

一汽-大众

Audi  
突破科技 启迪未来



# 浙江区-奥迪A6L 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：

2016年9月30日，一汽-大众奥迪A6L 2017年型正式上市，作为豪华C级车市场的标杆之作，奥迪A6L再度升级，增加了多种实用配置，为中国消费者提供了更加丰富的选择。

为了迎接下半年市场挑战，借此上市之机，提升A6L集客数量，抢占市场份额，区域将整合总部和经销商的多方资源，在全浙江区内开展A6L 2017年型系列展厅品鉴活动。希望浙江区各经销商能够重视本次活动，通过本地发布活动，广告宣传，公关合作等多途径，在各个地区引发市场关注，加深目标客户对于A6L 2017年型“彩色化”“个性化”的产品认知，了解奥迪产品力配置升级的智能化更新。

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。

我们坚信通过大家的努力，此次展厅品鉴活动一定能在浙江区取得好的反响。

顺祝商祺！

# 目录

## A6

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>	
▶ 主视觉	08
▶ 传播素材	09
▶ 活动流程	11
▶ 客户邀约	18
▶ 活动搭建	22
▶ 物料及第三方人员	41
V. <u>活动标准</u>	
▶ 费用投入标准	49
▶ 上传资料要求	50
▶ 市场开拓支持考核标准	51

# 产品核心变化点



“**A6L 2017年型**”

- ▶ 新增“飞行蓝”外饰颜色，满足个性化定制需求
- ▶ 8款车型均增配奥迪智能手机接口支持Apple Carplay，通过**USB**数据接口连接、MMI屏幕显示控制，提供更便捷的车载交互体验
- ▶ 功能配置优化升级，奥迪A6L 2017年型的各级别车型中分别搭载米莱诺真皮、全景天窗、**LED**大灯、舒适钥匙等配置

# 活动概况



## 活动形式

- ▶ 奥迪A6L 2017年型展厅品鉴活动

## 活动主题

- ▶ “感受.创造生活”

## 活动目的

- ▶ 奥迪A6L 2017年型引入当地市场，强化奥迪A6L的产品变换点和优势；邀请当地媒体和圈层客户了解奥迪A6L 2017年型，从而促进媒体宣传及销售；

## 活动时间

- ▶ 2016年10月22日-2016年11月30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

（建议）

- ▶ STD≤1000辆，邀约嘉宾不少于60人；  
1000<STD≤1800辆，邀约嘉宾不少于70人；  
STD>1800辆，邀约嘉宾不少于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A6L 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A6L 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A6L 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A6L 2017年型
  - ▶ **太平洋汽车**  
▶ 编辑体验A6L 驾驶

## 时间规划

- ▶ 活动开始前两周

# 目录

# A6

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>	
	▶ 主视觉	08
	▶ 传播素材	09
	▶ 活动流程	11
	▶ 客户邀约	18
	▶ 活动搭建	22
	▶ 物料及第三方人员	41
V.	<u>活动标准</u>	
	▶ 费用投入标准	49
	▶ 上传资料要求	50
	▶ 市场开拓支持考核标准	51

# 主视觉

一汽-大众

Audi 突破科技 启迪未来

## 感受 · 创造生活

浙江区-奥迪A6L 2017年型展厅品鉴活动



\* 主KV素材链接: <http://pan.baidu.com/s/1jHCK5sM>

提取密码: 8few

# 传播素材 经销商展厅延展物料



▶ 墙面挂旗画面  
尺寸：3.36\*2.55



▶ 展厅玻璃贴



▶ 易拉宝画面  
▶ 尺寸：200\*80cm

\*主KV素材链接：<http://pan.baidu.com/s/1jHCK5sM>  
易拉宝素材链接：<http://pan.baidu.com/s/1hspyJre>  
(易拉宝素材以第二个链接为准)

提取密码：8few  
提取密码：ym2e

\* 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 电台稿

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A6L  
2017年型感受·创造生活品鉴会于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A6L 2017年型感  
受·创造生活品鉴会要开始啦~

女1: 当然听说了! 听说现场有各种新鲜  
的生活体验, 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

\*Note: 以上广播稿件仅为示意, 经销商可根据本店需求进行调整

# 活动流程



时间	环节	内容	屏幕	灯光	音频
12:30-13:00	嘉宾陆续签到	现场	欢迎视频	全场灯70% 舞台灯30%	暖场音乐
13:00-14:30	自由品鉴	互动体验	欢迎视频	全场灯70% 舞台灯30%	暖场音乐
13:30-13:45	乐队演出	暖场	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
14:30-14:35	开场表演	舞蹈	舞蹈视频	全场灯30% 舞台灯70%	符合调性的 音乐
14:35-14:40	主持人开场	介绍现场领导 及活动	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
14:40-14:45	领导致辞	介绍A6L 2017 年型公布价格	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	
14:45-15:00	产品演讲+苹果 CarPlay的车载 系统专项讲解	产品专家进行 产品讲解	产品PPT	全场灯30% 舞台灯70%	
15:00-15:05	17年型销售政 策讲解	销售总监进行 销售政策讲解	销售政策 PPT	全场灯30% 舞台灯70%	
15:05-16:30	金融置换+ 自由品鉴	现场销售咨询 及互动品鉴	主KV	全场灯30% 舞台灯70%	奥迪A6L 2017年型 TVC
16:30-		活动结束 销售洽谈	主KV	全场灯70% 舞台灯100%	暖场音乐

\*Note: 经销商可根据本地情况调整以上时间安排

# 互动环节建议



## ▶ 茶歇/品荐/互动品鉴

精美茶歇

乐队表演

互动品鉴（儿童区域/品鉴区域）

## ▶ 车型品鉴

开场表演

车型讲解

苹果CarPlay的车载系统专项讲解

## ▶ 金融置换购车/互动品鉴

车辆金融政策·二手车品荐·二手车金融政策

互动品鉴（儿童区域/品鉴区域）

*\*Note: 以上互动环节建议，经销商可根据本地情况进行调整*

# 互动内容建议 总览

## 01. 创意生活

(详见Page14)

▶ 与时下热门创意生活形式结合，突显A6L典雅而不失年轻时尚的生活向往，吸引集客关注，同时有利于经销商自身宣传

## 02. 健康户外

(详见Page15)

▶ A6L品鉴与高端户外运动相结合，利用独特的健康拓展等挑战自我的活动形式吸引目标客户，促进销售转化

## 03. 未来科技

(详见Page16)

▶ 多元化的新兴科技及艺术交流品鉴活动，融合A6L客户同一兴趣点，增加嘉宾之间的交流及信息共享

## 04. 儿童专属

(详见Page17)

▶ 聚焦非商务目标人群诉求点，搭建儿童趣味体验区域，丰富亲子相关活动内容，浓郁活动现场氛围

\*Note:经销商可根据各自资源任选其一，也可自行创意，需保证每个区域内至少有1个互动体验活动。

# 互动内容建议 (1/4)

---

## 创意生活推荐（品鉴区）

---

### ▶ 手工皮具DIY

邀请创意皮具师傅，指导嘉宾完成手工皮具作品并教授皮具保养知识。

（大屏幕讲解皮具保养及收藏）



### ▶ 环保家具DIY

邀请创意环保家具设计师，为嘉宾演示环保家具制加嘉宾完成简单家居用品制作。

（大屏幕分享室内设计及家具保养小常识）



*\*Note:经销商可根据各自资源任选其一，也可自行创意，需保证每个区域内至少有1个互动体验活动。*

# 互动内容建议 (2/4)

## 健康户外推荐（品鉴区）

### ▶ 平衡车体验（异业合作）

建议与平衡车品牌进行合作，在外场设置平衡车趣味绕桩体验，感受健康趣味出行（演示将平衡车收入后备箱，展示奥迪宽阔后备箱空间）



### ▶ 简单器材瘦身体验

教练教授嘉宾如何用简单的健身器材，合理瘦身，并且进行趣味健身竞赛。



*\*Note: 经销商可根据各自资源任选其一，也可自行创意，需保证每个区域内至少有1个互动体验活动。*

# 互动内容建议 (3/4)

## 未来科技推荐 (品鉴区)

### ▶ 苹果CarPlay车载系统体验

产品讲师现场实车指导嘉宾链接苹果CarPlay的车载系统，全放位解析功能（结合舞台展车及大屏幕）

### ▶ 虚拟现实交互体验

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）



*\*Note: 经销商可根据各自资源任选其一，也可自行创意，需保证每个区域内至少有1个互动体验活动。*

# 互动内容建议 (4/4)

## 儿童专属推荐（儿童区）

### ▶ 彩绘体验

邀请儿童画教师，指导小朋友完成彩绘作品。（例如创作我们家的奥迪A6L生活）



### ▶ 趣味手作

邀请儿童手作师，指导家庭完成手工作品。（例如动物橡皮泥、乐高、零钱包等）



*\*Note: 经销商可根据各自资源任选其一，也可自行创意，需保证每个区域内至少有1个互动体验活动。*

# 客户邀约 活动机制

## Days

活动开始前7天

-7

- ▶ 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）

活动开始前6天

-6

- ▶ 活动政策确认；制定邀约话术；
- ▶ 活动销售目标分解；制定绩效方案；召开启动会

-5

活动开始前5-1天

-4

- ▶ DIC活动邀约小组话术培训；
- ▶ DIC邀约实战演练；
- ▶ ADC邀约话术培训；
- ▶ ADC邀约实战演练；

-3

- ▶ 客户邀约正式开始；
- ▶ 邀约过程录音分析及督导

-2

活动开始前1天

-1

- ▶ 活动承接培训；
- ▶ 活动承接模拟演练

活动当日

0

- ▶ 活动执行；现场管控；离店拦截

+1

活动结束后1-3天

+2

- ▶ 活动总结；
- ▶ 战败客户分析；
- ▶ 战败数据回流基盘；
- ▶ 二次邀约追访

+3

# 客户邀约 DIC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: 以上邀约话术仅为示意，经销商可根据本店需求进行调整

# 客户邀约 ADC邀约话术

示意

话术要点	参考话术
1.主动问候、确认客户姓氏并在电话中使用姓氏称呼	您好，请问是X先生/女士吗？（得到客户回答后再次问候）X先生/女士，您好！
2.主动介绍经销商名、自己的岗位及姓名	我是XX奥迪店您的【专属销售顾问】/VIP专员XXX。（店面地址、标志性建筑）
3.主动表明电话目的并礼貌询问客户是否方便接听电话	A:给您打电话主要是想【通知您一个好消息】，2016年x月xx日(周日),本店将开展“xxxxxx品鉴会”,本次品鉴会通过现场情景氛围的布置、趣味游戏、精美茶歇等环节来和尊贵的您一起分享“人生的境界”和“生活的态度”，耽误您两分钟让我为您详细的介绍一下，你看方便吧
4.活动亮点介绍及确认进店时间	<p>1.2016年是一个奥运年，同时也是正值奥迪产品大年，这一年当中，奥迪引进了更多的进口车型，更加丰富了奥迪品牌的产品线。</p> <p>2.我们这次的活动包括了3大政策，5大环节，7项大礼，目的就是为了让我们的奥迪XX经销商更好的服务于我们尊贵的客户。</p> <p>3.奥迪是一个非常有情怀的品牌，无时无刻的都在关注着每一位客户所关心的，像这种活动，真的是全年仅此一次，我相信向您这样注重生活品质的精英人士一定不会错过这么精彩的活动机会。</p> <p>4.奥迪的品牌理念一直带领着奥迪品牌的前进，就像奥迪的英杰汇成员，每一位英杰汇的成员都是社会中精英中的精英，我相信向您这样的企业高管（潮流、时尚人士）的品味一定和他们是一样的（奥迪英杰汇成员：朗朗、刘德华、杨澜等）。</p> <p>5.我们活动的具体时间是X月X日周X的X点准时开始签到，为了更好地服务于您，建议您还是打好时间的提前量，您看我给您约到X点方便吧</p>
6.向来参加活动的客户再次主动提醒活动的时间	X先生/女士，我给您预约到XX日周X，X点，活动地点就在我们展厅，地址就在XXXXXX.
7.给所有客户发送短信，并主动提示客户查收短信且强调其的重要性	我给您发送了一条短信，内容包括我的姓名、电话及活动的时间，到时候您凭此短信到前台签到并领取礼品，请您一定查收一下。我是您的专属销售顾问/VIP专员XXX，如有任何疑问可以随时跟我联系。
8.结束语	再次感谢您关注XXX奥迪，祝您生活愉快！我们XX时间见！/期待您的光临！

\*Note: 以上邀约话术仅为示意，经销商可根据本店需求进行调整






# 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。

*\*Note: 以上邀约话术仅为示意，经销商可根据本店需求进行调整*

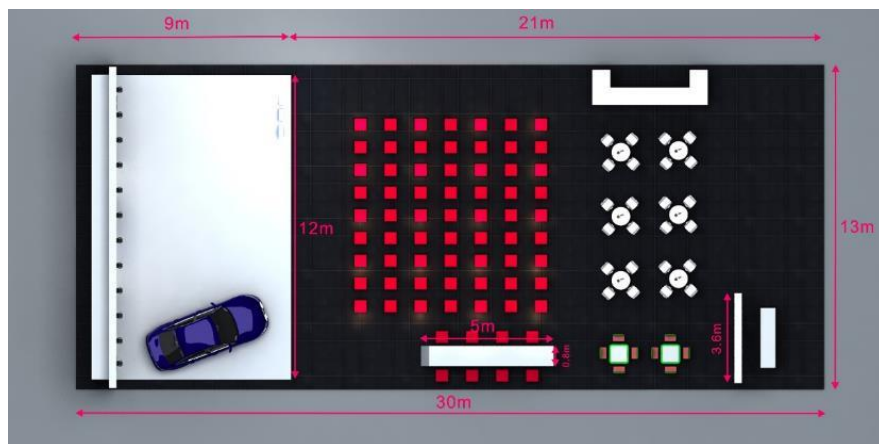
# 搭建方案

类别	搭建效果图	搭建说明 (舞台区)
<p><b>A档</b> (详见 <b>Page23-28</b>)</p> <p><b>STD≤1000</b></p>		<p>搭建材料: 木质背板 立体logo LED显示屏 复合地板 烤漆立体字A6L</p> <p>邀约人数: ≥60人</p>
<p><b>B档</b> (详见 <b>Page29-34</b>)</p> <p><b>1000 &lt; STD ≤ 1800</b></p>		<p>搭建材料: LED显示屏 木质背板 立体logo 复合地板 烤漆立体字A6L</p> <p>邀约人数: ≥70人</p>
<p><b>C档</b> (详见 <b>Page35-40</b>)</p> <p><b>STD &gt; 1800</b></p>		<p>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A6L</p> <p>邀约人数: ≥80人</p>

Note :区域将提供3套搭建方案供经销商选择。经销商可根据实际展厅容量调配选择A、B、C 3档的搭建方案搭建

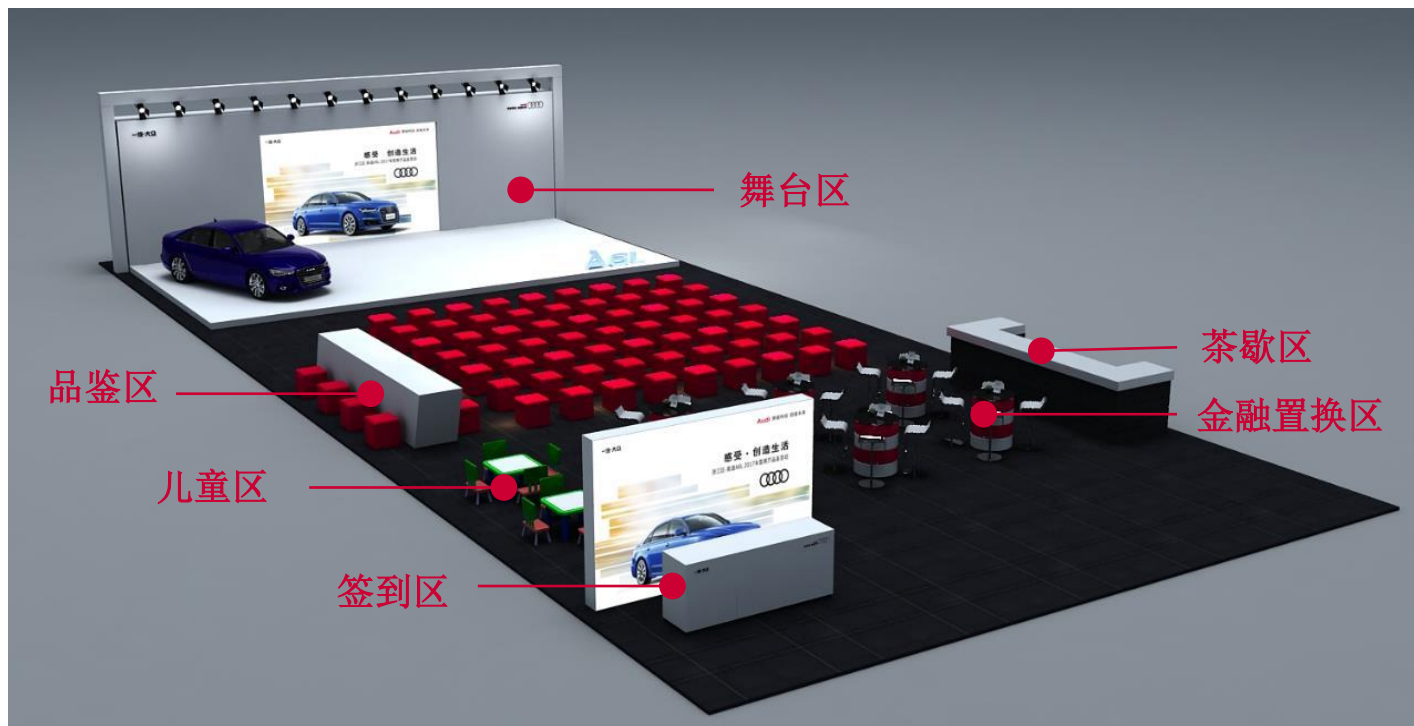
# 搭建方案（A档） 示意图

## ► 俯视图



- 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

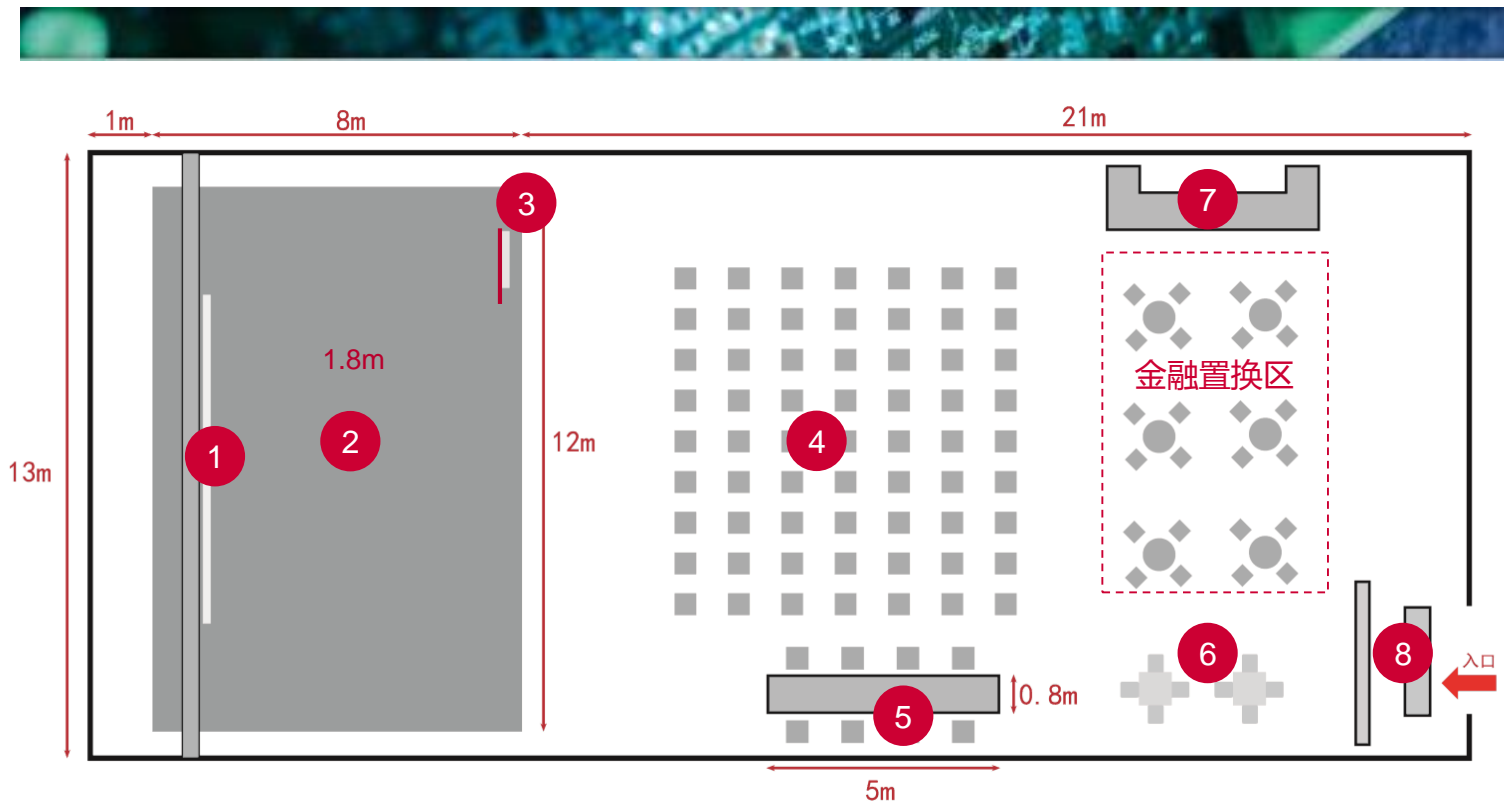
## ► 标注图



\*Note: 建议STD≤1000辆的经销商选择此搭建方案

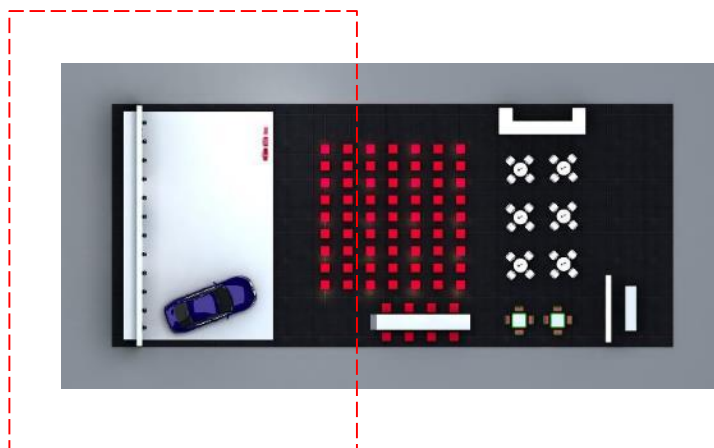
# 搭建方案 (A档)

## 平面图



- |         |        |           |           |
|---------|--------|-----------|-----------|
| 01 LED屏 | 02 舞台  | 03 A6L立体字 | 04 嘉宾区    |
| 05 品鉴区  | 06 儿童区 | 07 茶歇台    | 08 接待台及背板 |

# 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A6L立体字说明：

尺寸：长1.8m

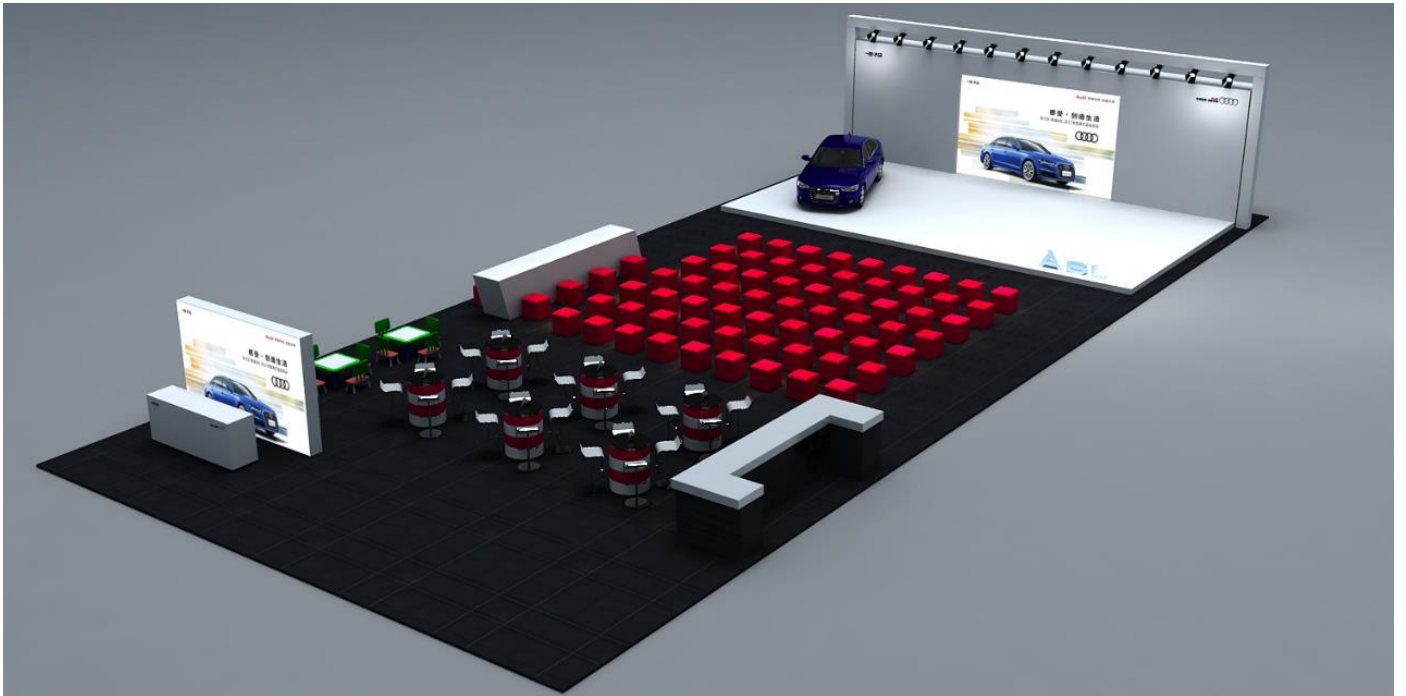
材质：木质材质+烤漆

▶ 背景搭建说明：木制背板+LED屏+贴立体logo

▶ LED屏尺寸：长5m\*高3m



# 搭建方案（A档） 效果图



# 搭建方案（A档） 物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）Checklist

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

# 搭建方案（A档） 物料清单

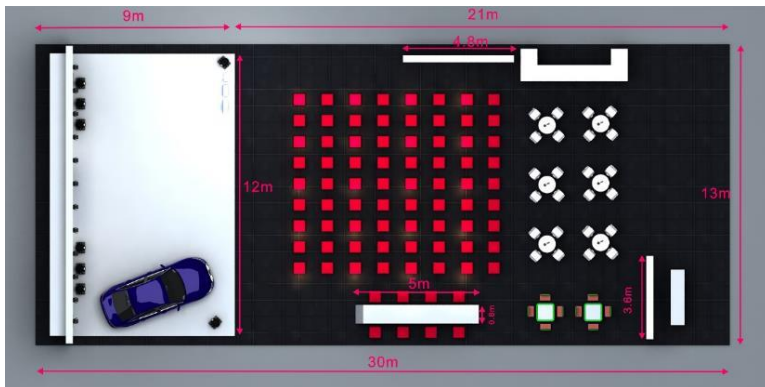
## AV设备核对清单Checklist

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	A6L 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

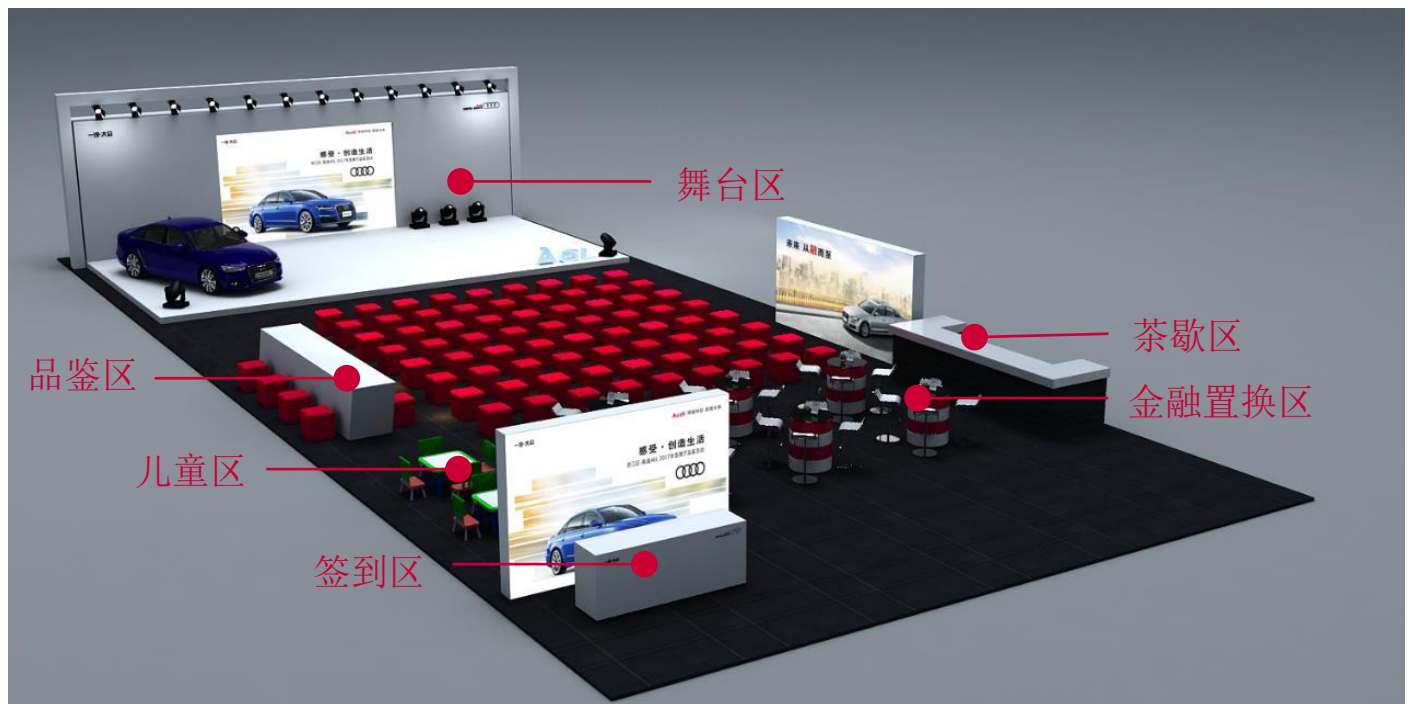
# 搭建方案（B档） 示意图

## ► 俯视图



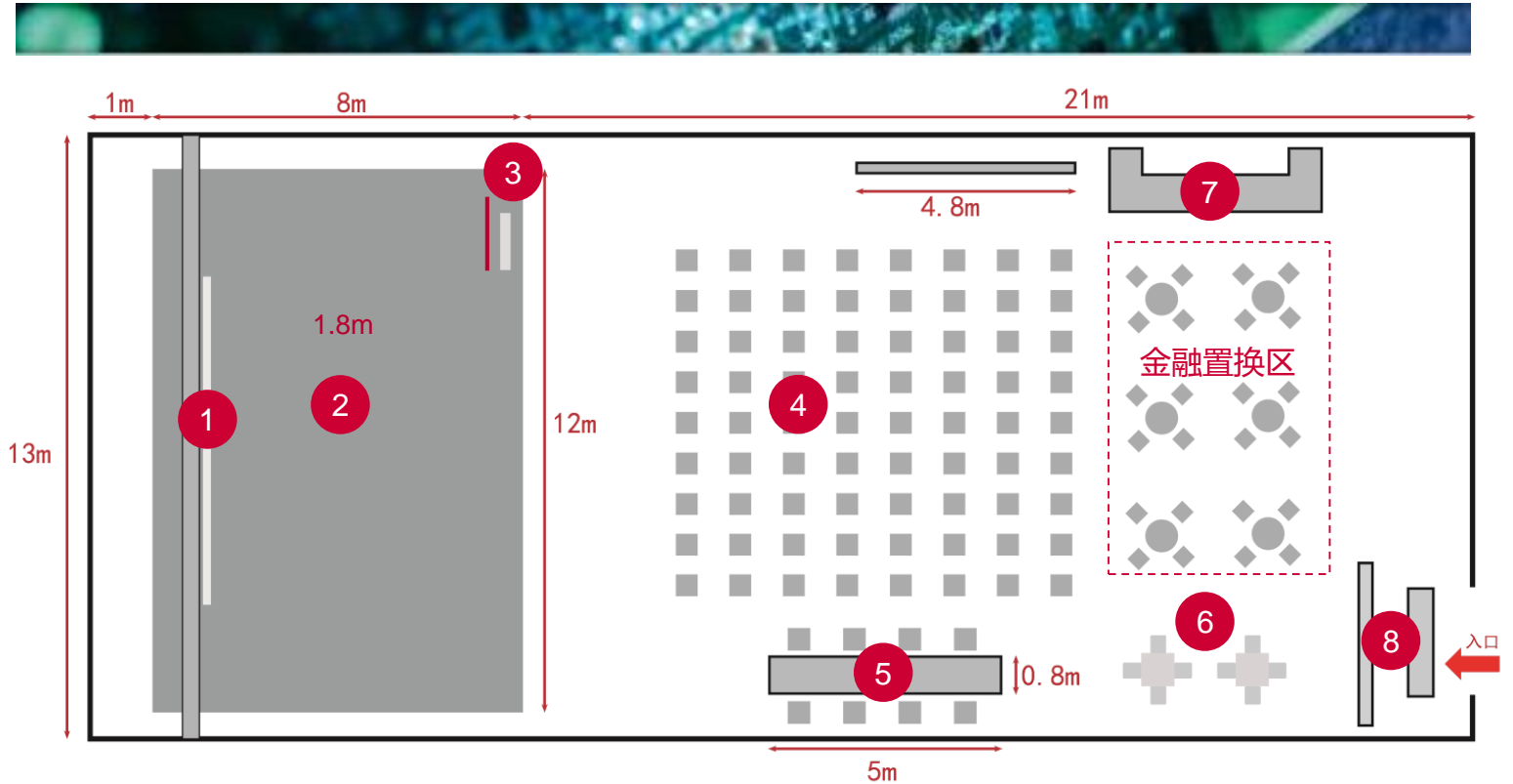
- 整体尺寸：长35m\*宽13m
- 区块划分设置
  - ✓ 舞台区、签到区
  - ✓ 茶歇区、品鉴区
  - ✓ 儿童区、置换金融区

## ► 标注图



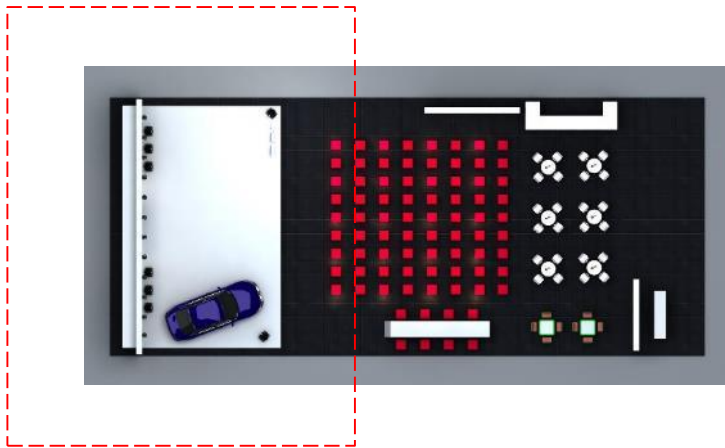
\*Note: 建议1000辆<STD≤1800辆的经销商选择此搭建方案

# 搭建方案（B档） 平面图



- |         |        |           |           |
|---------|--------|-----------|-----------|
| 01 LED屏 | 02 舞台  | 03 A6L立体字 | 04 嘉宾区    |
| 05 品鉴区  | 06 儿童区 | 07 茶歇台    | 08 接待台及背板 |

# 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

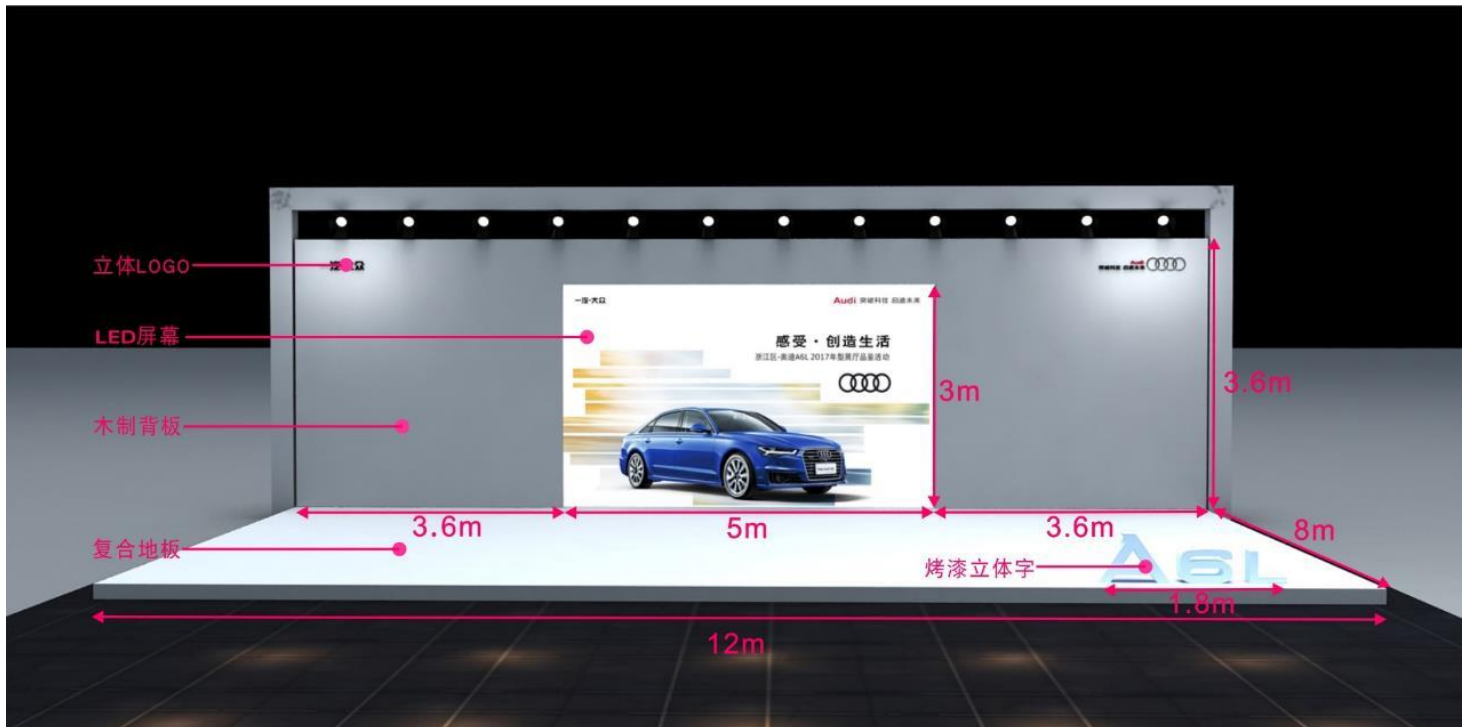
## ▶ 舞台A6L立体字说明：

尺寸：长1.8m

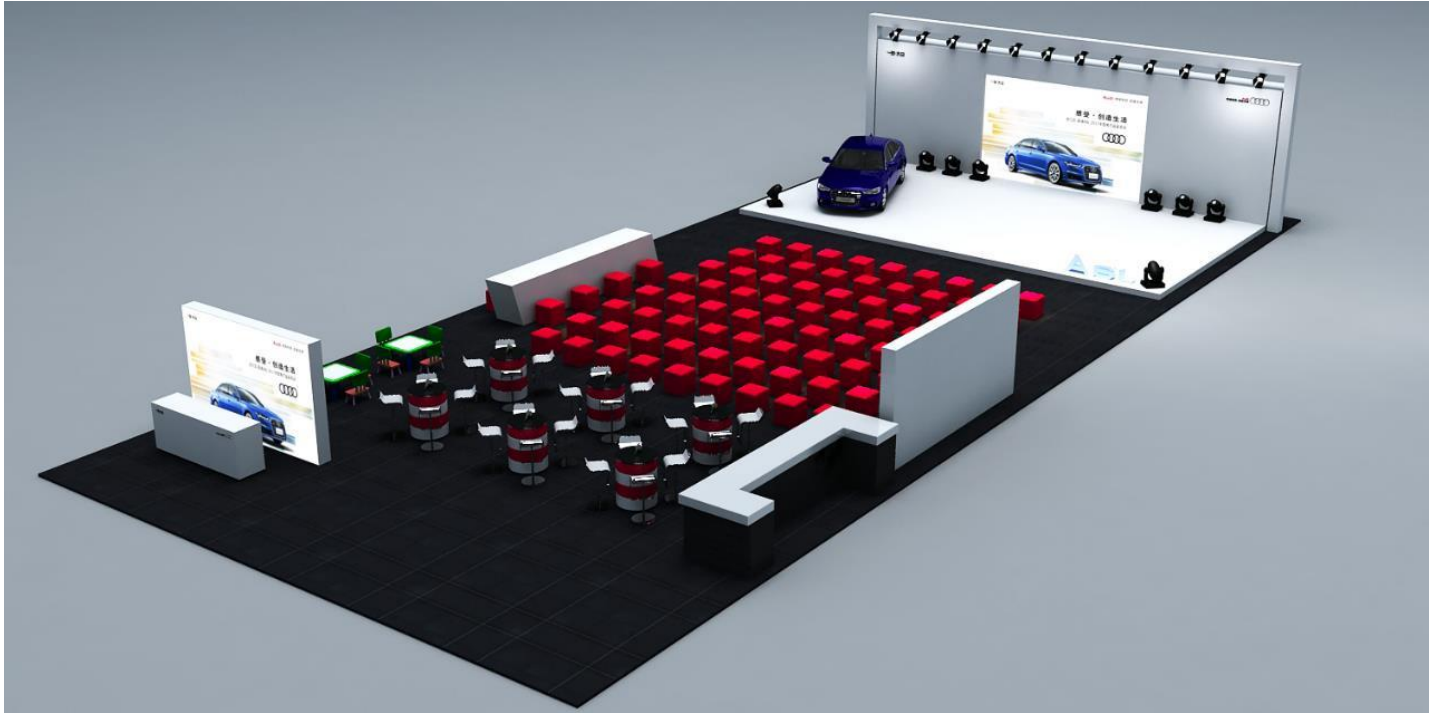
材质：木质材质+烤漆

▶ 背景搭建说明：木制背板+LED屏+贴立体logo

▶ LED屏尺寸：长5m\*高3m



# 搭建方案（B档） 效果图



# 搭建方案（B档） 物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）Checklist

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

# 搭建方案（B档） 物料清单

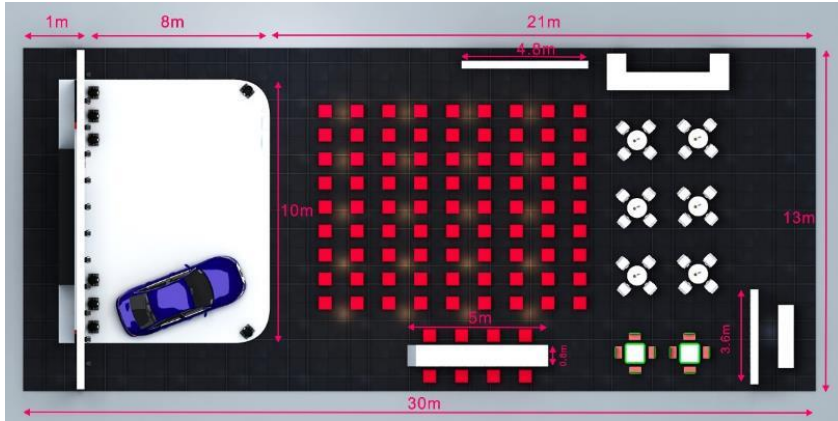
## AV设备核对清单Checklist

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A6L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

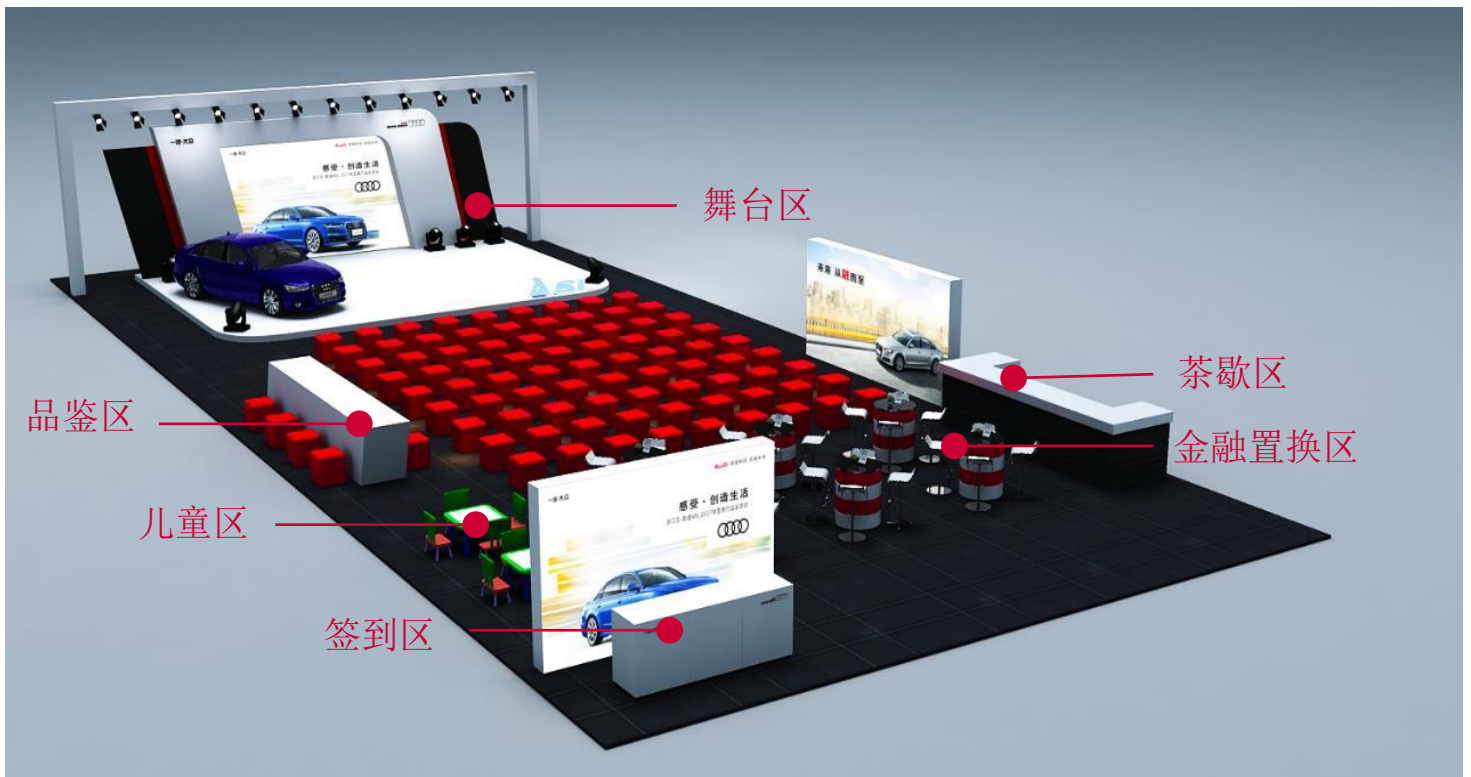
# 搭建方案（C档） 示意图

## ► 俯视图



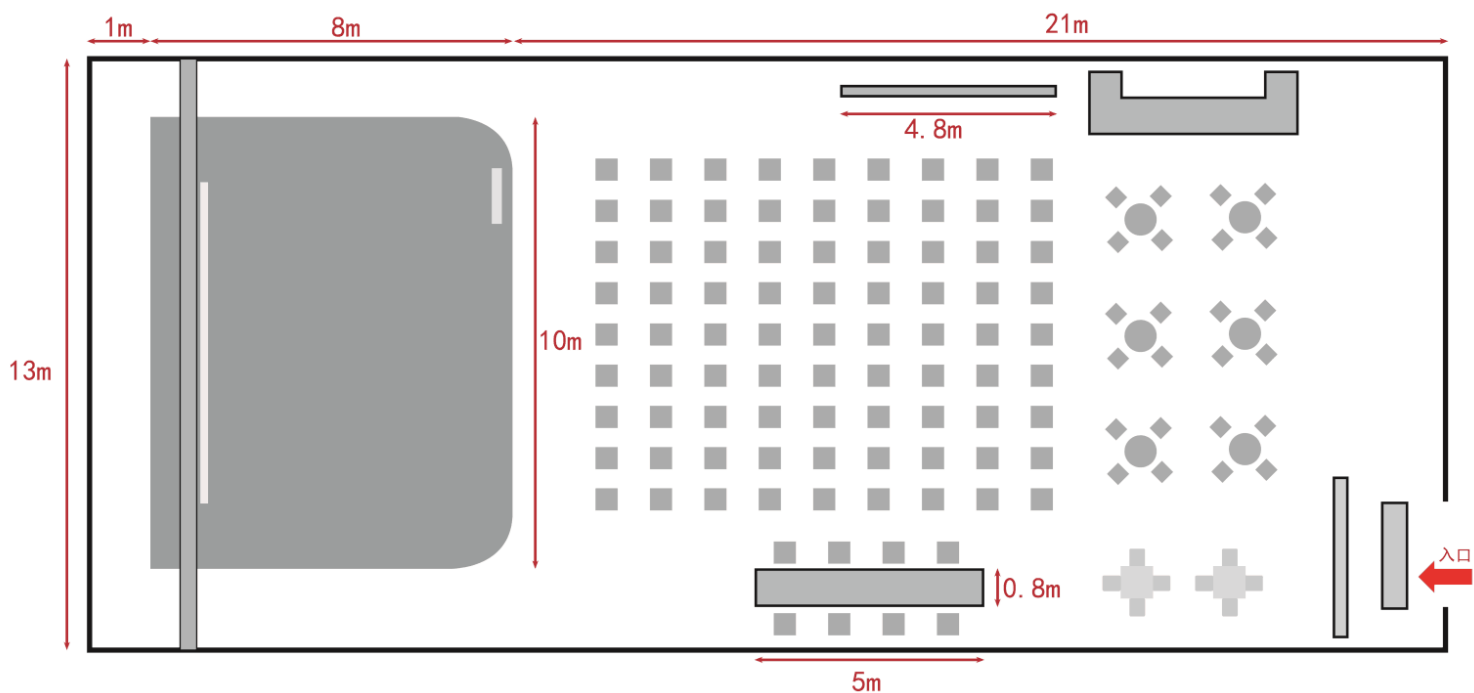
- 整体尺寸：长35m\*宽13m
- 区块划分设置
  - ✓ 舞台区、签到区
  - ✓ 茶歇区、品鉴区
  - ✓ 儿童区、置换金融区

## ► 标注图



\*Note: 建议STD > 1800辆的经销商选择此搭建方案

# 搭建方案（C档） 平面图



01 LED屏

02 舞台

03 A6L立体字

04 嘉宾区

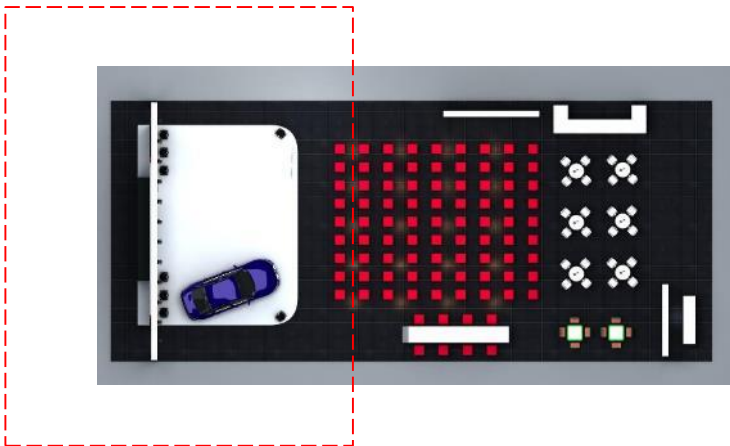
05 品鉴区

06 儿童区

07 茶歇台

08 接待台及背板

# 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

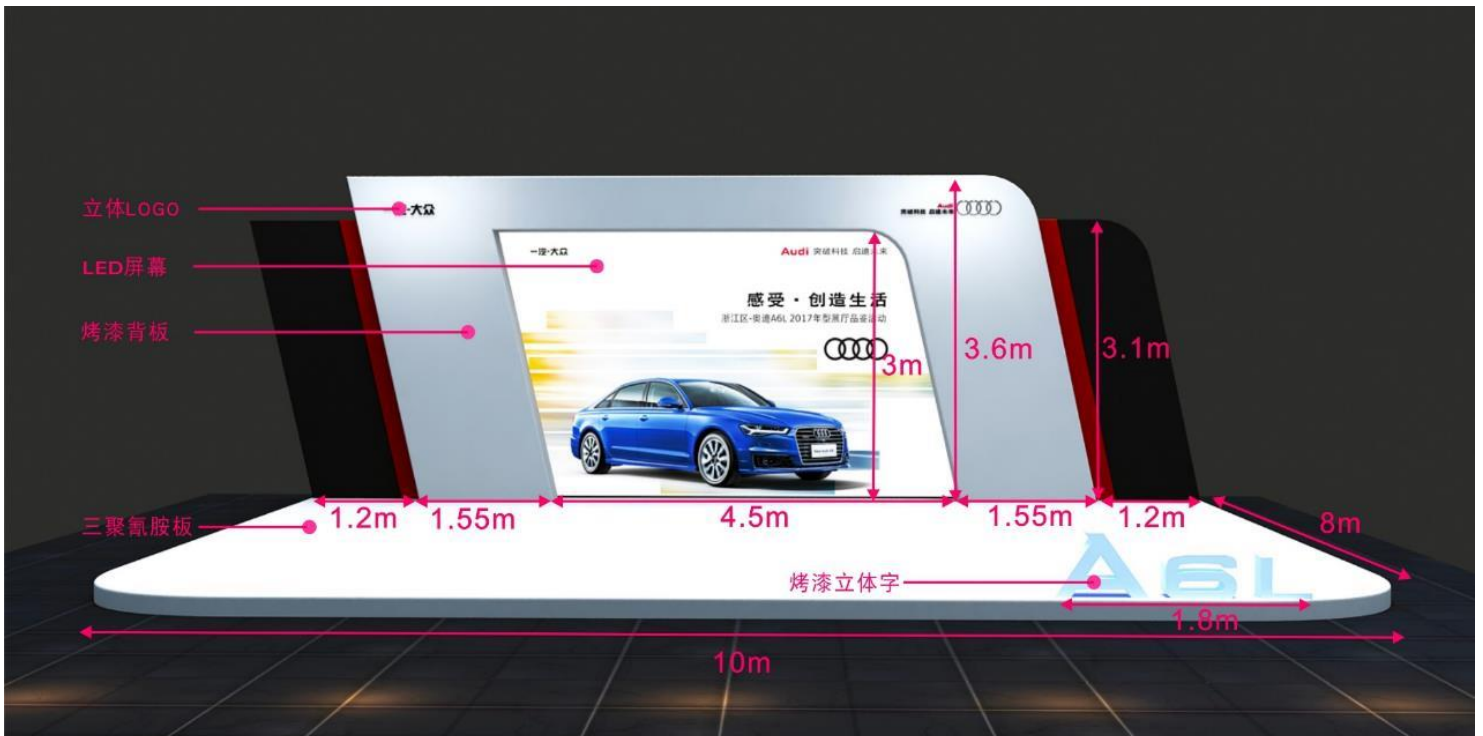
## ▶ 舞台A6L立体字说明：

尺寸：长1.8m

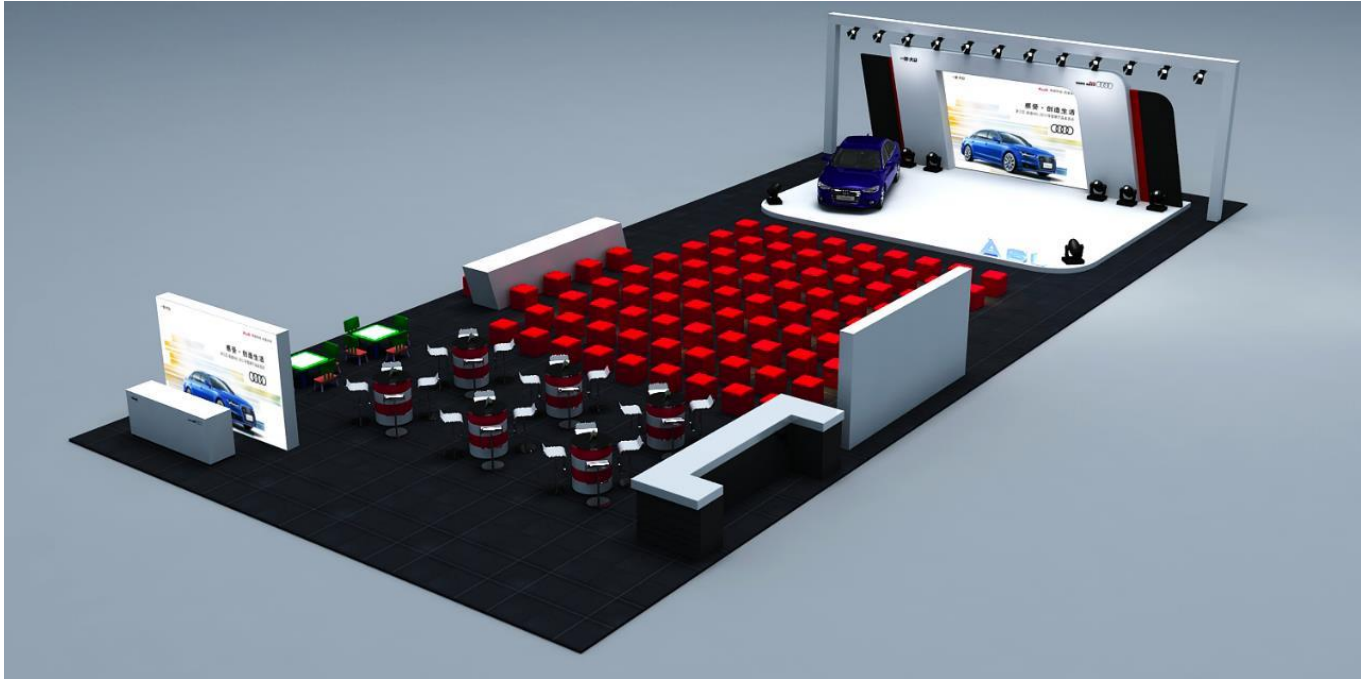
材质：木质材质+烤漆

## ▶ 背景搭建说明：木制背板+LED屏+贴立体logo

## ▶ LED屏尺寸：长4.5m\*米3m



# 搭建方案（C档） 效果图



# 搭建方案（C档） 物料清单

## 物料搭建核对清单（含配合人员）Checklist

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

# 搭建方案（C档） 物料清单

## AV设备核对清单Checklist

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A6L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

# 接待相关 签到入场流程



## ▶ 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

# 接待相关 工作人员话术



## ▶ 礼仪话术

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

# 接待相关 礼仪标准

## ▶ 礼仪分配

区域	数量	职责
入口处	2	指引来宾入场
签到处	1	签到
发布区	2	指引嘉宾落座 发布期间递送话筒

## ▶ 礼仪服装建议

白色/黑色套裙，搭配红色或橙色款  
丝巾，营造奥迪品牌年轻化未来用户形象



# 接待相关 茶歇

## ▶ 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A6L及奥迪品牌的尊贵感。



# 接待相关 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一致

## ▶ 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



# 嘉宾礼品建议

## ▶ 防水蓝牙耳机

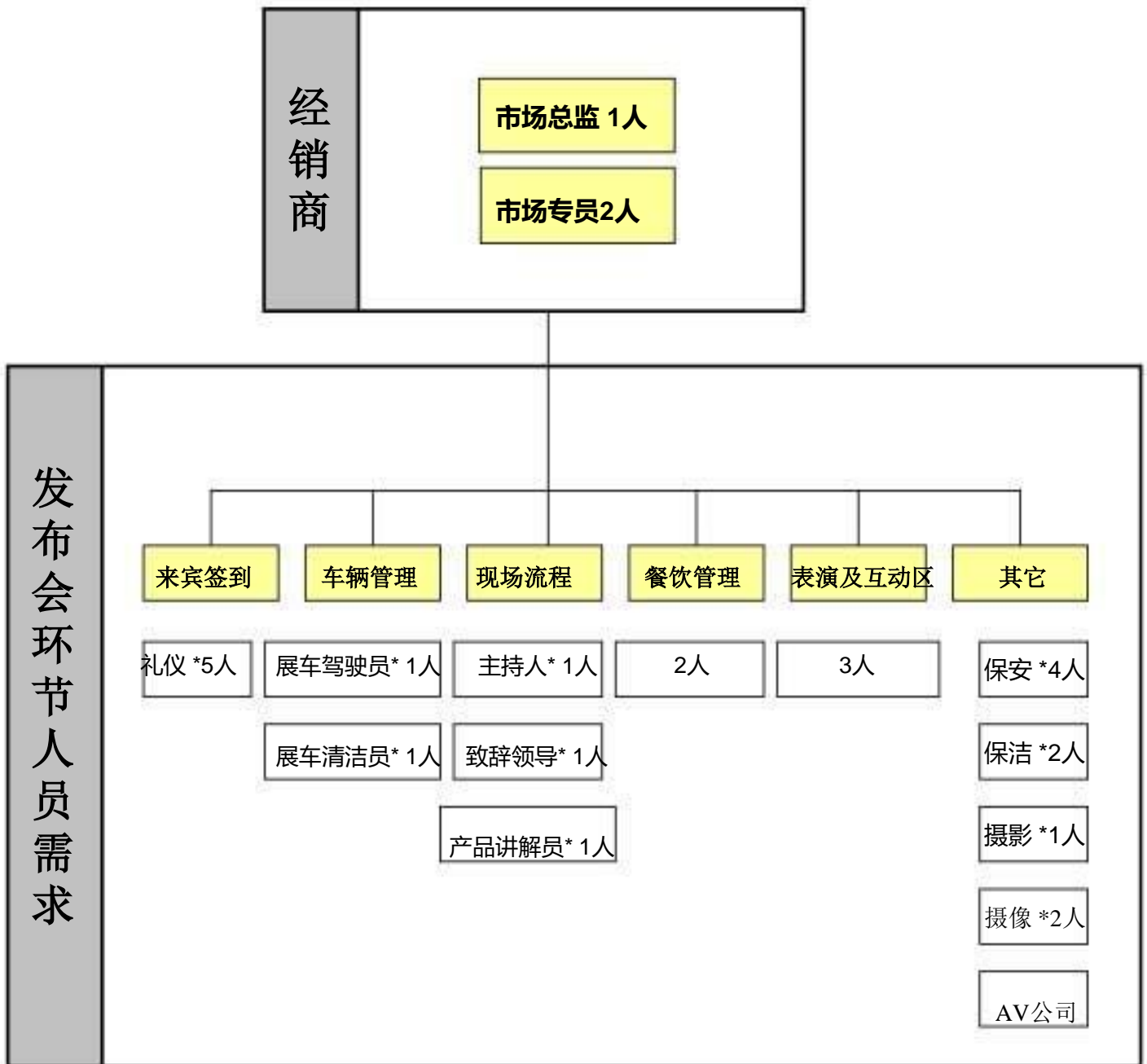
**推荐理由：**iPhone 7 的变化增长蓝牙耳机的使用需求，防水设置温馨多用，亦可倡导健康运动的生活方式；

## ▶ 行车记录仪

**推荐理由：**能够记录汽车行驶全过程的视频图像和声音，可为交通事故提供证据。喜欢自驾游的人，还可以用它来记录征服艰难险阻的过程。



# 活动管理 人员分工



# 目录

## A6

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>	
▶ 主视觉	08
▶ 活动流程	09
▶ 客户邀约	17
▶ 活动搭建	22
▶ 物料及第三方人员	42
V. <u>活动标准</u>	
▶ 费用投入标准	52
▶ 系统操作要求	53
▶ 市场开拓支持考核标准	54

# 费用投入标准

投入类型	类别	费用投入
线上投入	A档	STD≤1000辆，每家投入不少于1.5万元
	B档	1000<STD≤1800辆，每家投入不少于2万元
	C档	STD>1800辆，每家投入不少于2.5万元
线下投入	A档	STD≤1000辆，每家投入不少于3万元
	B档	1000<STD≤1800辆，每家投入不少于4万元
	C档	STD>1800辆，每家投入不少于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传	
	“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Page51-52）

# 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“感受·创造生活”+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	评分标准： 是否涵盖左侧活动流程	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10月22日-11月30日			
		活动流程	签到		政策讲解	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			
			开场表演			
			互动品鉴 产品推荐 (A6L 2017年型)			
		客户邀约	到场人数		邀约人数以STD辆为划分标准 (详见Page 5)	上传客户签到名单扫描件
		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			
			墙面挂旗/玻璃贴 (可选)			
		舞台搭建	LED显示屏			
			烤漆立体字A6L			
		礼仪人员	礼仪服装			礼仪服装符合标准(详见Page43)
餐饮	种类要求	餐饮类别符合标准(详见Page44)				
鲜花	花材及数量	百合(白色)至少12支				

# 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）	物料礼品至少1张照片做为证明材料；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.