

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787114102486

10位ISBN编号：7114102488

出版时间：2013-1

出版时间：人民交通出版社

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>>

书籍目录

第一篇汽车营销理论 第1章汽车营销概论 1.1市场与市场营销 1.2市场营销观念的发展 1.3我国汽车工业与汽车市场的发展 第2章汽车营销战略与营销管理 2.1汽车企业的战略规划 2.2汽车市场营销竞争战略 2.3汽车市场营销管理 第3章汽车营销环境分析 3.1市场营销环境概述 3.2汽车营销微观环境 3.3汽车营销宏观环境 3.4市场营销环境分析 第4章汽车市场购买行为分析 4.1汽车消费者市场的购买行为 4.2汽车组织市场的购买行为 第5章汽车市场营销调研与预测 5.1汽车市场营销调研 5.2汽车市场营销预测 5.3汽车营销信息系统 第二篇汽车营销策略 第1章汽车目标市场营销策略 1.1汽车市场细分 1.2汽车目标市场选择 1.3市场定位 第2章汽车产品策略 2.1汽车产品的整体概念 2.2汽车产品生命周期理论 2.3汽车产品组合策略 2.4汽车品牌策略 第3章汽车定价策略 3.1汽车定价概述 3.2汽车定价的目标与程序 3.3汽车定价的方法与策略 3.4汽车价格变化及企业对策 第4章汽车分销策略 4.1分销渠道理论 4.2汽车分销渠道的设计、组织与管理 4.3汽车销售方式 第5章汽车促销策略 5.1促销策略概述 5.2人员推销 5.3广告 5.4公共关系 5.5营业推广 第三篇汽车营销实务 第1章4S店汽车营销模式 1.1寻找潜在顾客 1.2接待 1.3需求分析 1.4车辆介绍 1.5试乘试驾 1.6顾客异议处理 1.7成交 1.8交车 1.9跟踪 第2章二手车市场营销 2.1二手车市场现状与发展 2.2一丰奎蓉帝与评估 2.3二手车交易 第3章汽车消费信贷 3.1汽车消费信贷的概念与形式 3.2汽车消费信贷实务 3.3汽车消费信贷风险及防范 第4章汽车营销新方式 4.1汽车绿色营销 4.2汽车网络营销 4.3汽车事件营销 4.4汽车整合营销 参考文献

<<汽车营销>>

章节摘录

版权页：插图：⑤必要的附件。

市场营销调研报告有两种常见的形式。

一种是技术性报告，它着重报告市场调研的过程，其内容包括调研目的、调研方法、数据资料处理技术、主要调研资料摘录、调研结论等等，主要供市场调研人员阅读。

另一种是结论性报告，它着重报告市场调研的成果，提出调研人员的结论与建议，供营销决策主管人员参考。

5.2汽车市场营销预测 5.2.1市场营销预测的概念及作用 1.市场营销预测的概念 市场营销预测是在营销调研的基础上，运用科学的理论和方法，对未来一定时期的市场需求量及影响需求的诸多因素进行分析和研究，寻找市场需求发展变化的规律，营销管理人员提供未来市场需求的预测性信息。

2.汽车市场预测的作用 市场预测是企业进行经营决策的重要前提条件，是企业制定经营计划的重要依据，同时可使企业更好地适应市场的变化，提高企业的竞争能力。

通过市场预测，可以为汽车企业找到盈利的机会，为汽车企业市场经营活动提供依据，帮助汽车企业在经营中克服盲目性，使汽车企业增强竞争能力、应变能力，取得良好的经济效益。

5.2.2汽车市场预测的主要内容 1.市场需求预测 市场需求潜力是指在一定时期和特定区域内，全体买方对某项商品的最大可能购买量。

通过对市场需求潜力的预测，企业就有可能掌握市场的发展动态，以便合理地组织自己的经营活动，如确定目标市场、筹措资金、订购原料、规划生产等。

2.企业销售预测 企业销售预测是企业对生产的各种产品销售前景的判定，包括对销售的品种、规格、价格、销售量、销售额、销售利润及其变化的预测。

通过销售预测，可以了解消费者需求的新动向，从而研究和开拓市场；它是企业制定和实施价格策略、选择分销渠道和销售促进策略的重要依据。

3.市场占有率预测 它是指预测本企业所经营的商品销售量在整个市场商品销售总量中所占的比例。从市场占有率增加或减少的预测中，可以判断市场需求、市场竞争和企业经营发展状况，从而采用相应的市场竞争策略，保证企业经营方向的正确。

4.企业所需资源预测 企业经营需要的资源主要是物质资源。

通过对所需资源的预测，可以对资源的市场供应状况及其变化趋势、降低资源消耗的可能性、资源的价格变化。

<<汽车营销>>

编辑推荐

《交通版高等职业教育规划教材:汽车营销》既可作为高职高专院校汽车技术服务与营销类专业的教材，也可作为汽车营销专业人员的培训教材与参考书。

<<汽车营销>>

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>