

---

# 汽车行业新媒体营销传播

---

**主讲人：武威**

**培训对象：**汽车整车厂大区销售人员

**培训时长：**1天

## 课程大纲

### 第一章：为什么要做互联网营销

- 1.互联网营销现状
- 2.汽车行业互联网营销意义
- 3.新媒体环境下，消费者消费模式发生变化

### 第二章：汽车行业新媒体分析

- 1.汽车门户网站
- 2.搜索引擎
- 3.微博、微信、QQ 群

### 第三章：汽车行业新媒体互动业务

- 1.把握新媒体核心特征，创新传播形式
- 2.新媒体互动整合传播执行思路
- 3.潜客关系转化过程
- 4.案例：迈瑞宝上市

### 第四章：汽车行业开展互联网营销的技巧与方法

- 1.论坛营销技巧
- 2.QQ 群营销技巧
- 3.网络营销团队的建设
- 4.案例：成都标致 4S 店

### 第五章：微信公众帐号

- 1.微信公众帐号的优势
- 2.经销商微信账号如何建立
- 3.厂商微信与经销商微信如何协同
- 4.经销商微信推送的内容
- 5.售前，如何实现从好感到购买的临门一脚
- 6.售后，如何实现互动营销&CRM 管理

### 第六章：微信活动的策划

- 1.策划的点子
- 2.策划前的准备工作
- 3.活动内容推送的时间
- 4.客服互动的三个法则

- 
- 5.活动成交接口的布局
  - 6.活动礼品运用的策略
  - 7.活动效果统计的方法
  - 8.汽车 4S 店的微信推广执行方案

### **第七章：微博的八大重要功能**

- 1.潜在客户
- 2.促进转化
- 3.口碑营销
- 4.病毒营销
- 5.舆情监控
- 6.跟踪对手
- 7.客户维护
- 8.形象推广

### **第八章：汽车微博案例分析**

- 1.汽车行业微博应用现状
- 2.汽车企业微博“四驱微营销”理论
- 3.汽车厂家的微博营销策划——一汽马自达
- 4.网站的微博策划——汽车之家微博运营策划
- 5.汽车经销商的微博案例——长久集团的微博帐号矩阵规划
- 6.宝马中国微博运营状况分析

### **第九章：汽车企业的微博运营**

- 1.如何增加粉丝
- 2.如何增加微博互动
- 3.微博的规范化管理
- 4.微博客服

### **第十章：新媒体的综合应用方案**

- 1.口碑推广执行方案
- 2.全传播营销方案
- 3.舆情管理营销体系
- 4.smart 的新媒体营销方案
- 5.福田汽车的新媒体营销方案