

<<汽车品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车品牌营销>>

13位ISBN编号：9787111181781

10位ISBN编号：7111181786

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：周勇江

页数：255

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车品牌营销>>

内容概要

随着中国汽车品牌学步期的积累和民族意识的崛起，中国汽车品牌进入了外资品牌与自主品牌混合发展的时期。

本书选取的国内外汽车市场上畅销的20种车型品牌，从客户定位、产品配置、品牌优势、营销网络、经销商、营销业绩等六个方面进行对比分析，比较各车型品牌的营销策略。

本书适合汽车生产商的经营管理人员，汽车经销商的经营管理人员，汽车和行业的研究人员，高校汽车专业的学生以及对汽车感兴趣的各种读者。

书籍目录

推荐序一推荐序二丛书序前言第一章 奔驰的品牌营销第二章 宝马的品牌营销第三章 一汽奥迪的品牌营销第四章 红旗的品牌营销第五章 别克的品牌营销第六章 广州本田的品牌营销第七章 大众帕萨特的品牌营销第八章 中华的品牌营销第九章 一汽花冠的品牌营销第十章 福特蒙迪欧的品牌营销第十一章 东风雪铁龙的品牌营销第十二章 上海大众桑塔纳的品牌营销第十三章 一汽捷达的品牌营销第十四章 奇瑞的品牌营销第十五章 夏利的品牌营销第十六章 奥拓微型轿车的品牌营销第十七章 一汽解放的品牌营销第十八章 东风商用车的品牌营销第十九章 宇通客车的品牌营销第二十章 金杯客车的品牌营销

编辑推荐

索荣公司主要由北京索荣管理咨询有限公司和上海索荣投资管理有限公司等构成，其团队由长期实业公司实战阅历和咨询行业从业经验的两栖类实战型专家组成。

索荣公司董事长贾永轩先生是著名的企业战略专家、汽车咨询专家、国际注册管理咨询师（CMC）。

贾永轩先生既有十余年实业公司工作经历，也有十多年咨询从业经验，是理论与实战紧密结合的两栖类高级管理咨询顾问。

索荣公司坚守“创财造福、索能荣智”的理念，把管理研究、管理咨询、管理培训结合起来，提炼形成“行业研究×管理咨询×资本运营×绩效价值”的索荣模式。

从而为企业量身定做的咨询服务，并协助企业执行实施。

其目的是提高客户持续竞争能力和持续盈利能力，帮助企业做大、做强、做长。

索荣公司曾主持和参与多项国家汽车行业重点研究课题；曾为整车、零部件、经销商等各类汽车企业提供管理咨询与服务；曾为北京大学、清华大学汽车营销EMBA班专题主讲。

索荣公司服务过的客户有中国移动、一汽集团、东风汽车、丰田汽车、山东电建、赛特集团、河北电信、天润集团、新龙股份、康惠股份等近百家企业。

索荣管理思想库是索荣公司依据多年实战经验与咨询提炼，结合中国企业和行业的状况与趋势，吸收了国外先进管理理念与精髓，由实战专家与咨询顾问融会贯通而编著出版的具有中国本土特色的企业管理丛书和行业管理丛书，将陆续推出。

其中，“索荣管理思想库·汽车企业管理丛书”是索荣公司经过对汽车产业的长期研究，结合多年汽车企业的咨询经验主持编著的，目的是打造汽车产业发展链条，提升汽车产业增值服务，培养汽车企业核心能力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>