

案例

汽车美容店的营销方案

1. 会员营销

会员模式是汽车美容店常用也是必用的一种营销模式，也就是争取做“预收款生意”。会员凭借会员卡可在店内洗车、做汽车美容、护理、装饰，购买汽车精品等，并享受购物折扣优惠、积分返利优惠等待遇，享受快捷完善的汽车快保、维修、救援等增值服务，及各类车务手续的代办支付等别具一格的服务。

2. 文化营销

把企业和本店形象贯穿于每个日常经营活动中，可以通过举办汽车评鉴、赛事、车友聚会等活动，突出本企业的文化魅力。可以在此基础上组建以本店为服务基地的车友俱乐部，把生意做到生意之外，市场开发与营销变成了一种不期然的行为。

3. 服务营销

服务作为企业经营内容的一部分，不仅要做好，还要创新。大、中型汽车美容店可以针对一辆车提供从拥有到报废的全程优质服务，贴身、贴心的个性化服务，这种对车主的保姆级服务层次的服务经营，也就把竞争引入了无争的境界。这不是要求一定做到，至少可以去尝试努力做到。

4. 网络营销

随着上网人数的逐年增加，互联网已经成为了一种媒体，且是有别于其他传统媒体的新型传播模式。通常，买得起车的就肯定上得起网，因为电脑和网络的普及率，在车主人群中有一个更高的比例。作为汽车美容店的经营者，要学会合理地利用网络去为自己的营销服务。在力所能及的前提下，建立一个本企业或本汽车美容店的网站，提供网络购物、商品查询、车友论坛、供求委托等服务，充分利用网络的便捷优势，实现充分的互动支持，加强自己与老顾客的联络和感情沟通。

5. 其他营销

除了以上介绍的四点之外，市场开发与营销还可以通过价格折扣、发放优惠券、附送礼品、免费送货、积分促销等方式进行。当然，这些策略对于新开业的小型汽车美容店来说或者成本太高而难以实现，或者过于复杂而不便操作。因此，在实际的日常营销工作中，汽车美容店需要根据自己的实力采取有效的措施，做到既要少花钱又能多办事。