

<<汽车营销师>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销师>>

13位ISBN编号：9787504573117

10位ISBN编号：7504573116

出版时间：2008-11

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：人力资源和社会保障部教材办公室组织 编写

页数：341

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>

<<汽车营销师>>

前言

经济社会的发展与企业未来竞争的关键是科技的竞争，归根结底是人才的竞争。实行国家职业资格证书制度是加强人力资源建设，加快推进一线产业技能人才辈出战略，提高劳动者素质的有效举措。

十余年来，参加国家和行业、地方职业技能鉴定的人数稳步增长，已达到每年千万人的规模。

随着国家职业资格证书制度的逐步完善和持续推进，我国正在形成旧职业不断蜕变、新职业不断产生的良好态势，针对新职业的技术培训、技能鉴定方兴未艾。

汽车营销师职业即是在我国汽车行业飞速发展，汽车营销工作的作用日益关键、服务范围日益扩大的背景下，逐步成长起来的。

为了满足各级培训、鉴定部门和广大劳动者的需要，人力资源和社会保障部教材办公室、中国劳动社会保障出版社在总结以往教材编写经验的基础上，组织编写了汽车营销师系列“国家职业资格培训教材”。

该系列教材共3册，分别为国家职业资格四级、三级、二级，本书为其中的国家职业资格三级分册。

国家职业资格四级对应于汽车销售员这一岗位，以汽车销售服务技巧为核心能力（主要包括市场调查、销售流程等）；国家职业资格三级对应于资深汽车服务顾问、服务接待、销售主管这一岗位，以市场分析及汽车综合服务为核心能力（主要包括市场分析、综合服务、促销组合等）。

<<汽车营销师>>

内容概要

本教材由人力资源和社会保障部教材办公室组织编写，以汽车营销师（国家职业资格三级）工作实际需要为出发点和落脚点，从强化培养操作技能、掌握实用技能的角度，较好地体现了当前最新的实用知识和操作技术，内容涉及汽车营销人员的商业基础常识、产品策略、市场状态分析、汽车配件销售与管理、汽车服务相关业务处理、二手车交易服务、现代汽车销售渠道管理、汽车促销、顾客服务的开展等，对从业人员提高业务素质、掌握汽车营销的核心技能有直接的帮助和指导作用。

本教材的编写面向汽车营销师（国家职业资格三级）的工作实际情况，是汽车营销师（国家职业资格三级）知识和技能培训的必备教材，也是各级各类职业技术学校汽车营销专业师生的教学参考用书，还可供从事汽车营销工作的有关人员参考。

<<汽车营销师>>

书籍目录

基本知识和基本技能篇 单元1 汽车营销人员的商业基础常识 第一节 财会管理 第二节 会计报表分析 第三节 票据、财务结算和纳税 第四节 汽车营销常见应用文写作 单元2 产品策略 第一节 产品及产品分类 第二节 服务产品 第三节 产品生命周期 第四节 产品组合策略 第五节 品牌策略 专业技能篇 单元3 市场状态分析 第一节 企业的市场营销环境分析 第二节 企业竞争者分析 第三节 汽车目标市场细分 第四节 目标市场选择 第五节 市场定位 第六节 SWOT分析法 第七节 波士顿矩阵 第八节 汽车市场预测 单元4 汽车配件销售与管理 第一节 汽车配件的基本常识 第二节 汽车配件的常用材料和质量鉴别 第三节 汽车配件的采购 第四节 汽车配件的仓储管理 第五节 汽车配件的销售 第六节 汽车配件的保修索赔 单元5 汽车服务相关业务处理 第一节 汽车消费信贷业务的处理 第二节 汽车租赁业务的处理 第三节 汽车网络销售相关业务的处理 第四节 汽车合法手续代理业务 第五节 汽车保险代理业务 单元6 二手汽车交易服务 第一节 二手车交易概述 第二节 二手汽车鉴定评估 第三节 二手车手续检查与技术鉴定 第四节 二手汽车评估的基本方法 第五节 二手汽车成新率的确定 第六节 旧机动车重置成本法鉴定估价实例 单元7 现代汽车销售渠道 第一节 销售渠道 第二节 我国汽车销售渠道的主要模式 第三节 汽车销售网络构建 第四节 销售渠道的管理 第五节 汽车产品物流 单元8 汽车促销 第一节 汽车促销组合 第二节 汽车广告 第三节 汽车销售促进 第四节 公共关系 第五节 人员促销 单元9 顾客服务的开展 第一节 顾客价值 第二节 顾客满意 第三节 客户忠诚 第四节 顾客服务的营销

章节摘录

基本知识和基本技能篇 单元1 汽车营销人员的商业基础常识第一节 财会管理 三、营销管理中的财务运用 1. 维持良好的资金流 企业的产品营销过程中一方面表现出产品流, 另一方面又伴随着资金流(资金的流进和流出)。企业的一切营销活动都与资金流密切相关, 营销管理人员必须正确规划资金流量, 用好、用活资金, 这样才能提高资金使用效率。

2. 应收账款管理 从结算方式上来说, 应收账款管理可归结为现销和赊销两种。“现销”的优点是应计现金流量与实际现金流量相吻合, 能避免呆账、坏账, 也能及时将收回的款项投入再运营, 然而如果企业为了抑制风险而一味追求“现销”, 那么也会坐失商机。为适应竞争需要, 适时采用“赊销”方式可弥补“现销”的不足。从商品流通的角度来看, “赊销”在强化企业市场地位、扩大销售收益、节约存货资金占用、降低存货管理成本等方面也有着“现销”所无法比拟的优势。但是, 从另外一个角度来看, “赊销”会产生应收账款问题、坏账问题, 有一定的风险。同时, 这部分应收款项因被客户占用而无法用来投入运营并增值, 从而造成机会损失, 而且企业还不得不为之付出一定的管理费用。

不难看出, 应收账款的投资收益与投资风险是客观并存的。遵循以下几条原则, 可以有效地管理应收账款: (1) 通过票据来加强商业信用约束力, 以提高交易效率, 减少应收账款的发生。

(2) 建立、健全应收账款管理, 建立坏账准备金制度, 以防不测。

(3) 贯彻“促销与收回并重”的原则, 根据调查资料正确评判客户的偿债能力和信用程度, 在此基础上合理确定信用期限, 避免盲目赊销。

(4) 确定应收账款政策时, 应在“赊销”收益与“赊销”成本及损失之间进行权衡。

<<汽车营销师>>

编辑推荐

《汽车营销师(国家职业资格三级)》为其中的国家职业资格三级分册。
国家职业资格四级对应于汽车销售员这一岗位，以汽车销售服务技巧为核心能力（主要包括市场调查、销售流程等）。

<<汽车营销师>>

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>