

<<汽车营销策划经理工具箱>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销策划经理工具箱>>

13位ISBN编号：9787111349488

10位ISBN编号：7111349482

出版时间：2011-8

出版时间：机械工业出版社

作者：刘同福

页数：203

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>

## <<汽车营销策划经理工具箱>>

### 内容概要

由刘同福编著的《汽车营销策划经理工具箱》可以帮助汽车企业的营销人员明确有关汽车营销、广告、促销的策划和操作规范、流程、表格、表单，指导汽车企业的营销人员开展有关汽车营销的策划工作，了解有关汽车营销策划的管理方法和操作细节。

《汽车营销策划经理工具箱》从汽车企业工作的实际情况出发，将汽车营销策划细分为6个部分：市场营销调查、广告策划、促销策划、公关专题活动策划、俱乐部策划、营销策划管理手册与工具。从标准化、规范化层面，为汽车营销策划日常操作与管理提供了一套行之有效的工作标准与操作规范，并附有大量的与工作相关的制度模板与实用表格。

《汽车营销策划经理工具箱》内容详尽务实，可操作性强，是汽车企业市场部进行高效率、规范化管理和迅速提升能力的参照范本。

本书为汽车营销策划相关工作岗位、工作环节进行专业化、规范化运作提供了有效的解决方案，为汽车企业市场部建立专业化、规范化管理体系提供了全面借鉴。

## <<汽车营销策划经理工具箱>>

### 作者简介

刘同福，经济学硕士，资深咨询培训师，历任高校讲师、企业咨询培训师、营销总监、副总经理、总经理等职务，现任中国汽车流通协会市场营销专业委员会副秘书长。

从事汽车营销实战和研究十余年，在汽车营销实战和汽车营销培训、咨询方面积累了丰富的经验。主讲过数百场汽车营销专场培训，成功操作过数十例汽车营销咨询案例，知名高校、咨询机构和汽车厂家特邀讲师

曾在国内多家权威营销杂志和刊物上发表过《汽车体验式营销方式》、《汽车4S店的持续发展之道》、《汽车经销商决胜未来之道》等数十篇汽车营销类专业论文。

出版的著作有：《汽车销售人员实战手册》、《汽车销售经理实务手册》、《汽车营销策划实用手册》、《汽车销售冠军的七大秘诀》、《汽车销售管理实用表格汇编》、《汽车维修企业管理实战手册》、“汽车营销实战攻略丛书”。

## <<汽车营销策划经理工具箱>>

### 书籍目录

丛书序

前言

- 第一章 汽车市场营销调查
  - 第一节 汽车市场调查概述
  - 第二节 制订汽车市场调查计划
  - 第三节 组织实施市场调查活动
  - 第四节 汽车市场调查报告的撰写
  - 第五节 汽车市场调查问卷的设计
  - 第六节 汽车市场调查问卷范例
- 第二章 汽车广告策划
  - 第一节 汽车广告策划书
  - 第二节 媒体策划书
  - 第三节 汽车广告预算书
- 第三章 汽车促销策划
  - 第一节 汽车促销方案的模式
  - 第二节 种基本的汽车销售促进工具
  - 第三节 汽车促销活动策划书模板
- 第四章 汽车营销公关专题活动策划
  - 第一节 汽车营销公关专题活动类型
  - 第二节 汽车营销公关策划书范本
- 第五章 汽车俱乐部策划
  - 第一节 我国汽车俱乐部的现状
  - 第二节 汽车俱乐部会员制简介
  - 第三节 汽车俱乐部宣传介绍范例
  - 第四节 汽车俱乐部章程
  - 第五节 汽车俱乐部的服务模式
  - 第六节 汽车俱乐部活动策划范例
- 第六章 汽车营销策划管理手册与工具
  - 第一节 市场部管理手册范本
  - 第二节 汽车营销策划工具

## <<汽车营销策划经理工具箱>>

### 章节摘录

版权页：插图：·市场部负责公司决策层以上人员对《营销推广方案》进行评审。

·市场部对评审后的《营销推广方案》与策划公司进一步细化拟订分支实施计划，并按计划执行。

广告管理及实施·市场部经理根据营销策划报告负责编写《广告宣传计划》，包括广告费用预算，配合销售分阶段推出所作的广告主题、媒体分析等报公司主管领导审批，并根据销售情况适时调整计划。

·营销主管副总负责牵头定期召开的中介代理、广告公司三方例会。

·市场部广告文员和销售部负责对广告公司完成宣传印刷品的质量及数量进行验收，并填写《宣传印刷品验收记录表》。

·对大型产品如广告牌等进行完工验收时，由市场部经理组织与销售部共同参与完成。

·市场部主管在与广告公司的合作过程中，如果发现对方在设计方案、时间配合等方面不合格，应及时告知对方要求整改，并跟踪整改结果，对合作过程中发生的工作及重大事项应随时记录在案，根据需要即时对合作广告公司的工作质量进行分析并对是否继续合作提出建议。

广告审批及归档·广告设计完成后，市场部经理、主管等对版面、文案讨论，报主管营销副总修订并签字确认，签字稿归档保存。

·每期广告（特别是报纸广告）应在发布前五天前委托广告发布代理公司去审批。

·企划主管在广告发布后，分类归档审批文件。

发布最终稿件通过报纸剪辑与电子版方式分别保存。

广告宣传效果评估分析·每期广告发布前三天，市场部主管以报纸小样方式通知销售部，以便监控效果。

·市场部主管拟订《广告发布调查统计表》等表格发销售部，由销售部将有关广告效果统计数据按要求及时间汇总至市场部主管。

·市场部主管负责对阶段内广告发布效果进行评估形成《阶段性广告宣传效果分析报告》，并与市场部经理讨论确定后提交主管副总审议。

根据评估结果及时对《营销推广方案》分计划进行调整。

## <<汽车营销策划经理工具箱>>

### 编辑推荐

《汽车营销策划经理工具箱》：为汽车营销策划专业化、规范化运作提供了有效解决方案为汽车企业建立专业化、规范化管理体系提供了全面借鉴为汽车行业迅速提升汽车营销策划的能力提供了参照范本。

如何才能让平凡的人做出不平凡的业绩？

最好的方法就是运用标准化工具。

国外优秀企业都尽可能地将营销过程标准化。

标准化的营销程序与标准化的营销管理，最大优点就是避免营销管理的随意性，避免由于营销人员个人经验、能力、悟性等不足而可能给企业造成损失。

、如果缺乏标准化的工具作为支撑，通常企业都执行力低下。

汽车企业要想提高市场竞争力，必须走营销标准化之路。

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>