

<<汽车营销与服务百问百答>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销与服务百问百答>>

13位ISBN编号：9787508349619

10位ISBN编号：750834961X

出版时间：2007-2

出版时间：中国电力

作者：王建胜

页数：162

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>

<<汽车营销与服务百问百答>>

内容概要

本书立足于实际，将汽车营销专业人员所需掌握的专业知识和实际操作技能，以百余个问答的形式进行了详细的介绍。

本书主要内容包括：汽车营销基本概念、汽车市场竞争、汽车市场购买行为、汽车市场调研与预测、汽车市场定位、汽车产品策略、汽车价格策略、汽车分销策略、汽车促销策略、汽车服务策略、国际汽车市场营销、中国汽车市场营销。

全书以问答的形式编写，通俗易懂，深入浅出，力求融知识性、实用性、通俗性和可操作性为一体。可供广大汽车营销专业人员阅读，也可作为大、中专院校相关专业师生的参考书。

<<汽车营销与服务百问百答>>

书籍目录

第一章 汽车营销基本概念 1. 如何理解市场的含义、类型和作用？

2. 如何理解市场营销的含义？

市场营销具有什么样的功能？

3. 我国汽车的需求领域有哪几种类型？

4. 汽车市场营销环境有何特点？

5. 为什么要对汽车市场营销环境进行分析？

市场营销环境分析的程序是什么？

6. 车用燃油对汽车企业营销活动有何影响？

7. 科技环境对汽车市场营销有何影响？

8. 具备什么样的条件才能成为汽车配件营销企业？

它应有什么样的作用和任务？

第二章 汽车市场竞争 9. 在汽车行业企业之间竞争的激烈程度受什么因素制约？

10. 在什么样的情况下，商品购买者具有较强的竞争力？

11. 在交易中，企业为什么要注意供应商的能力和表现？

12. 完全竞争的市场有哪些特征？

13. 为什么说对顾客分析、竞争者分析和企业资源分析是企业市场竞争策略决策的基本条件？

14. 经营活动时企业在选择市场竞争策略时应把握什么原则？

15. 如何理解市场营销组合（Marketing Mix）的内涵？

它具有什么样作用和特点？

16. 什么是大市场营销？

它具有什么样特点？

大市场营销的提出有何意义？

第三章 汽车市场购买行为 17. 汽车业务市场具有什么样的特点？

18. 构成汽车业务市场的顾客有哪些？

他们的购买类型有哪些？

19. 汽车业务购买决策过程可以划分为几个阶段？

20. 汽车中间商从事采购业务时需要做出哪些决策？

他们的购买类型一般分为哪几种类型？

21. 整车服务市场有什么样的特点？

22. 整车装配用户的购买类型一般分为哪几种？

影响整车装配用户购买行为的因素有哪些？

23. 汽车售后服务市场有什么特点？

24. 什么样的购买行为的因素会影响汽车售后服务？

25. 汽车配件维修用户购买决策过程是什么样的？

第四章 汽车市场调研与预测 26. 汽车企业开展汽车市场调研与预测有什么样的必要性？

27. 应用汽车营销信息系统时需注意什么问题？

28. “养路费改征燃油税”的完善和推行有什么优点？

29. 市场需求预测的一般步骤是什么？

汽车市场预测常用方法有哪些？

第五章 汽车市场定位 30. 什么是汽车市场细分与目标市场？

汽车市场细分的基本方法有哪些？

31. 为了确保市场细分的实用性和有效性，应遵循什么样的原则？

32. 通常情况下如何对汽车消费市场予以细分？

33. 在汽车营销过程中汽车零部件市场如何细分？

34. 定制营销（Customization Marketing）的特征是什么？

35. 汽车产品定制营销的类型有哪些？

.....第六章 汽车产品策略第七章 汽车价格策略第八章 汽车分销策略第九章 汽车促销策略第十章 汽车服务策略第十一章 国际汽车市场营销第十二章 中国汽车市场营销附录 汽车产业发展政策参考文献

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>