

<<汽车销售与服务>>

图书基本信息

书名：<<汽车销售与服务>>

13位ISBN编号：9787114058295

10位ISBN编号：7114058292

出版时间：2006-1

出版单位：人民交通出版社

作者：张国方

页数：244

字数：361000

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>

<<汽车销售与服务>>

内容概要

本书共分为11章，主要介绍了汽车这种特殊商品在市场营销及其销售服务方面的特定内涵与做法，以及市场营销学及汽车销售与服务的新理念、新手段、新方法和新业务，力求达到系统性、针对性和适用性的完整统一。

本书为高等学校汽车服务工程专业的教材，也可供交通运输、载运工具运用工程等专业的学生使用，以及从事汽车服务行业和相关工程技术的人员学习参考。

<<汽车销售与服务>>

书籍目录

第1章 概论 1.1 市场与市场营销 1.2 现代市场营销观念的确立 1.3 我国汽车工业体系和汽车市场的发展第2章 汽车销售与服务的顾客满意工程 2.1 顾客满意战略 2.2 顾客满意管理第3章 汽车厂商的战略规划与营销管理过程 3.1 汽车企业的战略规划 3.2 汽车厂商的竞争战略与策略 3.3 汽车企业商场营销管理过程 3.4 汽车厂商的目标市场营销 3.5 汽车营销的计划、实施、控制与组织保证第4章 汽车企业的营销环境 4.1 市场营销环境的概念与组成 4.2 汽车市场营销的微观环境 4.3 汽车市场营销的宏观环境第5章 汽车用户购买行为研究 5.1 汽车产品的使用特点及汽车用户的需求域分类 5.2 汽车私人消费市场及购买行为 5.3 汽车集团组织市场及购买行为第6章 汽车产品与定价策略 6.1 汽车产品与产品组合 6.2 汽车定价的程序及影响因素 6.3 汽车产品的基本定价方法与价格策略第7章 汽车销售服务渠道的组织管理与交易实务 7.1 分销渠道的一般理论 7.2 汽车产品分销渠道的组织与管理 7.3 国内外汽车分销体系的演变与发展 7.4 汽车零部件的分销第8章 汽车产品的物流组织与管理 8.1 物流及其物流管理概述 8.2 汽车整车的物流组织与管理 8.3 汽车零部件的物流组织与管理 8.4 物流管理现代化第9章 汽车促销策略 9.1 促销策略概述 9.2 人员推销 9.3 广告 9.4 营业推广 9.5 公共关系第10章 汽车厂商的售后服务 10.1 售后服务概述 10.2 汽车厂商售后服务的技术性工作 10.3 售后服务网络的建设与管理 10.4 售后服务的管理 10.5 特殊产品与用户的售后服务第11章 汽车“四位一体”专卖企业的业务拓展及其管理 11.1 汽车改装与装饰 11.2 汽车金融服务 11.3 汽车租赁 11.4 旧车交易 11.5 其他相关辅助业务 11.6 汽车“四位一体”专卖企业的管理参考文献

<<汽车销售与服务>>

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>