第一图书网, tushu007.com

<<汽车营销一书通>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销一书通>>

13位ISBN编号：9787535941114

10位ISBN编号：7535941117

出版时间：2007-1

出版时间：广东科技出版社

作者：徐淼

页数：192

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

内容概要

本书以市场营销学理论和方法为基础，从汽车销售领域的操作入手，辅以多种实例，详尽讲解整车销售等专业技能知识，具有很强的实用性和实务性。
既可作为相关专业的教学用书，又可作为汽车销售行业的指导用书。

<<汽车营销一书通>>

书籍目录

第1章 汽车工业的发展与现状 第一节 世界汽车工业发展与现状　一、国外汽车工业发展概况　二、世界汽车工业发展趋势 第二节 中国汽车工业发展与现状　一、中国汽车产业基本状况　二、中国汽车需求现状和趋势预测　三、中国汽车工业面临的主要问题第2章 汽车营销概述 第一节 市场与市场营销　一、市场的涵义　二、市场营销的涵义　三、市场营销学形成和发展 第二节 汽车营销发展及要素　一、汽车营销观念的演变　二、营销要素与营销组合　三、汽车营销对象及方法第3章 汽车营销相关知识 第一节 汽车基础知识　一、汽车分类及代号　二、汽车总体构造　三、汽车主要性能指标 第二节 汽车营销相关法规知识　一、营销有关通用法规　二、汽车营销专用法规知识　三、机动车交易管理办法第4章 汽车营销环境分析 第一节 汽车市场营销环境概述　一、市场的形成与发展　二、汽车市场营销环境分析的意义　三、汽车市场营销环境的特点 第二节 汽车营销宏观环境分析　一、政治法律环境　二、经济和市场环境　三、自然和人口环境　四、文化和科技环境 第三节 汽车营销微观环境分析　一、企业　二、营销渠道企业　三、市场　四、竞争者　五、公众第5章 汽车营销市场战略 第一节 市场购买行为分析　一、影响汽车市场购买行为的因素　二、消费者市场购买行为分析　三、业务市场购买行为分析 第二节 汽车市场调研与预测　一、汽车市场营销调研　二、汽车市场营销预测 第三节 汽车目标市场选择与定位　一、市场细分化　二、目标市场选择　三、市场定位第6章 汽车市场营销组合 第一节 汽车产品策略　一、汽车产品的整体概念　二、汽车产品的组合策略　三、汽车产品的品牌策略　四、汽车产品寿命周期的营销策略 第二节 汽车价格策略　一、汽车价格构成及影响因素　二、汽车定价方法与基本步骤　三、汽车产品定价策略 第三节 汽车分销策略　一、汽车分销概述　二、汽车分销的形式　三、汽车分销策略案例分析 第四节 汽车促销策略　一、汽车促销组合　二、汽车广告策略　三、销售促进策略　四、汽车人员促销策略第7章 汽车营销实务 第一节 售前准备工作　一、产品知识　二、消费行为　三、自我态度与销售的核心实力 第二节 接近客户技巧　一、前三分钟　二、沟通目的　三、亲近易懂 第三节 分析客户需求　一、购买动机　二、客户需求　三、客户状态 第四节 交车及跟踪服务　一、交车程序　二、跟踪访问第8章 汽车营销一线操作详解 第一节 一线业务流程及标准设置　一、一线销售和服务流程　二、客户服务标准及关键步骤　三、实际表现结果评估　四、执行流程 第二节 一线业务流程及标准执行　一、销售流程　二、服务流程参考文献

第一图书网, tushu007.com

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