

<<汽车营销实用教程>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销实用教程>>

13位ISBN编号：9787111193517

10位ISBN编号：7111193512

出版时间：2006-7

出版时间：机械工业出版社

作者：段钟礼、张搢栳

页数：294

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>

<<汽车营销实用教程>>

内容概要

本书以“必需、够用”为编写原则，突破以往的营销教材编写体系，着重培养现代汽车营销理念和营销技能，系统介绍了汽车销售服务流程和汽车营销人员的市场调查、市场分析、营销技巧、顾客服务、营销策划等五大核心技能，精心编制了技能训练单元、案例、阅读材料及实用报告模版、表格模版等，以期与岗位零距离接轨。

本书是高职高专类院校汽车营销专业课通用教材，也可作为汽车营销师、汽车营销员的职业培训教材。

<<汽车营销实用教程>>

作者简介

段钟礼，1971年生，山西交通技师学院讲师，上海邦德汽车营销管理科学研究所研究员，先后在数家汽车4S专营店兼任副总经理、培训总监等职。

长期关注普遍存在的培训形式化、职业教育与实际工作脱节的问题，致力于研究由知识到技能的转化途径，以及如何提高培训的有效性。

结合

<<汽车营销实用教程>>

书籍目录

前言第一章 概论 第一节 市场营销与汽车营销 第二节 汽车营销人员的素质要求 (沟通能力训练) 思考题第二章 汽车市场调查 第一节 市场调查的作用及内容 第二节 市场调查的类型及方法 (阅读材料) 市场调查中的访问技巧 第三节 市场调查问卷设计 第四节 市场调查的程序 第五节 汽车市场预测 思考题 (实训示例) 某4S汽车专营店市场研究方案第三章 汽车市场分析 第一节 汽车市场环境分析 第二节 汽车消费者购买行为分析 第三节 汽车行业竞争分析 第四节 汽车目标市场定位分析 思考题 (阅读材料) 人际风格分析第四章 汽车产品分析 第一节 汽车产品及其生命周期 第二节 汽车产品的品牌 第三节 汽车产品价格分析 第四节 汽车产品的描述 思考题第五章 现代汽车销售渠道 第一节 汽车销售渠道分析 第二节 汽车销售网络的构建与管理 第三节 汽车产品实体分销 思考题第六章 现代汽车销售 第一节 新车销售程序 第二节 制定销售计划与寻找潜在顾客 (阅读材料) 开发潜在顾客的途径 第三节 汽车展示 (阅读材料) 汽车颜色的选择 第四节 顾客异议的处理 第五节 销售缔结 第六节 订立汽车销售合同 第七节 顾客关怀 第八节 汽车保险与理赔 思考题第七章 其他汽车销售方式 第一节 汽车消费信贷 第二节 汽车租赁 第三节 汽车网络营销 (阅读材料) 网络营销与传统营销的比较 第四节 旧机动车交易 第五节 旧机动车估价 思考题第八章 汽车服务第九章 汽车促销策略第十章 汽车营销策划参考文献

<<汽车营销实用教程>>

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>