第一图书网, tushu007.com

<<汽车营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销与策划>>

13位ISBN编号：9787811064278

10位ISBN编号：7811064278

出版时间：2006-8

出版时间：郑州大学出版社

作者：管洲

页数：361

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本教材体系完整、内容全面，适用于大学汽车工程专业、交通运输专业、汽车维修专业及其他相关专业课程，同时也可以作为汽车销售、运输、维修服务企业各个层面的管理人员和基层操作人员的培训教材及相关专业人员的参考书；既可以作为有关院校学习培训教材用书，也可以作为从事汽车营销管理工作人员培训和学习时的参考用书。

<<汽车营销与策划>>

书籍目录

第一章　汽车营销概论　第一节　汽车的产生和发展　第二节　汽车的发展对社会的影响　第三节　汽车市场和汽车市场营销　第四节　汽车市场营销观念的演变第二章　汽车营销环境分析　第一节　汽车营销的宏观环境分析　第二节　汽车营销的微观环境分析　第三节　汽车企业适应市场营销环境变化的策略第三章　汽车品牌营销管理　第一节　品牌营销理论概述　第二节　品牌营销的效应　第三节　汽车品牌营销与消费者忠诚　第四节　品牌营销与汽车营销模式　第五节　在汽车营销中塑造品牌第四章　汽车销售渠道和分销商情况　第一节　汽车销售渠道概述　第二节　汽车分销渠道中的中间商　第三节　国内与国外汽车销售模式研究　第四节　销售渠道和销售商的管理第五章　销售计划的预测、监控与修订　第一节　汽车销售计划的预测　第二节　发现和评估汽车市场机会　第三节　汽车销售计划的监控和调整第六章　汽车销售队伍的建设与日常管理　第一节　汽车销售者管理概述　第二节　汽车销售队伍的建设　第三节　销售人员的日常管理第七章　处理客户投诉和售后服务　第一节　汽车售后服务概述　第二节　售后服务模式的创新一一感情销售　第三节　对待客户投诉的原则与技巧第八章　创新销售的理论与实践　第一节　现代汽车的营销理念　第二节　创新性的营销技术　第三节　营销组织的变革理论　第四节　我国汽车营销模式的发展对策第九章　营销策划理论　第一节　营销策划理论概述　第二节　汽车营销策划案例一：一汽大众的策划模式　第三节　汽车营销策划案例二：“ 长安之星 ”营销解析第十章　汽车营销案例分析：别克汽车中国市场营销案例参考文献

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