

<<汽车营销技术>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销技术>>

13位ISBN编号：9787560617855

10位ISBN编号：7560617859

出版时间：2007-2

出版时间：西安电科大

作者：孙华宪

页数：187

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>

<<汽车营销技术>>

内容概要

《汽车营销技术》着重介绍与汽车营销有关的知识、技能和方法。

全书共11章，内容分别为：绪论、汽车销售人员的基本素质、汽车用户购买行为分析、汽车销售实务、汽车商品质量的保证、汽车营销延伸服务、汽车网上交易、汽车市场环境分析与目标市场营销、汽车市场信息的流动、汽车销售策略、汽车营销网的建设等。

《面向21世纪机电类专业高职高专规划教材：汽车营销技术》前七章为营销人员所应掌握的知识 and 技能，后四章则是营销管理人员需掌握的营销理论知识。

书末给出了销售三角理论、《二手车流通管理办法》和《二手车交易规范》，以便读者参考。

《面向21世纪机电类专业高职高专规划教材：汽车营销技术》可作为高职高专院校汽车营销专业及汽车服务与营销专业的教材，也可供从事汽车营销工作的其他相关人员参考。

<<汽车营销技术>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 汽车工业概况一、世界汽车工业发展简述二、我国汽车工业的发展概述三、我国汽车工业的现状与发展趋势四、国内外主要汽车生产厂家简介第二节 我国汽车市场概述一、我国汽车市场的发展历程二、我国汽车市场的特点及影响因素三、我国汽车市场主要销售模式简介第二章 汽车营销人员的基本素质第一节 汽车营销人员应具备的基本销售理念一、销售“产品”更销售“公司”二、满足客户需要是销售活动的结果三、销售是通过服务来进行的第二节 汽车营销人员应具备的素质一、自信二、礼仪三、助人、热诚、友善四、扎实的汽车专业知识第三节 汽车营销人员的基本礼仪和技巧训练一、仪表塑造二、仪态塑造三、语言礼仪四、电话礼仪五、商务交际礼仪第四节 订立合同的基本知识一、经济合同的概念二、合同的签订第五节 票据一、票据的基本知识二、票据结算业务品种三、填写票据和结算凭证的基本要求四、票据风险及风险的规避第六节 消费者权益一、消费者的权利二、经营者的义务第三章 汽车用户购买行为分析。第一节 汽车用户购买行为概述一、汽车用户及其分类二、用户购买行为的一般过程第二节 汽车消费用户购买行为分析一、消费用户的购买行为模式二、消费用户购买行为的类型三、影响消费用户购买行为的主要因素第三节 单位用户购买行为分析一、产业用户购买行为分析二、政府用户购买行为分析第四章 汽车销售实务第一节 销售过程第二节 与客户的谈判一、汽车销售谈判的特点二、谈判的基本原则三、汽车谈判中的“说”与“听”四、汽车谈判中的要点把握五、常见异议处理第三节 汽车门店营销一、门店营销的特点二、门店营销的具体内容第四节 汽车上门销售一、上门销售的作用二、上门销售的特点三、上门销售的技术第五节 二手车销售一、二手车的销售程序二、二手车价格的确定三、二手车的评估鉴定四、办理二手车交易所需的手续资料五、国家明令禁止交易的二手车类别第六节 汽车配件销售.....第五章 汽车商品质量的保证第六章 汽车营销延伸服务第七章 汽车网上交易第八章 汽车市场环境分析与目标市场营销第九章 汽车市场信息的流动第十章 汽车销售策略第十一章 汽车营销网的建设附录A 销售三角理论附录B 《二手车流通管理办法》附录C 《二手车交易规范》参考文献

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>