



**梅赛德斯-奔驰南区经销商
GLE SUV家族/GLC SUV活动指导手册
(2月-3月)**

南区零售市场



目录

1.活动主题

2.活动概述及流程

3.礼品建议

4.注意事项



活动主题

天地即征途
2016梅赛德斯-奔驰南区SUV征服之旅

勇者集结号



- 基于梅赛德斯-奔驰南区将在4-6月举行“征服之旅”GLE SUV家族/GLC SUV大型试驾活动，在经销店开展店头活动，在热门商圈进行互动外展，为“征服之旅”进行前期预热&客户招募。
- 维持第一季度经销店展厅活动声量，保证春节后经销店到店客户人数，支持SUV车型的店头销售。
- 在热门商圈进行互动外展，扩大受众曝光量，积极吸收潜客，从而提高销售转化率。
- 根据GLE SUV家族/GLC SUV车型产品力&目标客户特性，开展一系列活动环节，吸引客户参与。

活动概述及流程

时间 建议2月-3月（逢周六、周日）

地点 南区经销商门店 或 热门商圈

主题 “天地即征途” 2016梅赛德斯-奔驰南区SUV征服之旅·勇者集结号

车型 新一代GLE SUV/全新GLE 运动SUV /GLC SUV

流程

“勇者集结号” 之 顾客邀约

- 微信预热与招募
- 参与活动人群邀请
- 优惠金融政策宣传

“勇者集结号” 之 挑战日

- “征服·黄金时代” 马球平衡车挑战
- “征服·星际时代” 亲子拍照挑战
- “征服·丝路时代” 寻宝挑战
- “征服·骑士时代” 击剑挑战
- “征服·牧歌时代” 征服沙龙

“勇者集结号” 之 征服回礼

- 征服之旅活动资格
- 活动纪念礼品
- 专属购车优惠

**预热文案
请参阅附件**

步骤1 “勇者集结号” 之 顾客邀约

目的：通过微信告知线下活动信息，活动报名方式，通过活动及促销优惠政策吸引奔驰粉丝、奔驰保有客户和潜客参与活动，进而为南区征服之旅前期宣传预热。



微信预热文案

标题：
别错过了征服之旅！别辜负了这个时代！

导语：
有浪潮激荡的地方，必有征服时代的人。

正文：
有人的地方，就有时代激荡的浪潮。
有浪潮激荡的地方，必有征服时代的人。
征服，是人们最崇高的荣耀，
旅途，是征服者梦想的滥觞。
从我们的祖先引燃了第一堆篝火，
到太阳系的边缘亦有我们发射的卫星。



步骤1 “勇者集结号”之 顾客邀约

保有、保养客户 “一带一”

- 通过店头告知或微信告知奔驰S级&E级车主（增换购需求）、到店保养客户，预告活动内容以及车型产品力介绍，号召以“一带一”的方式带上朋友或协同家人参与活动，即可获得购车&保养政策优惠以及精美礼品。



高端社团&组织联合邀约

- 选择GLE SUV家族/GLC SUV目标客户群体集中的高端社团&组织，如商会、高端健身房、高端户外俱乐部等，进行活动联合，邀约其会员参与活动，并给予其购车优惠金融政策。



步骤2 “勇者集结号”之 挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜在客户人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

场内“勇者集结号”活动建议（建议20min，展厅、外展通用）



结合时下新颖的科技产品-平衡车，让客户体验新式“马球”乐趣。

“征服·黄金时代”马球平衡车挑战：

- 设立专属区域，开展平衡车马球挑战环节，马球挑战区建议设置软隔离，保证活动安全。
- 挑战环节内容：邀请客户参加活动，在平衡车上用马球杆运送足球，途中设立标志桶，客户需沿S型绕过障碍物，运输距离：10米。
- 马球杆参考地址：<http://item.jd.com/1368091198.html>

平衡车参考地址：<http://item.jd.com/1299230235.html>

互动环节建议，可以五选一或多选

步骤2 “勇者集结号”之挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜在客户人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

场内“勇者集结号”活动建议（建议15min，展厅、外展通用）



结合《星球大战》元素与活动车型拍摄合影，感受车型的时尚外形。

互动环节建议，可以五选一或多选

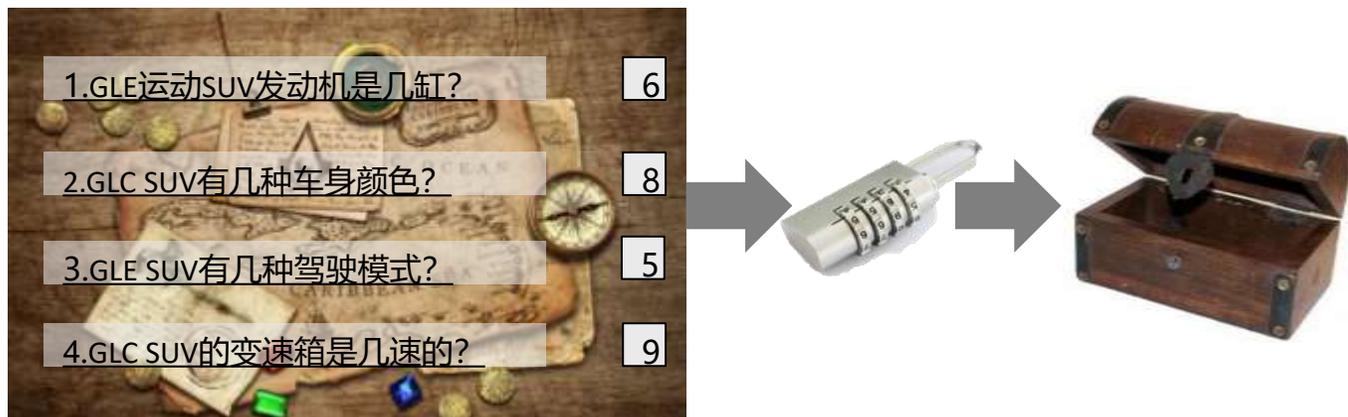
“征服·星际时代”亲子拍照挑战：

- 结合热门电影《星球大战》，在活动现场摆放相关电影道具（激光剑，头盔等）。
- 挑战环节内容：客户和其孩子在限定时间内，使用现场道具，拍摄与GLE SUV家族/GLC SUV车型的合影。
- 现场可用拍立得或数码打印为客户拍摄活动留念照片；客户将合影照片上传至朋友圈即可获得精美小礼品一份。
- 参考地址：https://brand-disney.tmall.com/p/rd703729.htm?spm=p880236101.1.w5003-12455152631.5.rPzX3x&scene=taobao_shop

步骤2 “勇者集结号”之挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜客人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

场内“勇者集结号”活动建议（建议30min，展厅、外展通用）



将车型产品点融入寻宝任务，让客户在解谜中加深对车型的了解。

互动环节建议，可以五选一或多选

“征服·丝路时代”寻宝挑战：

- 销售顾问为客户提供答题藏宝图，解答藏宝图问题，获取对应数字密码，最终打开密码锁，获得精美小礼品。
- 挑战环节内容：客户获取藏宝图后，现场销售顾问将会引领客户进行解谜任务，在销售顾问对车型产品力的讲解中，客户获得问题的答案，最终解开密码，获得“宝藏”。
- 密码锁参考地址：<http://item.jd.com/496534.html>
宝箱参考地址：

<https://item.taobao.com/item.htm?id=520135758357>

步骤2 “勇者集结号”之 挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜在客户人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

场内“勇者集结号”活动建议（建议15min，展厅、外展通用）



根据目标客户群体喜好，设立击剑互动环节，吸引客户到店参与。

“征服·骑士时代”击剑挑战：

- 邀请当地击剑专业团体、人士为客户带来高端运动的尊贵体验。
- 划分专属区域，布置成简易击剑场地，放置击剑测试人偶，以及测试装置。
- 挑战环节内容：客户在专业人员的指导下，进行模拟击剑竞速比赛，分别尝试击中人偶头部以及前胸进行速度判定。
- 完成活动后，客户即可获得一份精美小礼品。

互动环节建议，可以五选一或多选

步骤2 “勇者集结号”之 挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜在客户人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

场内“勇者集结号”活动建议（建议45min，适合展厅使用）



邀请客户参与沙龙分享，并进行体验互动，感受户外运动的魅力。

互动环节建议，可以五选一或多选

“征服·牧歌时代”征服沙龙：

- 在店头开展沙龙分享会，分享内容主要是：户外运动（徒步远足，攀爬雪山，沙漠穿越等）。
- 邀请当地户外运动俱乐部、驴友俱乐部或资深驴友分享其从事户外运动的经验&经历，并现场讲解户外工具使用技巧（绳索使用、帐篷搭建等）。
- 经销店现场设有明信片墙，墙上贴有户外运动&秀丽风景的明信片，参加活动的客户即可获得一套明信片。
- 明信片参考地址：<http://item.jd.com/11780824.html>

步骤2 “勇者集结号”之 挑战日

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜客人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。

常规试驾试乘环节 (30min)

邀请参加活动的客户试驾试乘GLE SUV家族/GLC SUV车型，直观体验活动车型在一般铺装道路上的制动能力，驾驶舒适性，以及内饰豪华品质，提升潜在目标客户对产品的好感度，为“征服之旅”招募潜客。



步骤3 “勇者集结号”之 征服回礼

目的：为“征服之旅”进行前期预热&客户招募，在展厅设立一系列目标人群感兴趣的活动环节，吸引客户到店，进而增加2-3月进店潜客人数，并在热门商圈进行互动外展，活动环节通用，扩大曝光量，支持GLE SUV家族/GLC SUV的店头销售。



“征服之旅”具体招募及邀请方式待区域DM通知。

“勇者集结号”之 征服回礼：

- 根据活动现场反馈，经销店评估客户购车意愿，向其发放4-6月份GLE SUV家族/GLC SUV “征服之旅”的活动邀请函；
- 完成挑战任务的客户，即可获得一份精美礼品；
- 为来宾设立当日活动专属购车优惠。

礼品建议



花岗岩户外背包



骑行水壶



健康秤

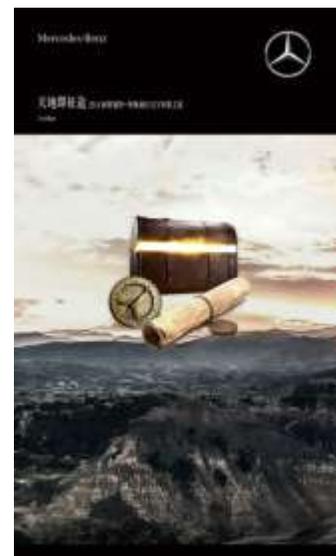
步骤3 “勇者集结号” 现场布置建议



主KV



易拉宝 (示例)



易拉宝 (示例)



易拉宝 (示例)

- 布置风格：现场以“征服之旅”为主要风格进行布置，突出“征服”的概念；
- 布置要点1：根据所提供的主KV进行现场背景板，以及不同摆设的制作，如易拉宝、异形背景板等；
- 布置要点2：根据所选择的环节，进行该环节所对应的活动说明，活动流程安排；
- 布置要点3：在展厅中适当展现车型金融优惠政策以及GLE SUV家族/GLC SUV产品力的摆设，如易拉宝等。

注意事项

人员配置

- 由于活动的互动性较强，需要工作人员提前试玩游戏和互动环节彩排。
- 在活动进行中可以有效的进行指导，避免活动时间拖沓以及降低运动伤害的发生可能。



必要物料配置

- 店内提前准备药箱、急救箱等为运动伤害施救的必要准备。
- 摆放于明显位置：方便取用。



摄影摄像管理

- 拍摄的公司活动背景logo确保完整。
- 场地布置的全景、物料、指路牌等都要有独立的照片，便于归档管理。



联系人信息

区域市场部

王丹

电话：020 2805 0211

邮箱：dan.wang@daimler.com

广州、中山、江门、阳江、珠海

何智萍

电话：020 2805 0190

邮箱：zhiping.he@daimler.com

深圳、茂名、湛江、南宁、柳州、桂林、北海

叶超群

电话：020 2805 0229

邮箱：chaoqun.ye@daimler.com

福州、长沙、郴州、衡阳、株洲、娄底、邵阳、湘潭、常德

张磊

电话：020 2805 0267

邮箱：lei.zl.zhang@daimler.com

泉州、惠州、清远、肇庆、汕头、汕尾、潮州、揭阳、韶关、海口、三亚

戚文裕

电话：020 2805 0165

邮箱：wenyu.qi@daimler.com

佛山、南昌、赣州、景德镇、九江、上饶、新余、宜春、抚州

曾曦

电话：020 2805 0255

邮箱：xi.zeng@daimler.com

厦门、东莞、宁德、三明、莆田、漳州、南平、龙岩

袁苑

电话：020 2805 0169

邮箱：yuan.yy.yuan@daimler.com