

<<汽车配件销售实务>>

图书基本信息

书名：<<汽车配件销售实务>>

13位ISBN编号：9787504582713

10位ISBN编号：7504582719

出版时间：2010-5

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：夏志华 主编

页数：145

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>

<<汽车配件销售实务>>

前言

2007年以来,人力资源和社会保障部教材办公室在组织编写汽车类专业基础课程相关教材的同时,组织编写了汽车检测与维修技术专业方向课的相关教材,这些教材受到了广大师生的好评。为了满足汽车整形技术专业和汽车技术服务与营销专业的教学需要,人力资源和社会保障部教材办公室又组织编写了《汽车钣金维修》《汽车涂装技术》《汽车美容与装饰》《汽车营销与服务》《汽车保险与理赔》《二手车鉴定与评估》《汽车配件销售实务》等教材。

在教材的编写过程中,我们力求做到以下几点: 第一,从汽车4s店、汽车贸易行、二手车交易中心等企业的岗位要求分析入手,结合高等职业院校培养高等技术应用型人才的实际经验,确定教学目标。

以汽车钣金维修、汽车涂装、汽车美容、汽车及配件营销、二手车鉴定与评估、汽车保险与理赔等技能为主线,以相关知识为支撑,设计教材的结构和内容,强化教材的针对性和实用性。

第二,在基本技能和基本知识教学的同时,体现汽车整形技术和汽车技术服务与营销的新技术、新设备、新材料、新工艺,以期缩短学校教学与企业实际的距离,更好地满足企业用人的需要。

第三,按照教学规律和学生的认知规律,以实际案例为切入点,并尽量采用以图代文的表现形式,降低学习难度,提高学生的学习兴趣,从而达到好教、好学的目的。

在上述教材的编写过程中,得到了有关省市教育部门、人力资源和社会保障部门以及一批高等职业院校的大力支持,教材的主编、参编、主审等做了大量的工作,在此我们表示衷心的感谢!同时,恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议,以便修订时加以完善。

<<汽车配件销售实务>>

内容概要

本书为国家级职业教育规划教材，由人力资源和社会保障部职业能力建设司推荐。

本书根据高等职业技术学院教学实际，由人力资源和社会保障部教材办公室组织编写。

主要内容包括汽车配件市场的销售业务、汽车配件购进业务和汽车配件仓储管理。

本书为高等职业技术学院汽车技术服务与营销专业教材，也可作为成人高校、本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校的汽车技术服务与营销专业教材，或作为汽车营销人员自学用书。

本书由夏志华主编，陈昌建、郭玲副主编，董莹、吴静、杨倩参编，刘亚杰主审。

<<汽车配件销售实务>>

书籍目录

模块一 汽车配件市场销售业务 任务1 客户接待 任务2 汽车配件产品推介 任务3 汽车配件合同的签订 任务4 汽车配件交接 任务5 汽车配件售后服务 任务6 汽车配件产品促销
模块二 汽车配件购进业务 任务1 汽车配件市场调查 任务2 汽车配件供应商选择 任务3 汽车配件的订货 任务4 汽车配件的入库
模块三 汽车配件仓储管理 任务1 汽车配件仓储保管 任务2 汽车配件安全管理 任务3 汽车配件的出库

<<汽车配件销售实务>>

章节摘录

汽车配件销售企业的市场调查,就是对汽车配件的各种商品或某种商品的产品供销及其影响因素、企业的销售量、用户结构及市场占有率进行调查研究。

在汽车配件市场调查的策划及实施过程中,市场调查内容和方法的确定是首要的环节,确定之后,再根据市场调查的程序,一步步地得出调查结果。

一、汽车配件市场调查的内容 汽车配件市场调查的内容十分广泛,一般有汽车配件需求调查、市场经营条件调查和市场商品分析等内容。

1.汽车配件需求调查 汽车配件需求调查主要是为了了解配件消费需求量、需求结构和需求时间。

(1) 需求量调查 对于汽车配件销售企业来说,市场需求量调查,不仅要了解企业所在地区的需求总量、已满足的需求量、潜在需求量,还必须了解本企业的销售量在本地区销售总量中所占的比重,即市场占有率。

用公式表述如下: $\text{市场占有率} = \frac{\text{本企业汽车配件销售额}}{\text{该地区汽车配件销售总额}} \times 100\%$ 市场占有率实际上表示企业在该地区的竞争能力,也表示开拓地区市场的可能性。

影响汽车配件需求量的基本因素如下: 1) 国家政策和社会经济形势的变化。如国家汽车产业政策的变化、国家工资政策的变化、国家各种经济政策的变化(如外贸政策、进出口政策),以及经济发展稳定与否和经济体制改革的进程等。

例如,北京的私车保有量大大高于上海,而北京的人均GDP和人均可支配收入都低于上海,这就是执行不同汽车消费政策的结果。

上海对私车进行总量控制、适度放开,而北京则宽松得多。

2) 消费观念的变化。

消费者对商品的需求可概括为:生存、舒适、发展。

目前我国消费者对汽车的需求心理主要表现为“拥有”,随着生活水平的提高,汽车逐步进入家庭,人们对汽车舒适性的要求必然会增加,这就会相应地引起某些汽车配件需求量的变化(如中央门锁、真皮座椅、视听设备等)。

3) 人口数量及其年龄结构的变化。

人口总量及构成是决定商品需求总量及其构成的自然基础,从年龄结构上分析,老年人、青年人对汽车的需求差别很大。

在美国,统计数据表明,34~52岁的人士与女性顾客是汽车维修业的重要客户。

现在,青年人对汽车装饰追求个性化,因此,对汽车配件的需求也会随这些变化而变化。

4) 社会商品购买力及其投向的变化。

社会商品购买力的增加必然会导致汽车新增需求和更新需求的增长,汽车配件的需求量也会随之增长。

5) 价格的变化。

一般来说,假设其他因素不变时,汽车配件的需求量会随着价格变化向相反方向发展。

<<汽车配件销售实务>>

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>