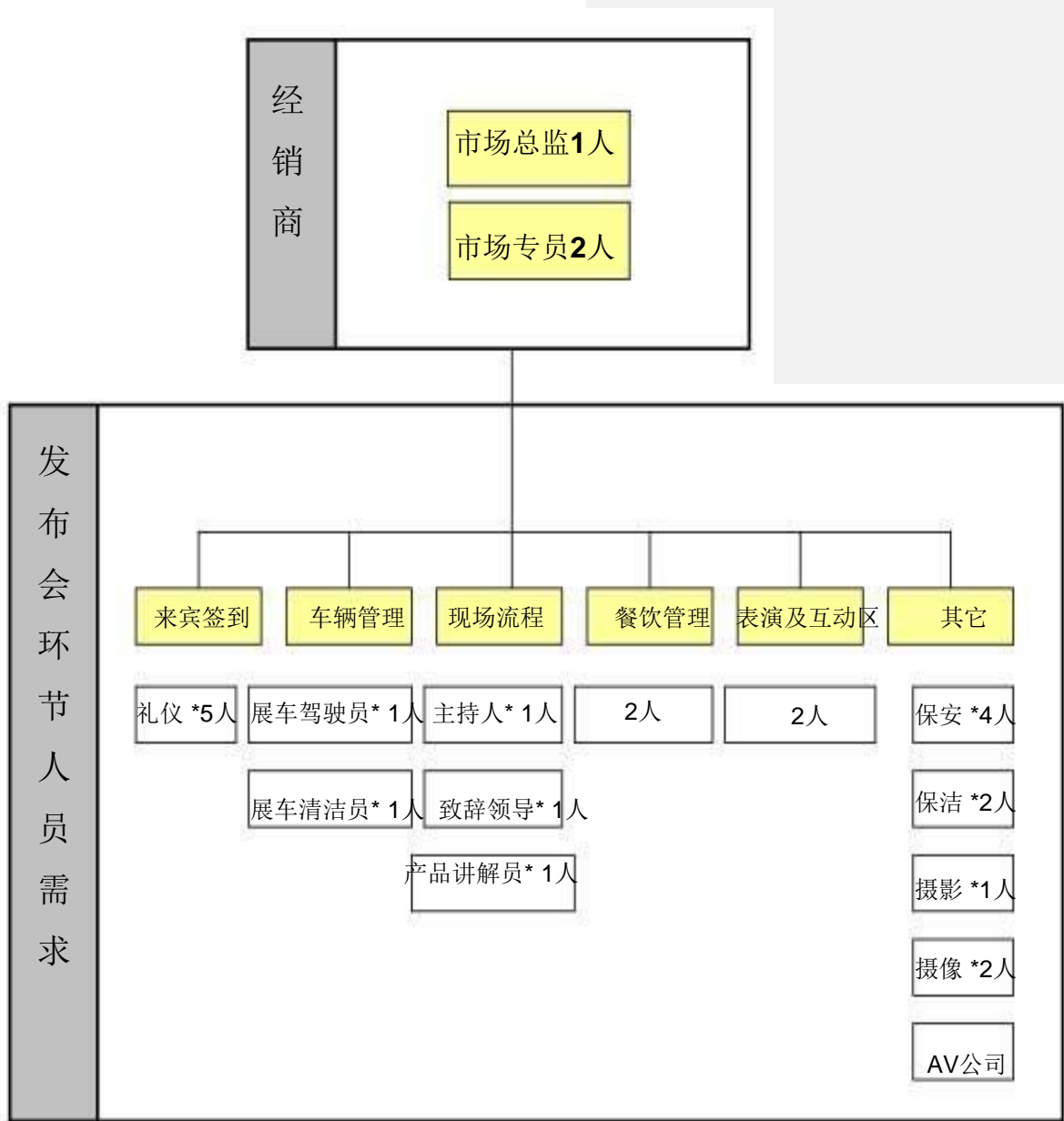
### ► 体质分析仪

外观设计非常创新，首次采用了与体重秤的显示屏彻底分离了，而且还加入了孕妇称重模式，分离的显示屏也充分发挥了自身使用价值，是一款非常实用的具有多种显示功能的显示屏。

► **Note\***: 经销商可自由选择其一，或同等及以上价位的其他礼品

# 活动管理

## 人员分工



# 目录

Q5

I. <u>产品核心变化点</u>	04
II. <u>活动概况</u>	05
III. <u>媒体宣传</u>	06
IV. <u>活动具体指导</u>	07
▶ 主视觉	08
▶ 传播素材	09
▶ 活动流程	11
▶ 客户邀约	13
▶ 活动搭建	17
▶ 物料及第三方人员	36
V. <u>活动标准</u>	43
▶ 费用投入标准	44
▶ 上传资料要求	45
▶ 市场开拓支持考核标准	46

# 费用投入标准



奥迪Q5 2017年型

## 经销商活动费用投入

### 展厅品鉴活动

线上投入	<b>A档</b>	▶ STD≤1000辆，每家投入不低于1.5万元
	<b>B档</b>	▶ 1000辆<STD≤1800辆，每家投入不低于2万元
	<b>C档</b>	▶ STD>1800辆，每家投入不低于3万元
线下投入	<b>A档</b>	▶ STD≤1000辆，每家投入不低于3万元
	<b>B档</b>	▶ 1000辆<STD≤1800辆，每家投入不低于4万元
	<b>C档</b>	▶ STD>1800辆，每家投入不低于5万元

Note\*: STD为经销商2016年第一版商务计划为准。

# 上传资料要求

方案上报	上报方式	本次活动所报方案，必需从“市场指导”界面进入，由指导文件生成活动计划，否则不给予计算	
	方案内容	本次活动必需上传方案PPT/PDF文件，且文件内容需完整详细	
总结上报	“现场照片”模块	媒介传播投放证明	提供与决算清单中对应的媒介传播投放证明（广告照片/网站截图/电台、电视播出证明及录音、录像等），证明资料中必需体现拍摄时间或使用APP拍摄。
		线下活动证明材料	活动结束后48小时以内，将“检查标准”中所要求的全部照片上传至“现场照片”中，照片中必需包含APP照片。 提供一段不少于3分钟的视频，需包含活动各个功能区、工作人员、搭建布置、AV设备、参加活动人员规模，所有物料的浏览。
	“决算清单”模块	决算清单（含媒体费用明细和物料清单两份文件）内所涉及内容必须均与本次活动相关，其中媒介传播费用需按实际情况按比例计算“本次活动占用金额”	
	“总结相关”模块	本次活动必需制作总结文件（PPT），内容包括参加用户人数、媒体人数、HABC类意向客户数、现场订单数。活动亮点环节展现。 媒体及活动的合同需要在当月上报	
	“发票”模块	发票必需在 <b>12月31日</b> 前上传，否则此活动分数将被取消	
	系统资料的保存	如果发票未到，活动资料上传完毕后点击“保存” 如果发票已到，上传发票后点击“正式上报”	
系统资料数量估算 (以“检查标准”的要求估算)		发票、合同	以实际为准
		现场照片	50张左右，重复内容只需记录一次
		现场视频	不强制要求APP拍摄
		媒体证明资料	10-15张照片/截图/证明文件，音视频文件若干，以实际为准
		方案PPT，上传至方案中	1份
		总结PPT，上传至“总结相关”	1份
		活动物料清单上传至“决算清单”	1份
		媒体费用明细清单上传至“决算清单”	1-5份，以实际投放为准

\*Note: 需按照以上要求上传资料，注意确保上传内容符合市场开拓支持考核标准（详见Page46-47）

# 市场开拓支持考核标准（1/2）

指标体系			备注说明	总结资料要求	
一级指标	权重	二级指标			三级指标
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			
		活动主题是否为“进·享未来”+副标题形式；车型是否与指导手册要求一致			
计划一致性	20%	活动形式	展厅品鉴活动		上传完整、详细的方案及总结
		活动地点	经销商展厅内		
		活动时间	2016年11月1日-2016年12月15日		
		活动流程	签到	评分标准： 是否涵盖左侧活动流程	不少于3分钟视频上传APP照片到系统，请经销商尽量使用照片详细记录活动过程，以便审核评分
			茶歇		
			自由品鉴		
			乐队演出		
客户邀约	开场表演	邀约人数以STD辆为划分标准（详见Page5）	上传客户签到名单扫描件		
	产品推荐（Q5 2017年型）				
		销售政策讲解			
区域设置		接待区	评分标准： 是否设置左侧区域，选择A、B、C任意搭建方案即可，不以STD辆作为强制标准	各区域设置必需有至少1张照片做为证明材料	
		茶歇区			
		互动品鉴区			
		儿童区			
		金融置换区			
活动物料	35%	主视觉	主视觉	上传详细的物料明细表	物料明细表内所有物料必需有至少1张照片做为证明材料
			易拉宝		
		舞台搭建	墙面挂旗/ 玻璃贴（可选）		
			LED显示屏		
		礼仪人员	烤漆立体字Q5		
餐饮	礼仪服装	餐饮类别符合标准（详见Page39）			
鲜花	种类要求	百合（白色）至少12支			
		花材及数量			

# 市场开拓支持考核标准（2/2）

指标体系				备注说明	总结资料要求
一级指标	权重	二级指标	三级指标		
营销费用	20%	媒介传播费用	仅针对本次活动的投入	直接得出最终分数	上传主要项目费用实际发票证明
		线下活动费用	本次活动物料清单合计		
媒体投放	15%			上传详细的媒体费用明细表	广播需要提供包括广告内容前后的监播录音以及与合同一致的由电台开出的播出证明。其它有画面的媒体证明材料，必需使用APP上传，照片内容必须能体现经销商名称及活动名称
专项考核	10%	礼品	伴手礼	签到礼品市场价（非经销商提供）	上传礼品费用实际发票证明

一汽·大众

Audi  
突破科技 启迪未来



谢谢!

Thank you.