

逐梦法网

东风标致与罗兰·加洛斯真诚相伴



近日,东风标致二度携手罗兰·加洛斯,与此同时,“大狮杯”第二季即将到来的收官之战,再次将国人逐梦法网的热情点燃,也引来了业内对于体育营销的新一轮探讨。

对于热爱运动的观众,体育赛事是一场盛宴,但对于企业,如何将观看比赛的观众转变为实际购买的消费者,却是一场智慧的考验。

如何选择赛事?如何实现企业、赛事、消费者多方共赢?这是企业染指体育赛事无法回避的问题,东风标致也不例外。

体育营销热背后的秘密

事实上,车企体育热并非一时冲动,从某种意义上说,汽车本就起源于赛事。纵观各大车企,大多与体育赛事有着千丝万缕的联系。奥迪赞助勒芒,宝马、沃尔沃热衷高尔夫,斯柯达不缺环法……

早在1984年,标致就为罗兰·加洛斯提供冠军及VIP用

车,并推出“当标致遇上罗兰·加洛斯”业余网球比赛。2012年,东风标致首次与法网合作,“大狮杯”业余网球赛成为当时业内一大看点。除此之外,东风标致为纪念与罗兰·加洛斯的合作,特别推出罗兰·加洛斯专属车型。

车企如此热衷体育原因何在?据统计,企业在国内范围内认知度每提高1%,广告费投入需2000万美元,但同样的花费选择大型体育赛事却可提高10%,这正是秘密所在。

谁是谁的唯一之选

车企与体育没有无缘无故的爱,如今的赛事多如繁星,东风标致为何独爱罗兰·加洛斯?东风标致副总经理勒格维尔曾表示:“在与法网的两次合作中,外界更多关注收益,但东风标致更在乎两者的内在联系,法网承载的‘致雅与激情’,正是东风标致的诉求与优势所在。”

中国网球协会市场开发委员会主任肖宁也指出:“东风标

致与罗兰·加洛斯,贵在一脉相承。标致与法网有30年渊源,东风标致传承法式浪漫,带给消费者‘致雅与激情’的生活品质,两者有着天然的精神契合度。”

由此可见,这更像一个互为唯一的必然选择。从双方合作目的角度看,无论怎样选择,都是为了与观众或消费者更好的沟通,让观众感受法网魅力,让消费者感受东风标致的“严谨、激情、致雅”的品牌优势,并借助“大狮杯”,将法网所承载的激情与梦想传递给区域消费群,聚拢人气,形成互动多赢局面。

染指法网收益几何?

回到最初的问题,如何实现观众到消费者的转变?这关系企业收益。2012年,东风标致与罗兰·加洛斯首次相遇,并迅速在国内市场推出508、408、308罗兰·加洛斯版车型,更重要的是,东风标致还率先将业余网球比赛的精髓延伸至品牌自办的“大狮杯”,以此来带给消费

者更多“致雅与激情”的品质生活体验。在此基础上,东风标致品牌影响力和终端销售也随之明显提升。

去年5月,“大狮杯”第一季一经推出,就受到了各地网球爱好者的追捧。据统计,“大狮杯”第一季6站比赛,参与人数超过5118人。其中优选出的6位“未来大师”于今年五月完成法网之旅,深受各界关注。不仅如此,东风标致一直致力于中国青少年网球普及与人才选拔培养,帮助他们实现“网球梦”,并且赢得了社会各界的好评。

体育营销如何走得更远?

梦想不会一成不变,所以,在“大狮杯”第一季取得成功后,东风标致并未就此止步。2013年,东风标致“大狮杯”第二季在去年的基础上,有了新的变化。依托中国网联支持,东风标致推出“中国青少年网球未来大师”发展计划,与此同时,东风标致成为首次创立中国青少年业余网球系列赛的企业。

东风标致第二季“大狮杯”,不论在专业性还是影响力上,较之第一季有了明显的提升和进步。未来,东风标致将优化青少年培养计划中的优质项目,进一步与中国网联展开深入合作,将参与培养计划的球员推入更高级别的赛事,实现中国网球在青少年职业级别国际赛事上的新突破。

作为国内著名汽车品牌之一,东风标致一直致力于中国青少年网球人才的培养,凭借品牌自办全国性赛事,为中国青少年网球事业发展做出了贡献。同时,借助法网影响力,东风标致品牌的知名度获得了快速提升,并通过“大狮杯”将这一影响力引入终端,带动终端市场品牌口碑和销量的双重提升。

东风标致“大狮杯”挥就传奇 亮剑武汉



随着国际网球大满贯赛事进行的如火如荼,东风标致“大狮杯”网球大奖赛也步入高潮。经过五站赛事激烈角逐,第二季“大狮杯”总决赛于2013年6月29-30日在武汉举行。一直致力于中国网球事业发展的主办方——东风标致竭尽所能,为广大网球运动爱好者提供一展球技的舞台之外,更将充满设计感的“佳作”——东风标致3008罗兰·加洛斯版2013款带到了比赛现场,为数以百计的比赛选手助阵。

狮友近距离欣赏 罗兰·加洛斯版2013款

东风标致第二季“大狮杯”历时近一个月,途径全国6座城市,获得业内普遍好评的同时,东风标致508、3008罗兰·加洛斯版款也成为本届“大狮杯”业余网球大奖赛场外最引人注目焦点。活动当天,作为罗兰·加洛斯气质的传递者,东风标致3008罗兰·加洛斯版2013款吸引了众多网球爱好者近距离接触。

局间休息,父亲当教练

比赛现场,一对父子引起了周围人的关注。父子俩都是“骨灰级”的网球爱好者,两人各有“专长”,儿子年轻、身体条件好,主攻实战;父亲思考全面,洞察细微,司职教练。经过一场激烈的场上角逐,儿子虽然赢了球,但其表现并没能让父亲满意。局间休息的档口,充当教练的父亲争分夺秒地为儿子讲球,布置战术。这一幕,让周围围观的观众啧啧不已。

蓄“狮”待发,尽显专业球技

东风标致“大师杯”第二季的总决赛——武汉站藏龙卧虎,一位位网球爱好者尽显其专业的球技。参加武汉站的选手实力极为接近,厮杀尤为精彩。男子狮友组的赛场上不时上演多回合的大力对攻,引得场外观众的呼声更是一浪高过一浪。

花落各家,“大狮杯”完美落幕

两天的赛程全部结束,各奖项也结束了最终的角逐。梦想在路上,获奖的选手们离他们心中的梦想更近了一步。

第二季“大狮杯”在武汉圆满落幕,其满足的不仅是众多网球爱好者的热情,同时体现出东风标致国内知名汽车品牌号召力,以及其“严谨、激情、致雅”的品牌魅力。出于对网球运动的热爱和对网球事业发展的关爱,近些年来,东风标致不仅在汽车领域有卓越的表现,推出多款优质车型,给消费者带来驾乘乐趣的同时,力求将“激情与致雅”的生活品牌传播得更远。

在法网的赛场上,在广州,在福州,在上海,在北京,在成都,在武汉……狮标图案随处可见,这体现了东风标致助推中国网球事业的决心,但2013年并非终点,东风标致将继续履行“品牌之夜”的承诺,完成“中国网球青少年未来大师”发展计划,培养更多优秀的网球青少年,使他们圆梦国际“舞台”。

“品致十年 感恩聚献”

东风标致十年发展,品牌不断创新,不断迈进,如今,已拥有百万用户。十年风雨,是成长,是发展;百万用户,是肯定,是支持。

为回馈十年来广大用户的青睐与支持,今年6月初,东风标致启动了以“品致十年 感恩聚献”为主题的大型品牌回馈活动。截至目前,各项品牌优惠活动仍在火热进行中,多重回馈大礼持续放送。

豪礼持续送

此次品牌回馈活动包括东风标致308、408、508十周年车型,308、408、508三款车型的促销换购及“品致十年 蓝色关爱”售后服务回馈活动。此外,凡活动期间所有到店客户均可获赠品牌十周年纪念品。

金融方案购车继续加大力度。针对三款“8系列”(308、408、508)产品,东风标致推出“贴心置换,无忧购车”的金融政策。活动期间,凡到店置换购买东风标致308、408、508产品的用户,均可享有3000元、4000元、7000元不等的补贴,且所有旧车不限品牌均可置换。

在“品致十年 蓝色关爱”售后服务回馈活动中,东风标致推出“感恩回馈”、“清爽随行”、“呵护贝至”等售后服务多重超值大礼。

炎热酷暑之际,东风标致特别推出“清爽随行”活动。活动期间,在东风标致的每一个“蓝盒子”中,每一位到场用户都将享受空调系统免费检测、空调杀菌8折、空调系统维修工时费8折、免费清洁冷凝器等超值服务,东风标致力求以最优惠的价格为用户送去最真挚的大礼。同时,到场用户还可享受空调使用知识讲解等贴心服务。

此外,一向以“安全”作为品牌关键词的东风标致,对于儿童的乘坐安全也做到了周到呵护。在“呵护贝至”活动中,用户进店可免费参加儿童乘车安全知识讲座,儿童座椅安装、使用现场演示,同时还可参与互动游戏、有奖答题、儿童安全座椅优惠促销等现场活动。

“升蓝”发力 关爱先行

今年初,东风标致发布并实施“升蓝计划”,乘着技术升蓝——“E动战略”的东风,东风标致3008、308 2013款相继上市。随后,508也借助法网及上市两周年的契机在配置和内饰上频频出新。现如今,“升蓝计划”大旗下的东风标致正厚积薄发,大跨步向前迈进。

此次“品致十年 感恩聚献”大型品牌回馈活动的推行,正是“升蓝计划”下的具体实施举措:308、408两款十周年纪念版车型推出,以“技术升蓝”带动“产品升蓝”,为用户诠释全新的驾乘体验;而售后服务上的让利优惠,不仅使用户体验到更全面、更周到的购车体验,而且用最真切的回馈行动完美的诠释了“蓝色关爱”服务品牌。

东风标致十年发展,无论品牌影响力的上升,还是品牌服务的提升,都离不开每一位“狮迷”的陪伴,“狮迷”们的支持是东风标致源源不竭的发展动力。

“品致十年 感恩聚献”大力度的促销政策和售后服务的多重大礼,正是东风标致品牌对忠实用户及潜在客户真情回馈。

中亚达房产

- 杭州路网点770㎡ 950万
- 海云庵网点550㎡ 280万
- 人民路套二双南50㎡ 55万
- 瑞昌路套二50㎡ 50万
- 康顺家园套二厅60㎡ 60万
- 平安路套二36㎡ 38.5万
- 南山新村套二厅56㎡ 73万
- 人民路套二厅72㎡ 68万

13791830432

- 套一厅 1F 52平米 威海石岛凤凰湖
- 院30平米 双气26万
- 套二厅 1F 68平米
- 院35平米 双气30万
- 套二厅 1F 92平米
- 院40平米 双气38万
- 套一厅 6F 52平米
- 毛坯 双气 20万
- 套二厅 2F 65平米
- 毛坯 双气 23万
- 套二厅 3F 95平米
- 毛坯 双气 35万

低首付 投资养老首选 抢购热线: 15066203217

出租老四方

核心最旺商场

杭州路主街三层 6000平设施齐全 适合商场 超市 银行 旗舰店

13068489557 15966876199

青岛台东步行街

大型美食城招商

适合休闲美食小吃类 黄金地段

日客流量20余万

15725250782

定版电话: 81186679