



# 借力体育营销 福美来三代决胜赛场内外



## ▶ 赛事营销贵在坚持赢在创新

业内专家指出,作为一项重要营销手段,汽车赛事营销受到车企追捧,但由于赛事营销周期长,见效慢,一些企业盲目追求短期曝光效应,浅尝辄止,没有体系,逐渐偏离了赛事营销的初衷,这是造成车企赛事与营销无法形成良性循环的主要原因。

“赛事营销贵在坚持!”一汽海马销售公司总经理吴刚,一语道破玄机,切中车企借赛事寻求品牌速成的症结。他说,“品牌的建设没有速成班,福美来三代赛事营销的成功,在于不懈的坚持和创新。”

海马汽车一贯坚持赛事营销路线,自2005年起,海马汽车连续6年助力环海南岛国际公路自行

车赛,收到了良好的成效,2010年,海马欢动在CTCC中国房车锦标赛上获得了双冠王的美称。今年,福美来三代时隔两年之后,回归CTCC赛场,首站即包揽第二三四名,成为了本赛季最大的夺冠热门车型。

海马在体育赛事上的表现,为其品牌营销注入了强劲的动力。此次CTCC中国房车锦标赛,海马汽车在借助大型赛事进行品牌传播的同时,将CTCC赛事影响力导入自身营销体系中,同步展开汽车赛事的体验式营销活动,最大限度发挥赛事在品牌传播和终端销售中的双重威力,这是海马的成功之处,也是海马汽车在赛事营销上的创新之举。

## ▶ 赛事营销匹配度决定效果

据业内资深营销人士分析,车企参与赛事营销,只有准确把握自身品牌、产品定位,及其与赛事之间的匹配度,才能获得成功,从而达成赛事营销预期,只过于看重品牌声势的制造,往往会与赛事营销目标背道而驰。

海马汽车对于赛事的选择,是着眼于长期品牌营销机制的考虑,福美来三代选择CTCC中国房车锦标赛,与其“宜居”品牌理念,“宜居新基准”的产品定位,有着天然的默契,是对未来家庭“移动生活”最好阐释和表现。

在专业赛事之外,海马汽车“我为冠军来-海马福美来CTCC珠海挑战赛”,将为新老用户提供

了一个体验顶级赛事魅力,这一活动的开展,必将给终端销售带来有效的刺激和促进。同时,本次活动作为福美来品牌“宜居之旅”活动的续篇,通过互动比赛的形式让消费者亲身体验到产品特点。

海马汽车在长期坚持和积累的基础上,赛事营销体系不断得到优化完善,通过专业赛事与自主赛事营销活动的有效整合,不断借助赛事扩大影响力,提升品牌形象,并将赛事影响引入终端营销,给终端销售带来更为有效的促进和支持,不论是赛场之内,还是赛场之外,海马汽车日趋完善的赛事营销体系都展现出了前所未有的力度。

荣获2010  
美国GOOD DESIGN AWARDS  
大奖

荣获2011  
IF国际设计论坛大奖

荣获2011  
REDDOT DESIGN AWARD  
大奖

## 以誉驰 行辉煌

东风悦达起亚汽车有限公司被评为“2010年服务质量先进单位”

179匹巅峰动力 7.7L/百公里傲人油耗

6月30日前购车用户,即享“购车纪念日五年全面健康体检”尊贵服务,详情请垂询当地4S店。

常人为势而动,唯有精英洞悉世间风云,驾驭未来方向。精英格调新典范——K5,以简约直线美学勾勒隽永审美情趣,以笃定气质凌驾未来左右,驾驭中彰显超楚范。不胜前程美景,只与知己同乘共赏。

东风悦达起亚汽车有限公司 全国呼叫中心: 800-828-5985 网址: www.dyk.com.cn



HID氙气大灯  
LED日间行车灯



8速手自一体变速器



主动动态稳定  
控制系统(VSM)



全景天窗



18"轮毂  
胎压监测(TPMS)



方向盘中央扶手  
集成控制



5年 ● 发动机 ● 变速箱  
10万公里保修  
2006年8月29日起销售的车型

五星专营店: 安徽省先驱汽车有限公司 宏泰企业集团 城市展厅: 滨湖世纪城世纪金源购物中心B栋1层北门B12号 电话: 0551-2915888  
销售热线: 0551-4288888 4284477 售后服务: 0551-4284444 (24H) 地址: 合肥市双七路22号 二手车置换: 13956996740

