



## 附件精品案例

部门 Division	长春通立
版本号 Version	2
更新日期 Date	2015-09-22

## 产品选择

- 1. 太阳膜
- 2. 原装护板
- 一、产品介绍及卖点说明
  - 1、贴膜的意义
  - 2、太阳膜产品介绍
  - 3、太阳膜卖点说明
  - 4、竞品分析
  - 5、加装发动机底护板的意义
  - 6、一汽-大众原装底护板产品介绍
  - 7、产品卖点说明
  - 8、竞品分析

# 目录

---

- **二、营销方案**
  - **1、原装太阳膜及底护板营销案例**
  - **2、原装太阳膜加底护板礼包营销案例**
  
- **三、宣传文件及方案**
  - **1、产品宣传方案**
  - **2、宣传文件**

## 隔热膜基本功能

- 1. 隔热：营造舒适驾驶空间
- 2. 防爆：保护驾车安全
- 3. 防眩光：保持视野更舒适
- 4. 隐私：增加车内私密性
- 5. 隔紫外线：保护皮肤晒伤
- 6. 隔紫外、红处线：减缓车饰老化
- 7. 节能：减少燃油损耗

## 3M汽车隔热膜结构图一以金属膜为例

- 聚酯层—PET
- 耐磨层
- 金属镀层
- 防紫外线层
- 压敏胶层—PSA
- 离型保护膜
- “易施工”涂层
- 该层的材料是透明的聚酯层 (3M是世界5大聚酯生产厂家之一)

# 一汽大众原装附件3M隔热膜产品介绍



零件号	名称	尺寸(卷)	太阳能总阻隔率	紫外线阻隔率	可见光透视率	可见光内反射率	外观颜色
FAW A08 011	大众风云(前档)	1.52米*30米	23%	99%	71%	8%	浅灰色
FAW A08 051	大众风影(侧后档)	1.52米*30米	33%	99%	38%	6%	深灰色
FAW A08 051 A	大众风尚(侧后档)	1.52米*30米	38%	99%	20%	7%	黑色
LFV 858 013	至尊风光(前档)	1.52米*30米	46%	>99%	74%	17%	浅灰色
LFV 858 010	大众风光(前档)	1.52米*30米	34%	>99%	70%	8%	浅灰色
LFV 858 014	大众风采(侧后档)	1.52米*30米	48%	>99%	41%	8%	深灰色
LFV 858 012	大众风景(侧后档)	1.52米*30米	38%	>99%	38%	5%	黑色
LFV 858 011	大众风暴(侧后档)	1.52米*30米	52%	>99%	16%	5%	黑色

# 一汽大众原装附件3M隔热膜产品介绍

侧后挡膜:

复制到剪贴板

大众风暴



大众风景



大众风采



大众风影



大众风尚



Volkswagen Brand



前挡膜:

大众风光



至尊风光



大众风云



备件号	描述	适合部位	透光率	总隔热率	隔紫外线率
LFV 858 010	大众风光	前挡	70%	34%	99%
LFV 858 011	大众风暴	侧后挡	16%	52%	99%
LFV 858 012	大众风景	侧后挡	38%	38%	99%
LFV 858 013	至尊风光	前挡	73%	46%	99%
LFV 858 014	大众风采	侧后挡	41%	48%	99%
FAW A08 011	大众风云	前挡	71%	23%	99%
FAW A08 051	大众风影	侧后挡	38%	33%	99%
FAW A08 051A	大众风尚	侧后挡	20%	38%	99%



# 一汽大众原装附件3M隔热膜—一汽大众专供说明及品质保证

如下为目前3M与一汽-大众原厂合作的，通过一汽-大众全网特许经销商进行销售的汽车隔热膜产品，在一汽-大众附件体系内的零件号及名称如下，特此说明。

3M 专供一汽大众 原厂零件号	名称	适用部位	销售起始时间
LFV 858 013	至尊风光	前挡	2008 年
LFV 858 010	大众风光	前挡	2008 年
LFV 858 014	大众风采	侧后挡	2008 年
LFV 858 012	大众风景	侧后挡	2008 年
LFV 858 011	大众风暴	侧后挡	2008 年
FAW A08 011	大众风云	前挡	2013 年
FAW A08 051	大众风影	侧后挡	2013 年
FAW A08 051 A	大众风尚	侧后挡	2013 年

再次感谢您对我们工作的理解与支持！

此颂

商祺



## 一汽大众原装附件 3M隔热膜原厂品质保证

承保期限：

备件号	LFV 858 010	LFV 858 011	LFV 858 012	LFV 858 013	LFV 858 014	FAW A08 011	FAW A08 051	FAW A08 051A
产品名称	大众风光	大众风暴	大众风景	至尊风光	大众风采	大众风云	大众风影	大众风尚
承保期限	5年	5年	3年	5年	5年	3年	3年	3年

承保内容示例：





## 2. 产品介绍及卖点说明

- 一汽-大众原装树脂底护板具有超强的抗冲击性能、富有韧性、不变形、可以快速缓冲吸能，同时阻燃、降噪。有防腐、防水性能，外表美观，不易老化，使用寿命长。具有机械性能、热稳定性，不受温差影响。运用了“通风散热孔”和“机油、机滤作业孔”，实现常规保养无需拆卸。



- 市面上较多的是树脂塑钢类护板，由于价格便宜生产工艺简单，护板极其容易损坏，并且无法修复，还谈什么保护发动机。传统塑钢护板设计不但增加保养维修工时，机油格四周的塑料卡扣设计也让人忧心忡忡，每次维修保养都系要拆，卡扣一两次就滑丝报废。有时塑钢护板产生弹性形变，几乎以相同的力度撞击底盘，致使底盘零件受损且不支持一汽大众全系车型独有的车辆正面撞击发动机下沉技术，有些劣质塑钢护板是碳分子高聚物，常温下分子结构紧密，但一遇到高温其状态就会遭到破坏呈现游离状态，持续加温就会融化。

### 原装树脂底护板与其他材质底护板对比

	原装树脂底护板	铁质底护板	铝钛合金底护板
材质	树脂材料具有超强的抗冲击性能、富有韧性、不变形	一般的钢材	合金材料极端复杂很难断定其特性
重量	自重4~5公斤	最低8~13公斤	最高4~6公斤 (产品厚度3mm)
安全	高速碰撞，发动机顺利下沉，驾驶室无恙	高速碰撞，阻止发动机下沉，驾驶室变形	高速碰撞，阻止发动机下沉，驾驶室变形
噪音	钢质垫片与树脂护板无共振，无噪音	钢质垫片与铁制护板形成共振，增大噪音	钢质垫片与合金护板形成共振，增大噪音

## 二、营销方案

- 1、原装树脂护板营销案例
- (1)案例
- 销售成绩
- 截止2015年8月31日销售护板701套，按最高限价计算，实现了270630元的利润。
- 销售方案：
- 将太阳膜、底护板加到新车礼包里打包销售，并要求销售顾问礼包成交量为整车销量的60%以上。
- 套餐制定原则： 车型不同，制定不同礼包，礼包包含的精品必须是新车的必须加装项目。

# 原装太阳膜礼包营销案例

## 原装太阳膜促销大礼包

### NO. 2

	名称	车型	单价	礼包价
1	3M原装太阳膜	全系车型	¥3,660.00	¥2,880.00
2	原装树脂护板		¥880.00	
3	原厂织物脚垫		¥280.00	
4	后备箱垫		¥180.00	
5	原装挡泥板		¥150.00	
6	原厂硅胶链		¥20.00	
7	海绵掸子		¥50.00	
8	方向盘把套		¥80.00	
9	爱特丽大香水		¥50.00	
10	防盗螺丝		¥69.00	
11	炭包		¥28.00	
12	车内抗菌空气清新剂		¥25.00	
13	防滑垫		¥25.00	
	合计		¥5,497.00	

### 附件精品装饰清单

### NO. 1

	名称	车型	单价	礼包价
1	原装树脂护板	全系车型	¥880.00	¥999.00
2	原厂织物脚垫		¥280.00	
3	后备箱垫		¥180.00	
4	原装挡泥板		¥150.00	
5	炭包		¥28.00	
6	车内抗菌空气清新剂		¥25.00	
7	掸子		¥50.00	
8	防盗螺丝		¥69.00	
	合计		¥1,662.00	

### 导航促销大礼包

### NO. 3

	名称	车型	单价	礼包价
1	DVD导航	全系车型	¥3,980.00	¥3,880.00
	倒车影像		¥500.00	
2	原装树脂护板		¥880.00	
3	原厂织物脚垫		¥280.00	
4	后备箱垫		¥180.00	
5	原装挡泥板		¥150.00	
6	原厂硅胶链		¥20.00	
7	海绵掸子		¥50.00	
8	方向盘把套		¥80.00	
9	爱特丽大香水		¥50.00	
10	防盗螺丝		¥69.00	
11	炭包		¥28.00	
12	车内抗菌空气清新剂		¥25.00	
13	防滑垫		¥25.00	
	合计		¥6,317.00	

## 原装太阳膜礼包营销激励方案

- **激励一：**每月评比原厂太阳膜及底护板销售冠军（当月太阳膜及底护板销售量最多的销售顾问），给予原厂精品实物奖励，如折叠自行车一台、手表一块、户外野营装备一套等。
- **激励二：**制定每月原厂太阳膜及底护板销售任务，按完成比例发放当月销售奖金，  

例如：当月销售任务为整车销量20%的原厂底护板销售量，某销售顾问当月卖车5台，销售原厂底护板2套，则按公司规定提高其奖金系数。
- **激励三：**平时定期组织原厂精品附件产品知识及销售话术培训及考核，提高销售顾问的专业性及积极性。

- 1、产品宣传方案
- (1)线上宣传：利用4S店官网、QQ、微博、微信等网络媒体宣传推广原装精品及相关活动信息，并开展“转发抽奖”“到店体验赠精品”等集客活动吸引客户。
- (2)线下宣传：利用厂家支持的产品X展架及宣传折页，在新车展厅及售后客户休息区进行实地宣传，向客户传达产品理念及信息，加深印象。
- 2、宣传文件
- 附件一：宣传折页
- 附件二：X展架图片
- 附件三：原装精品附件销售话术

# Thanks !