

<<汽车营销策划>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销策划>>

13位ISBN编号：9787111357650

10位ISBN编号：7111357655

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：裘文才 主编

页数：144

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>>

### 内容概要

中国汽车市场机会无限，但竞争激烈，汽车营销策划已经成为决战市场的重要武器。本书由具有20余年汽车营销策划和教育培训经验的专家编写，从中国汽车市场的实际需求出发，全面阐述了汽车营销策划的概念、作用、方法，策划人必须具备的7种能力，产品策划、价格策划、渠道策划和促销策划的原则、步骤和要点。为提高实际操作能力，书中还特别安排了7种典型的市场营销策划案例、8个典型实训项目等实用内容。

《汽车营销策划》总结了许多汽车行业中成功的营销策划经验和窍门，既具有系统性，又突出了实操性，是本科及高职院校营销专业的重要教材，也可作为汽车营销行业从事研发、市场、营销岗位人员的培训用书。

## <<汽车营销策划>>

### 书籍目录

#### 前言

#### 第一章 市场营销策划基础理论

##### 第一节 市场概述

一、市场的概念

二、市场的分类

三、市场细分

四、目标市场选择

五、选择目标市场的几种方法

##### 第二节 营销概述

一、营销的概念

二、几种营销理论

##### 第三节 策划概述

一、策划的概念

二、策划的核心思想

三、策划、战略、策略、战术的关系

四、策划的特征

五、企业目标与策划人

六、策划的原则

##### 第四节 策划人必备的能力

一、营销研究能力

二、信息收集能力

三、发现可能的能力

四、产生创意的能力

五、立体构造的能力

六、完整策划的能力

七、力求成功的能力

案例赏析

思考题

#### 第二章 市场营销策划方法

##### 第一节 营销策划与联动优化

一、策划与企业竞争力

二、策划与联动优化

##### 第二节 市场营销策划思考方法

一、市场营销策划的思维基础

二、市场营销策划与创新

三、营销调研与预测

四、市场营销策划的方法

五、市场营销策划的创意方法

##### 第三节 营销策划书的撰写

一、市场营销策划步骤

二、策划书撰写要点

三、策划书内容构成

案例赏析

思考题

#### 第三章 汽车产品策划

## <<汽车营销策划>>

### 第一节 产品的整体概念及产品定位方法

- 一、产品的整体概念
- 二、准确把握产品的整体概念
- 三、产品整体概念的特征及意义
- 四、产品概念的扩展思考
- 五、产品定位的方法

### 第二节 产品生命周期与营销策划

- 一、产品生命周期
- 二、产品生命周期各阶段的特点
- 三、产品种类、形式、品牌的生命周期
- 四、产品生命周期各阶段的营销策略
- 五、产品组合与营销策划
- 六、新产品开发与营销策略

### 第三节 产品品牌策划

- 一、品牌与品牌化
- 二、品牌与汽车
- 三、品牌化决策
- 四、品牌命名策划
- 五、品牌形象策划
- 六、品牌数量策划
- 七、品牌创新策略
- 八、品牌延伸策划
- 九、品牌传播策划

案例赏析

思考题

## 第四章 汽车价格策划

### 第一节 定价与价格影响因素

- 一、影响价格的客观因素
- 二、汽车价格体系
- 三、汽车定价目标
- 四、汽车定价程序
- 五、汽车定价方法

### 第二节 汽车价格策划

- 一、汽车价格策划原则
- 二、汽车价格策划程序
- 三、汽车定价策略

案例赏析

思考题

## 第五章 汽车分销策划

### 第一节 汽车销售渠道策划

- 一、汽车销售渠道的概念
- 二、汽车销售渠道的功能
- 三、汽车经销商的作用
- 四、汽车销售渠道的类型
- 五、汽车销售渠道的演变
- 六、渠道冲突的管理

### 第二节 汽车厂商关系策划

## <<汽车营销策划>>

一、市场变化需要合作共赢的厂商关系

二、经销商关系管理策划

案例赏析

思考题

### 第六章 汽车促销策划

#### 第一节 汽车销售促进与促销组合

一、汽车销售促进

二、汽车销售促进组合

#### 第二节 人员推销策划

一、人员推销的形式

二、人员推销的任务

三、人员推销的步骤

四、人员推销的特点

五、人员推销的方法和技巧

六、人员推销的管理决策

#### 第三节 汽车广告策划

一、确定汽车广告目标

二、汽车广告目标分类

三、制定汽车广告预算

四、选择汽车广告媒体

五、广告策划步骤

六、广告策划策略

#### 第四节 汽车营销公关策划

一、公共关系概念

二、公共关系的作用

三、汽车市场营销公关的工具

四、公关活动的内容

#### 第五节 正确运用销售促进组合

一、销售促进组合是一盘棋

二、合理运用促销组合

三、组合运用促销工具

案例赏析

思考题

### 第七章 汽车营销策划实务

#### 第一节 市场营销活动策划要点及方案设计

一、汽车市场营销活动策划的原则

二、市场营销活动策划要点

三、市场营销活动的方案设计

#### 第二节 典型市场营销活动的策划

一、典型的营销活动

二、几种市场营销活动的策划

案例赏析

思考题

### 附录 汽车营销策划实训参考

实训1 汽车产业政策辩论实训

实训2 地方经济数据采集和分析实训

实训3 汽车品牌策划案模拟写作实训

<<汽车营销策划>>

- 实训4 汽车产品说明书陈述实训
- 实训5 计算机汽车产品信息采集与分析实训
- 实训6 汽车价格策略分析实训
- 实训7 汽车销售促进策划案撰写实训
- 实训8 汽车新闻软文写作实训

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>