



乐风RV-玩乐总动员展厅拍照活动

活动总结报告

目录 CONTENTS

PART1

背景介绍

- 1.活动背景
- 2.活动主题
- 3.活动规划

PART2

执行方案回顾

- 1.活动前期传播
- 2.活动前邀约
- 3.线上流程
- 4.线下流程
- 5.场地规划
- 6.经销商工作安排
- 7.示范店标准物料套装
- 8.123玩乐日活动建议

PART3

设计完稿

- 1.H5平台
- 2.IPAD留资程序页面
- 3.活动物料规范-背景板
- 4.活动物料规范-礼品相框

PART4

活动成效

- 1.活动参与展厅
- 2.官微传播
- 3.KOL公关稿传播
- 4.开发管理后台系统
- 5.活动执行现场
- 6.KPI成效

PART1

背景介绍



■ 活动背景



2015年底乐风RV全新上市，以“无乐不作”为线上下传播的主题，在全系列活动、传播中演绎。

在春节期间，顺应中国人喜欢热闹，以及拍全家福的习俗，征集潜客、车主到展厅玩乐、拍摄不一样的玩乐全家福，通过一张张充满“团圆”、“温情”、“玩乐”气息的亲子/全家福照片，向消费者传达贴心关怀的品牌形象。

并结合123全国开玩日的线上主题，在展厅端做互动游戏，宣传RV“无乐不作”的主题理念。



活动主题



目的	□ 为公关传播创造话题 通过乐在中国的活动，传播温情，传播RV精神。 □ 通过自媒体主动传播 参与感强烈的话题性活动，通过自媒体分享和转发 □ 为展厅创造到店 以奖励的形式鼓励消费者到店购买
主题	乐风RV-玩乐总动员
时间	建议时间：2016年1月15日-1月31日 每周六、日
对象	雪佛兰RV意向潜客



活动规划



PART2

执行方案回顾



■ 活动前期传播-拍照活动

• 总部

- 以区域为单位，**每个区域提供一家样板店进行示范**，样板店包括背板制作及拍摄执行等工作
- 并提供详细执行模板给到区域
- 官微传播，告知“乐在中国年-亲子/全家福拍照”活动，招募网友前往展厅拍摄亲子/全家福照



官网公布活动
招募征集

官微招
募征集

• 区域

- 根据总部提供的样板店示范及执行模板，按需进行复制
- 区域配合适当媒体资源进行传播



话题示意
#乐风RV，全家福新成员#

稿件示意
《拍亲子照赢大奖，和乐风RV乐在中国年》



广州吃喝...



南都周刊



FUN来了



车

区域移动端话题传播

区域主流媒体
生活类、汽车类等KOL传播

■ 活动前期传播-123玩乐日

□ 1,23即将到来，是什么日子？



【全国开玩日】

- 不分级别玩起来
- 不分性别玩起来
- 不分长幼玩起来
- 不分国界玩起来
- 不分观点玩起来
- 不分行业玩起来

□ 发布媒介平台



传递内容：1.23这一天，让你的生活与严肃绝缘



传递内容：1.23这一天会发生什么，你会好奇吗？



传递内容：竟然也有知乎也不知道的大日子！？



传递内容：1.23这一天，和有趣的人做有趣的事

□ 内容方向

依托中国最大的社交资讯综合平台为主阵地

腾讯



联合以新奇有趣内容见长的

高趣味媒体



腾讯资讯



微信



Q-Zone



好奇心日报



豆瓣社区



知乎问答社区

活动前邀约

潜客邀约

三种客户渠道

- 1.1-1.15集中邀约, 1.15-1.31持续邀约
- 活动每周末举行, 需注意邀约时间和每日活动人数上限,
单日活动接待人数上限为40个家庭。

邀约时请提前告知消费者:

- ✓ 仅1.15-1.31的周末时间开展活动;
- ✓ 鼓励参与者带老人、孩子来到展厅一同拍摄全家福及游戏互动;
- ✓ 告知参与者现场拍摄照片会给到电子档;
- ✓ 活动期间可在展厅进行RV试驾, 来宾请带好驾照, 在试驾前出示;

总部线上H5报名

由CCC记录潜客资料并进行回访, 将验证过的信息给到8家样板店经销商预约到店时间

经销商熟客邀约

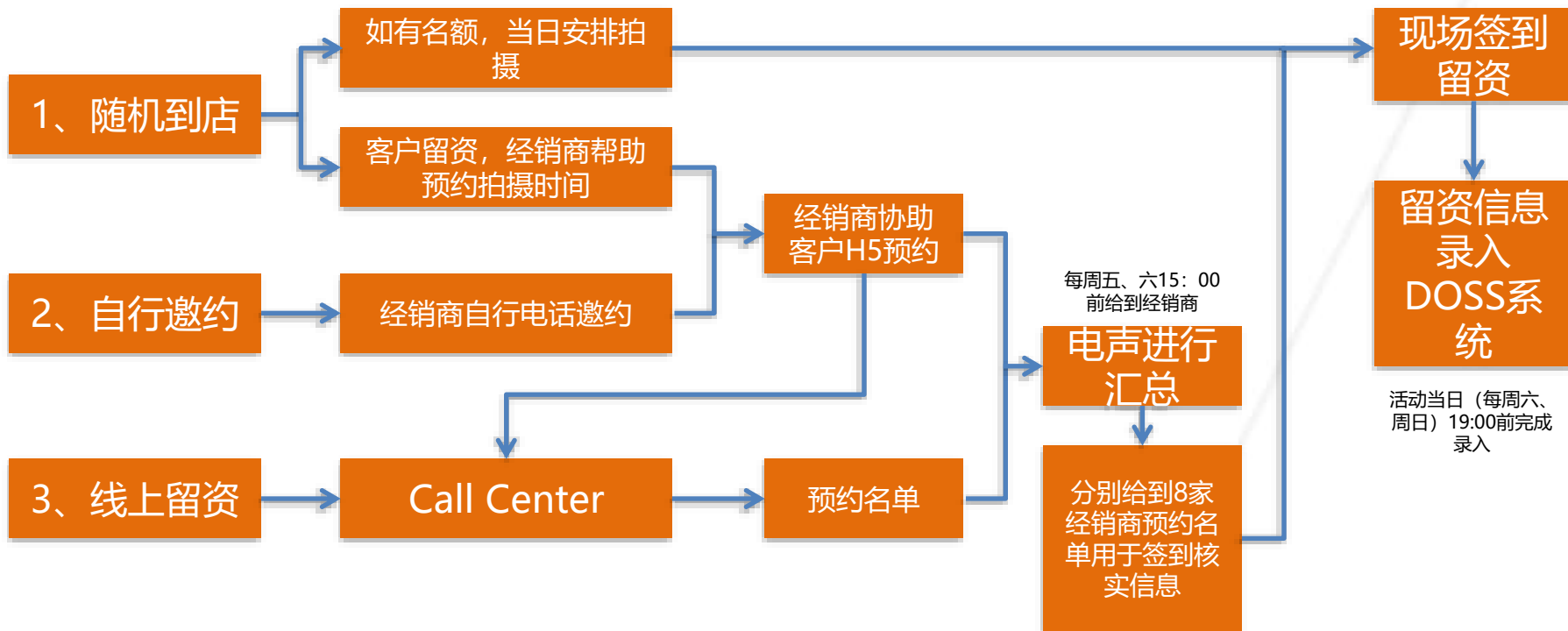
经销商对自己的高浓度客户进行电话邀约

展厅随机到店

在活动期间, 随机到店的散客, 邀请他们参加现场的活动

经销商代替或协助客户在H5端进行预约, 以便总部统一分配每日额度。

邀约及留资流程



DOSS系统标签

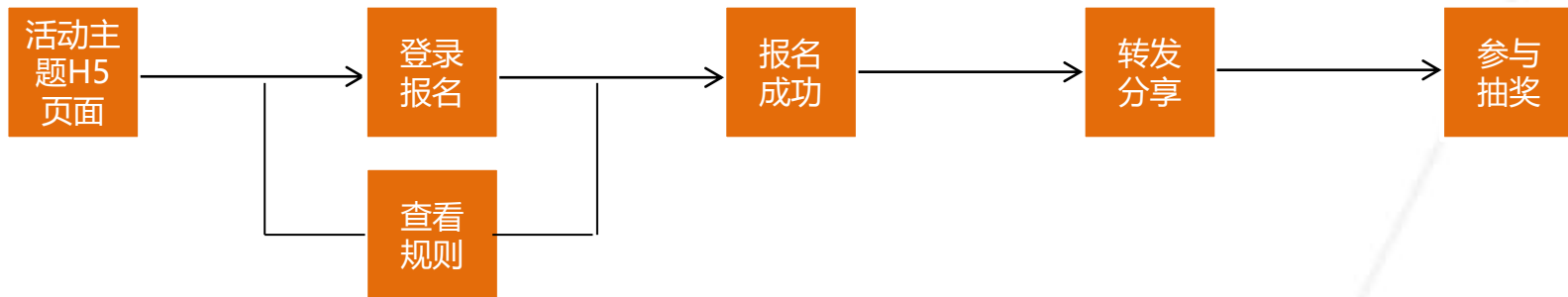
活动名称：RV展厅全家福拍摄

活动代码：SGMCHV2015003317

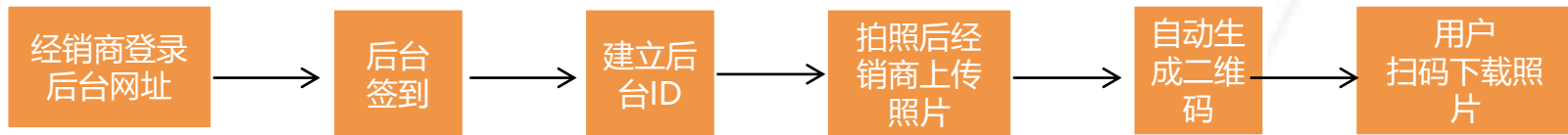
■ 线上流程



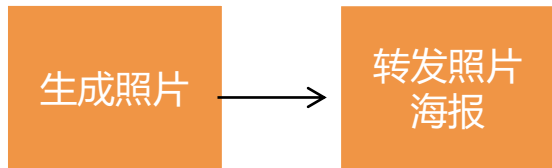
1、用户报名



2、下载照片



3、转发照片



■ 线下流程



时长	项目	内容	人员安排
5'	来宾签到留资	IPAD签到留资、维持秩序	经销商市场经理、电声执行线路经理
20'	化妆造型	化妆师进行简易妆容塑造，挑选道具服装玩乐造型	电声摄影团队化妆师
15'	背景墙前拍照	背景板前尽情享受专业拍照	电声摄影团队摄影师、灯光师
5'	挑选照片	由顾客通过IPAD亲自实时挑选满意的照片，上传十张到后台，挑选一张修图冲洗	电声摄影团队摄影助理
5'	下载照片	上传的十张提供现场扫码下载十张照片	电声摄影团队摄影助理
5'	转发分享	客户现场转发分享照片可获得 相框和冲洗照片	经销商市场经理、电声执行线路经理
30'	赏车、试驾、洽谈	RV赏车、体验、销售、洽谈阶段	经销商销售经理
	修图、冲洗	工作人员修图和冲洗照片	电声摄影团队摄影助理
2'	领取礼品	经销商赠送礼品	经销商市场经理

Step 1 来宾签到留资

- 根据前一天电声给到的预约名单，核对参与者身份资格
- 现场准备IPAD，提供给来宾签到留资，后台数据将传回给经销商，用于录入DOSS系统
- 市场经理和执行经理维持秩序、安排先后

Step 2 化妆造型

- 专业化妆师为来宾进行简单妆容打造
- 用现场提供的玩乐道具和服装DIY拍摄造型



Step 3 背景墙前拍照

- 在背景板前拍摄，为契合主题调性，摄影师引导来宾拍摄有趣好玩的全家福

Step 4 挑选照片

- 拍摄完成后，由参与者在ipad上挑选满意的照片
- 最多挑选10张电子档上传到后台管理系统，选择其中一张修图冲洗



Step 5 下载照片

- 讲客户选择好的照片上传后台管理系统
- 生产二维码，给到来宾下载照片



上传好照片后，务必输入手机号码



点击生成二维码，给客户扫码



Step 6 转发分享

- 扫码后，市场经理鼓励客户进行线上转发和分享

Step 7 试驾、赏车、洽谈

- 有驾照客户，邀请其进行实车试驾
- 由销售顾问进行产品介绍、销售洽谈
- 与此同时，摄影助理给客户修图和冲洗照片

Step 8 领取礼品

- 赠送照片相框等礼品给客户
- 每个展厅将给到600个相框，粉色及蓝色各一半。



场地规划



占用展厅面积约 20m^2 - 40m^2

(以上仅为功能区域示意, 各展厅视展厅面积自行选择放置一块或两块背景板。建议在活动的三周内可以阶段性轮换画面, 提升客户新鲜感。)

■ 经销商工作安排



落地执行管理

市场经理为活动总负责人，在合理分工的基础上，调动相关人员的执行工作工作人员包括但不限于：销售经理、销售顾问、大客户经理、金融经理、服务顾问、培训专员等；

人员	职责	负责内容
市场经理	项目负责人	活动筹备、现场执行监控、前中后期传播制定 进度把控与区域对接
市场部	项目主要执行者	活动物料准备 展厅相关布置 礼品现场发放 摄影人员管理 媒体稿件素材提供及公关传播内容制定
销售部	项目配合者	客户邀约、预约 活动现场执行 组织试驾、引导赏车 车型卖点介绍 活动后期高意向客户销售跟进

■ 示范店标准物料套装



序号	类别	物料名称	数量	说明	物料来源
1	摄影服务类	摄影师	1	人物摄影为主业之摄影师	人员：总部统一派遣 物料：总部统一设计、制作、配送 器材：总部统一租用，第三方提供 礼品：总部给到定制相框，其他由总部提供完稿，经销商自行准备。
2		摄影助理	1		
3		灯光师	1		
4		化妆师	1	为人物简单妆容及造型	
5		摄影器材	若干	相机、灯光、三脚架等 由外聘摄影师携带	
6		照片打印机	1	现场打印照片	
7		笔记本电脑	1	安装PS软件，现场修图上传	
8	主题道具类	拍照背景板	2	活动主题装置	
9		【乐在中国年】主题道具	1	春联、灯笼、福字	
10		【80后的那些年】主题道具	1	红领巾、海魂衫、干部袖标等	
11	礼品类	【到店礼】	300	玩乐手册	
12		【参与礼】	300	定制相框	
13		【分享礼】	300	定制随手杯	
14	流程类	IPAD	2	用于集客留资、查看照片	

摄影团队



摄影师：熟练运用摄影器材，要求有摄影及图像编辑经验
造型师：能为来宾简单化妆及造型设计
助理：现场修图，并上传、打印

摄影器材



包含数码相机、灯光、三脚架等必备的摄影器材，适用于室内白天的人像拍摄

照片打印机



选择方便携带，小巧便捷的型号，并配备冲洗照片冲洗的相纸，可供现场快速打印

笔记本电脑与3G网卡



选择方便携带的笔记本电脑，配备专业的修图软件，可供现场简单处理照片，连接打印机。如现场无WIFI，摄影团队需自备有3G网卡

【中国年】主题道具类



亲子服装类



【80后的那些年】主题道具



线上抽奖礼



环保袋

数量：130个
线上转发抽奖礼品

到店参与礼



定制相框

数量：4800个
尺寸：240*152mm

留资IPAD



内置线上留资网页，快速留资、验证
每日活动结束后即可导出留资信息给展厅

照片直接掌上选
顾客可直接从IPAD上直接翻阅拍摄照片，直接选取
(与摄影师笔记本连线)

■ 123玩乐日·活动建议



此活动为总部建议经销商配合活动，不做硬性规定
鼓励消费者之间进行玩乐小游戏，或与销售顾问进行互动比拼，提升消费者的活动体验、拉动购车兴趣。

时长	项目	亮点内容
2'	来宾签到留资	活动签到留资、参与者信息验证
15'	乐动游戏	家庭互动游戏
30'	赏车、试驾、洽谈	新车体验、销售、洽谈阶段
2'	领取礼品	优胜家庭礼品赠送

123玩乐日活动流程说明



Step 1 来宾签到留资

- 现场准备签到本，提供给来宾签到留资
- 信息录入完后，现场领取游戏参与号



Step 2 乐动游戏

- 有三个游戏可供选择，每个游戏项目的规定时间为三分钟
- 参与者规定时间内完成游戏，参与者之间或与销售顾问进行成绩PK

Step 3 试驾、赏车、洽谈

- 有驾照客户，邀请其进行实车试驾
- 由销售顾问进行产品介绍、销售洽谈

Step 4 领取奖品

- 游戏完成赠送小礼品作为参与奖励
- 当日成绩最高者，邀请返回4S店给予额外礼品。



跳绳



呼啦圈



踢毽子

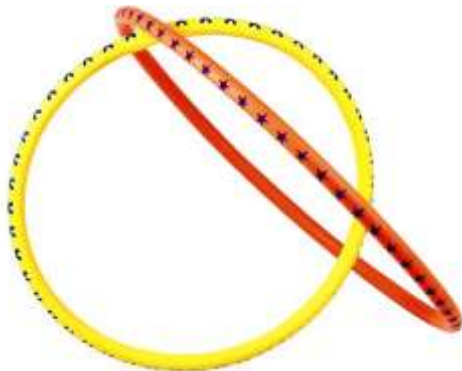
123玩乐日示范店物料标准套装



序号	类别	物料名称	数量	说明	物料来源
1	活动物料	留资用签到本	1	用于集客留资	经销商自行准备
2		绳子	5	道具建议中选择	总部给予道具建议，经销商自行选择购买
3		毽子	10		
4		呼啦圈	5		
5	礼品	魔方	若干	礼品建议中选择，用于奖励在游戏中优胜的家庭	经销商自行准备
6		冰箱贴	若干		
7		钥匙圈	若干		
8		中国年特色小挂件	若干		
9		风铃	若干		



跳绳
数量：5根



呼啦圈
数量：5个



踢毽子
数量：10个



魔方



钥匙圈



中国年特色小挂件

冰箱贴



风铃

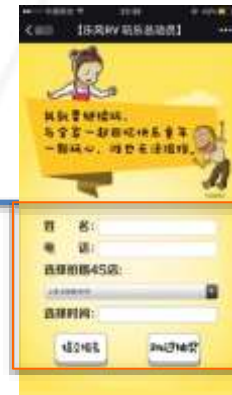


PART3

设计完稿



H5平台 (传播页面兼报名入口)



IPAD留资程序页面



雪佛兰乐风RV
玩乐总动员



姓 名:

性 别:

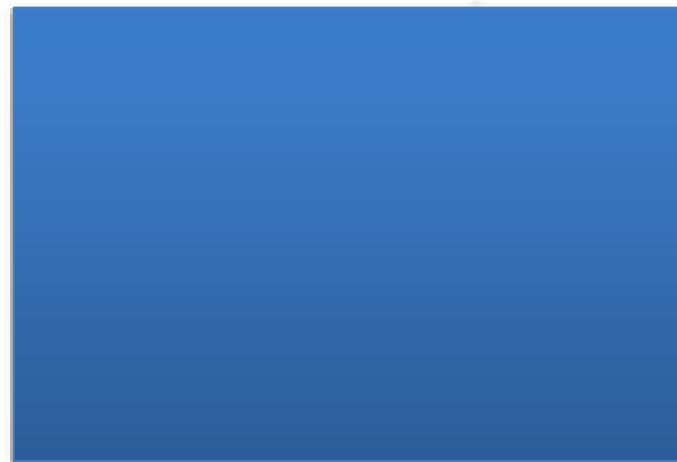
手机号码:

城 市:

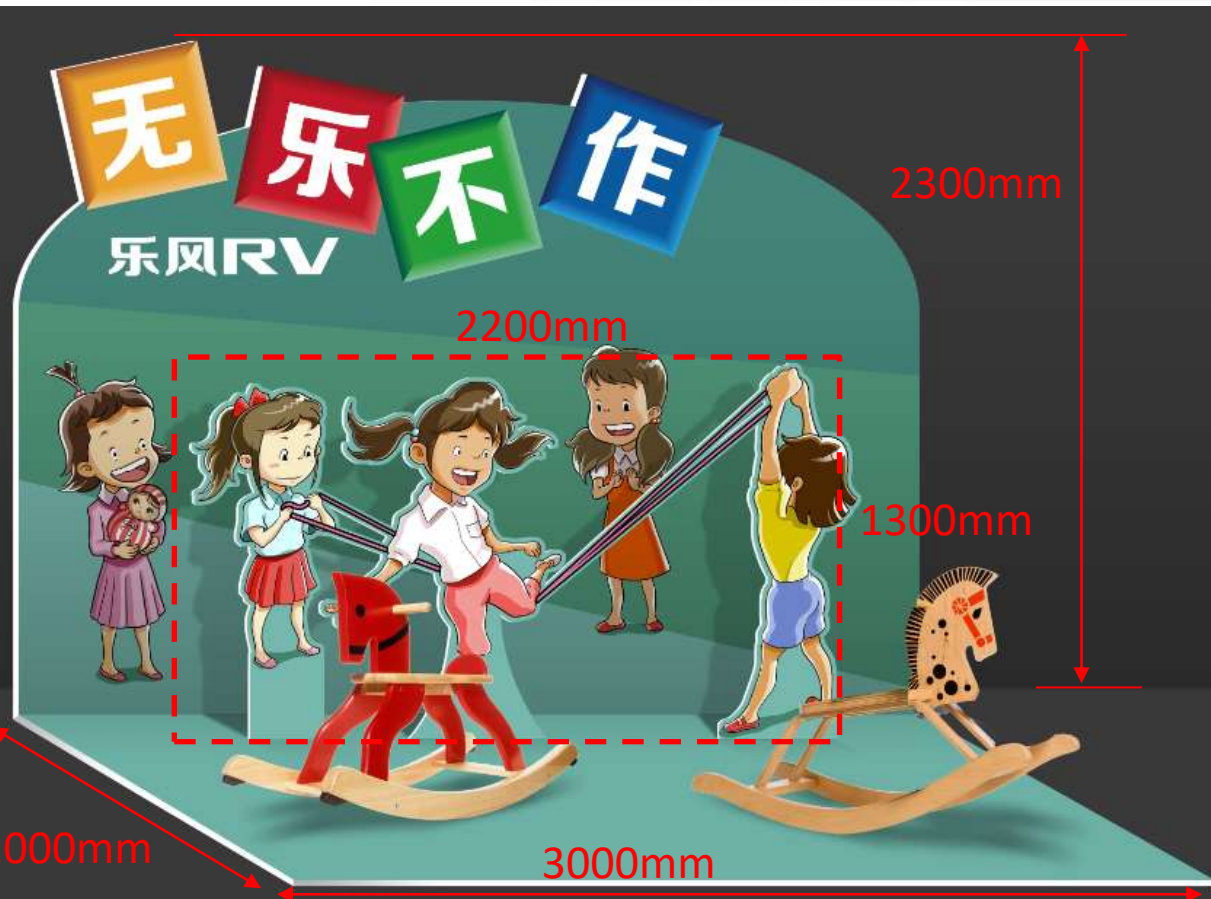
购车意向:

雪佛兰 CHEVROLET 

确定提交



活动物料规范-背景板（童趣木马）



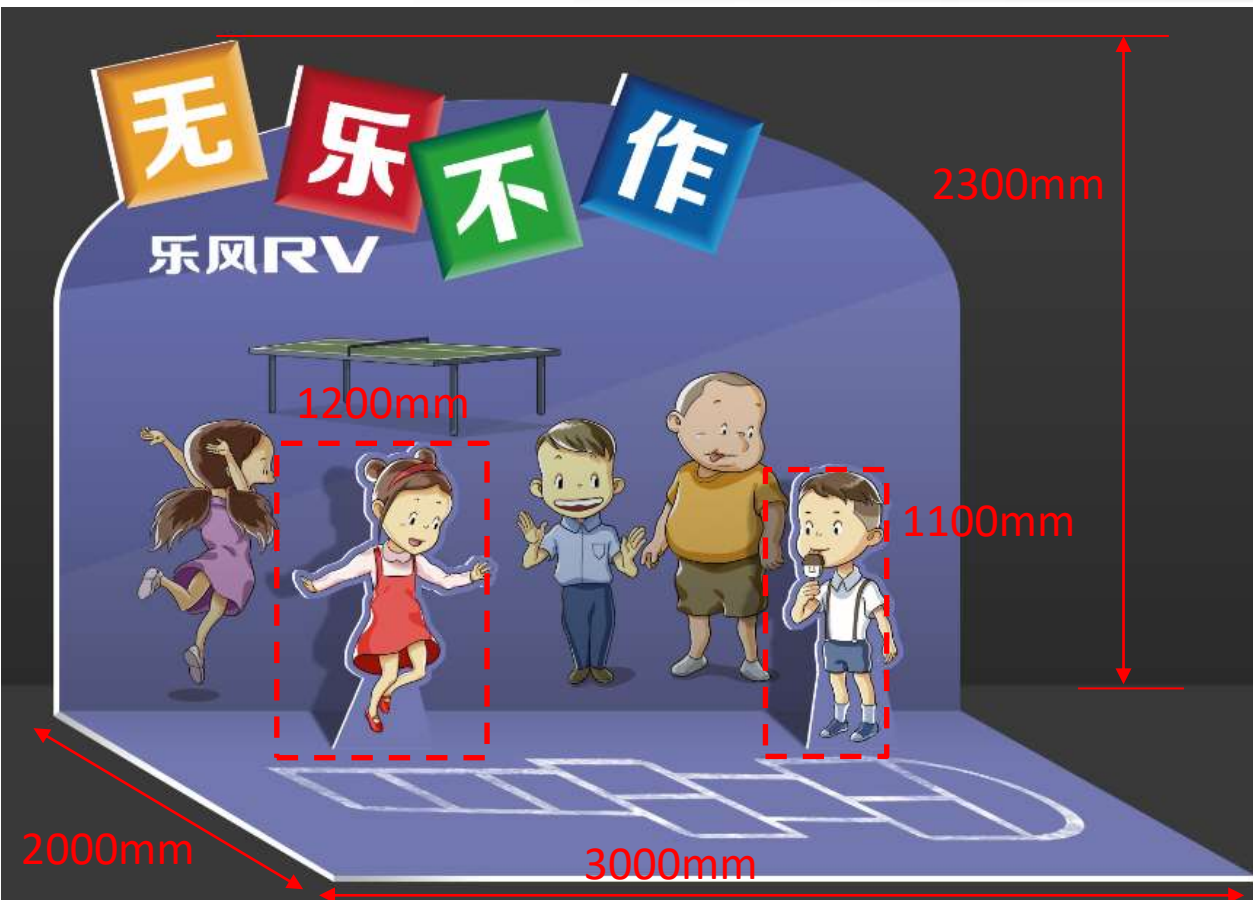
名称	尺寸 (mm)	材质描述
背景板	L3000 x H2300	雪佛板雕刻裱写真
人物造型	L2200 x H1300	雪佛板雕刻裱写真
地台	L3000 x W2000	9厘板覆写真地贴
木马道具	经销商自行采购	

总部提供完稿，经销商自行制作，活动前一周完成展厅布置



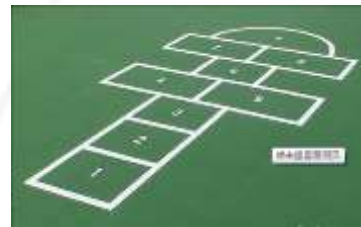
木马道具推荐样式

活动物料规范-背景板 (欢乐蹦蹦跳)

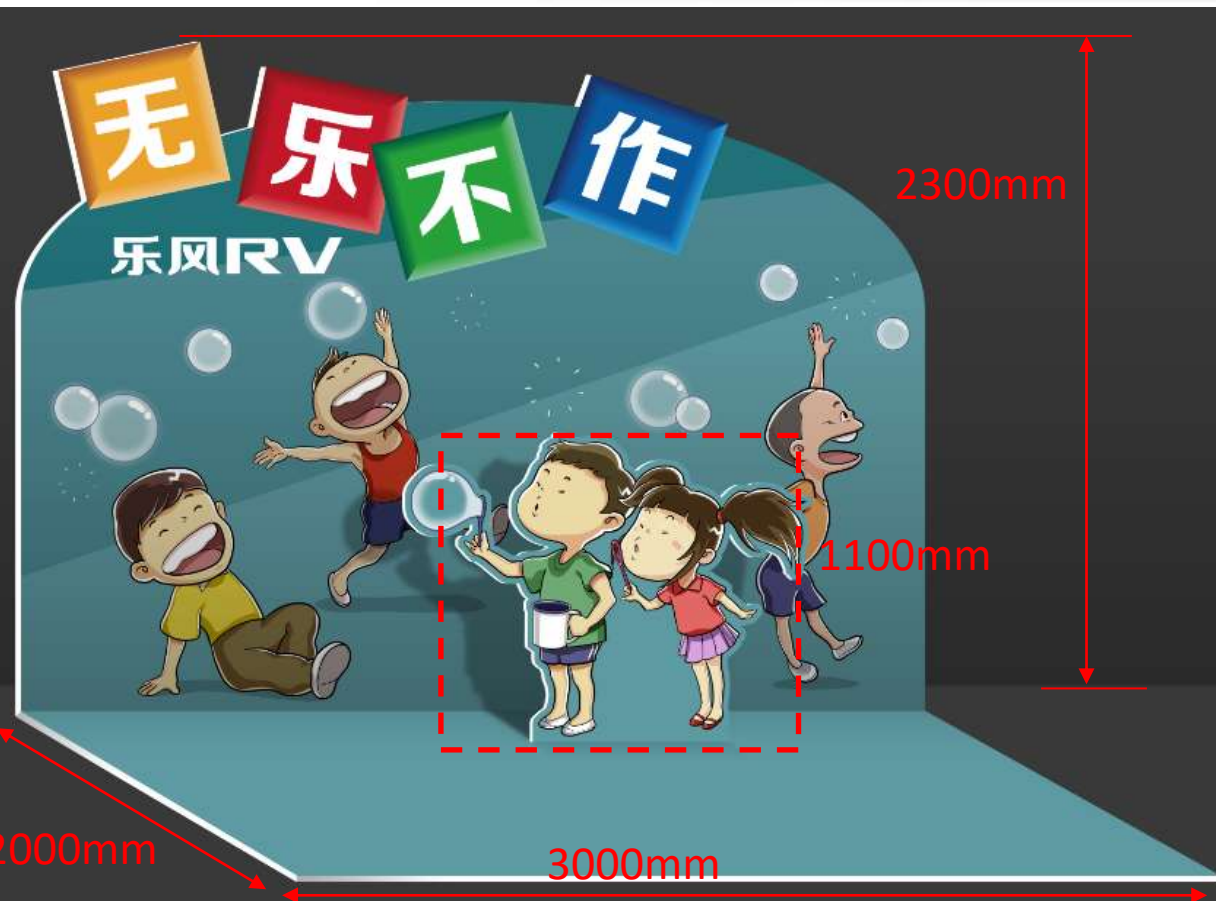


名称	尺寸 (mm)	材质描述
背景板	L3000 x H2300	雪佛板雕刻裱写真
人物造型	H1200 (女) H1100 (男)	雪佛板雕刻裱写真
地台	L3000 x W2000	9厘板覆写真地贴
房子画面	L2500	地贴

总部提供完稿，经销商自行制作，活动前一周完成展厅布置



活动物料规范-背景板（泡泡海洋）



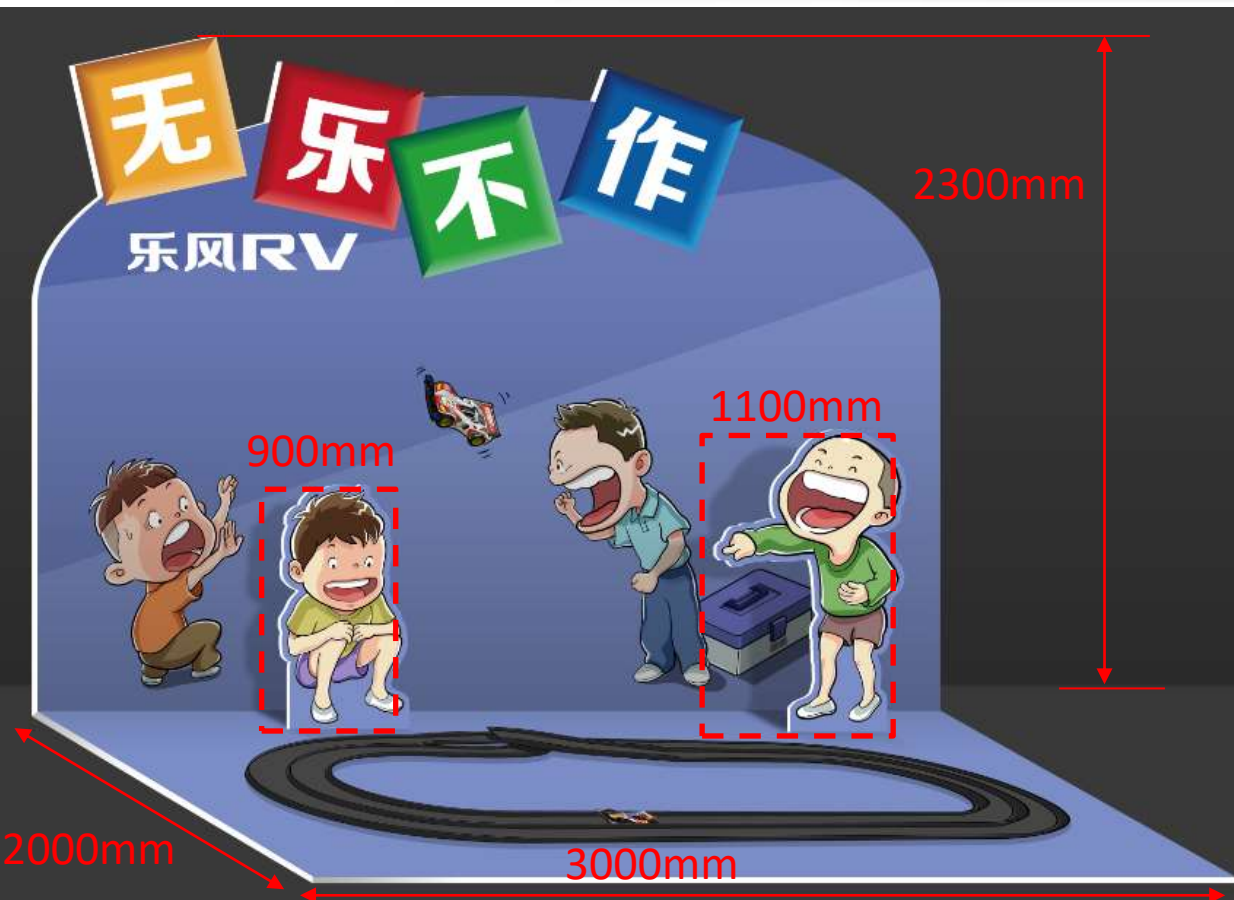
名称	尺寸 (mm)	材质描述
背景板	L3000 x H2300	雪佛板雕刻裱写真
人物造型	H1100	雪佛板雕刻裱写真
地台	L3000 x W2000	9厘板覆写真地贴
泡泡机	经销商自行采购	

总部提供完稿，经销商自行制作，活动前一周完成展厅布置



泡泡机道具推荐样式

活动物料规范-背景板（四驱兄弟）



名称	尺寸 (mm)	材质描述
背景板	L3000 x H2300	雪佛板雕刻裱写真
人物造型	H1100	雪佛板雕刻裱写真
地台	L3000 x W2000	9厘板覆写真地贴
赛车道具	经销商自行采购	

总部提供完稿，经销商自行制作，活动前一周完成展厅布置



赛车道具推荐样式

活动物料规范-礼品相框



项目	规范
外框尺寸	240*152mm
内框尺寸	147*97mm
颜色	2016潘通流行色：蔷薇粉、静谧蓝
材质及工艺	800g厚卡纸，覆亮模、双面装裱、斜角支撑

PART4

活动成效



活动参与展厅



区域	重点城市	经销商名称（门店）	地址	电话	联系人	背景板（4选2）
1区	济宁	济宁朗巍宇宁汽车销售服务有限公司	山东省济宁市新327国道 洸府河桥东188米 圣达汽车博览城内	15106797213	何德猛	童趣木马&欢乐蹦蹦跳
2区	北京	北京加达加驰汽车	北京石景山区黄庄43号（莲石路莲玉桥西200米路北）	13911358797	马健	四驱兄弟&欢乐蹦蹦跳
3区	长沙	湖南申湘天润	湖南长沙星沙国家级经济技术开发区申湘路500号	13787262603	刘思思	童趣木马&泡泡海洋
4区	广州	广州安骅	广州天河黄埔大道东580号（东圃路段）	13826279589	余博	童趣木马&欢乐蹦蹦跳
5区	西安	西安泛想汽车实业有限公司	陕西省西安市西沔公路58号	15129057082	张冰	童趣木马&欢乐蹦蹦跳
6区	成都	四川灵通汽车销售服务有限公司	成都市新成温路三环路苏坡立交桥外侧	13880544844	张恭博	童趣木马&泡泡海洋
7区	上海	上海绿地徐通	上海市龙吴路420号	18930530621	钱少华	童趣木马&欢乐蹦蹦跳
8区	合肥	安徽惠和	合肥市北二环国际汽车城东首	13955186564	张爽爽	泡泡海洋&四驱兄弟



KOL公关稿传播

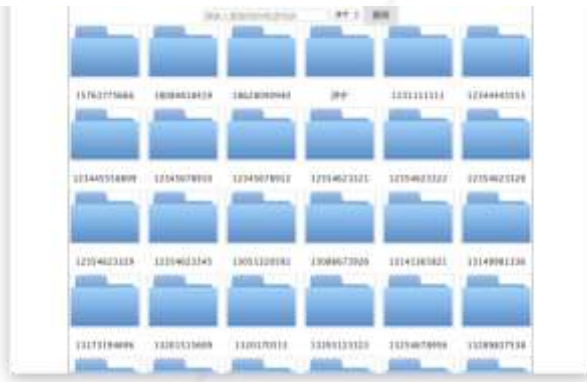


8城优选KOL传播资源

序号	省份	城市	类别	名称	账号ID	粉丝数 (万)	发布日期	阅读量	点赞量	位置
1	山东	济宁	生活	济宁圈	lhjining	4	16/1/21	7437	39	头条
2	北京	北京	生活	北京热门话题	BJAbout	21	16/1/14	34529	213	头条
3	湖南	长沙	新闻	今日长沙播报	LifelnChangSha	11	16/1/21	10270	42	头条
4	广东	广州	生活	广州热线	gzhotline	29	16/1/14	12321	77	头条
5	陕西	西安	新闻	西安热线	xarxzw	111	16/1/14	12638	78	头条
6	四川	成都	生活	今日成都	TodaysCD	48	16/1/21	14482	95	头条
7	上海	上海	生活	上海大视野	viewsh	32	16/1/14	42693	306	头条
8	安徽	合肥	生活	合肥热门生活资讯	hfrmszhx	24	16/1/14	36465	187	头条



雪佛兰
CHEVROLET



照片管理后台

- 实时监管各地上传的用户照片，把控拍摄质量
- 对照片资料进行汇总管理

■ 活动执行现场-上海站



■ 活动执行现场-北京站



■ 活动执行现场-广州站



■ 活动执行现场-长沙站



■ 活动执行现场-合肥站



■ 活动执行现场-成都站



■ 活动执行现场-西安站



■ 活动执行现场-济宁站



KPI 成效



共影响线上XXX人关注，为展厅引导客流 XXXX 人！

关键指标 KPI	目标量（共三周）	实际量（第一周）	达成率
KOL宣传阅读量	159,879	138,646	87%
官微阅读量	20,000	6,434	32%
H5点击量	5,000	1,665	33%
一区济宁站	144	25	17%
二区北京站	144	30	21%
三区长沙站	144	52	36%
四区广州站	144	17	12%
五区西安站	144	20	14%
六区成都站	144	32	22%
七区上海站	144	14	10%
八区合肥站	144	36	25%



Thanks



营销任意门
www.yxrym.com

你的营销军火库



营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、
营销案例、行业资讯!

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接
每年超100G资料分享, 每天持续更新.....

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门个人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载

上汽×阿里·互联网汽车
品牌战略及上市整合营销方案

金锣无淀粉品牌比稿方案

成为营销任意门

钻石会员

每年超100G资料

持续更新1000+方案

致力打造营销策划人便捷使用的网站



掌门人微信



网站