

<<汽车配件营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<汽车配件营销与管理>>

13位ISBN编号：9787564040116

10位ISBN编号：7564040114

出版时间：2011-1-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：谭本忠 主编

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>

## <<汽车配件营销与管理>>

### 内容概要

《汽车配件营销与管理》介绍了汽车营销的基础知识。全书共六章，主要包括汽车市场营销基础知识，汽车市场调查与预测，汽车市场分析，汽车市场营销策略，汽车促销策略，现代汽车的销售等内容。

## &lt;&lt;汽车配件营销与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 汽车配件基础知识第一节 相关的汽车构造知识一、发动机二、底盘三、车身（包括电器）  
第二节 汽车配件的类型一、汽车零部件二、汽车标准件三、汽车材料第三节 汽车配件的编号规则  
一、我国汽车零部件的编号规则二、丰田汽车零部件编号规则第四节 如何鉴别正规配件一、观察法  
二、比较法【案例一：如何分辨真假机油滤清器】【案例二：副厂产品顶替纯牌配件】第五节 汽车配件的检索一、配件检索工具二、配件检索方法第二章 汽车主要零部件及常用材料第一节 汽车主要零部件及易损件一、发动机主要配件二、底盘主要配件三、电气设备主要配件第二节 常用易耗材料一、常用润滑材料【案例一：德豹产品的“豹王通用机油APISL CFSAE5W40”代表什么类型的机油】二、常用汽车油液【案例二：不要让车“喝”自来水】三、汽车油漆第三节 汽车美容用品一、防爆膜二、汽车清洗剂三、汽车漆面护理用品四、汽车蜡五、汽车保护剂六、汽车安全防护第三章 汽车配件采购第一节 库存管理与采购一、库存管理的目的二、买一卖一理论第二节 配件采购方式与进货量的确定一、配件采购方式二、进货量的确定第三节 进货渠道与货源鉴别一、进货渠道二、货源鉴别第四章 汽车配件库存管理第一节 汽车配件入库管理一、接运二、验收三、入库四、货架及储物盒第二节 汽车配件仓库管理一、配件的仓位编号二、配件的存放三、配件的保管与保养第三节 库存配件的盘点一、盘点的目的二、盘点的方法三、盘点结果的验收及总结【案例：仓库管理与盘点】第五章 汽车配件销售第一节 配件销售的特点及销售人员的素质一、配件销售的特点二、配件销售人员应具有素质第二节 汽车零部件分销渠道一、汽车零部件分销渠道概述二、汽车零部件的渠道模式三、分销渠道的管理第三节 汽车零部件价格的确定一、影响汽车零部件定价的因素二、配件定价的方法及程序【案例一：加成定价】三、配件定价策略【案例二：柴油机价格的解决方案】四、零部件价格变动及调整第四节 汽车零部件的促销一、促销概述二、汽车零部件人员推销策略及方式三、汽车零部件广告与展会促销四、汽车零部件销售促进五、汽车零部件公共关系促销第五节 汽车配件销售技巧一、了解客户心理二、促进交易成功方法第一节 索赔的目的和原则一、索赔的目的二、索赔的原则第二节 汽车配件的质量担保与索赔一、服务站对汽车配件部门供应配件的索赔二、用户在汽车使用过程中配件出现质量问题的担保与索赔三、汽车配件担保索赔应注意的几个问题第三节 索赔旧件的处理一、索赔旧件处理规定二、索赔旧件悬挂标签的填写与悬挂要求三、索赔件的清洁和装运要求第七章 汽车配件计算机管理系统第一节 配件管理系统的作用与功能一、配件管理系统的作用二、配件管理系统的功能第二节 汽修汽配管理系统简介一、系统主界面二、维修业务三、配件业务四、库存管理第三节 汽车配件目录系统简介一、奇瑞汽车配件目录系统二、东风日产乘用车配件目录系统第八章 汽车零部件的开发和发展趋势第一节 汽车零部件的开发一、汽车零部件新产品开发的意义二、汽车零部件产品开发的现状三、汽车零部件新产品开发战略第二节 汽车零部件的发展趋势一、汽车零部件模块化二、汽车零部件电子化三、汽车零部件环保化参考文献

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>