

<<汽车配件管理与营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车配件管理与营销>>

13位ISBN编号：9787562447290

10位ISBN编号：7562447292

出版时间：2009-3

出版时间：林凤、何宝文、张志 重庆大学出版社 (2009-03出版)

作者：林凤等著

页数：182

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>

<<汽车配件管理与营销>>

前言

目前我国汽车产销双双突破700万辆，分别达到727.97万辆和721.6万辆，同比增长27.32%和25.13%。2007年我国汽车市场仍呈现较快增势，汽车生产达到888.24万辆，同比增长22.02%；销售达到879.15万辆，同比增长21.84%。

可见，我国的汽车工业正处于蓬勃发展的阶段，与之相适应，我国的汽车服务市场也进入到了一个高速发展的时期。

从发达国家发展汽车产业的经验看，汽车配件与整车的比重大概是1.7：1，而国内正好相反。

未来随着汽车产量和保有量的不断增加，汽车配件产业的增长空间将是巨大的，是一个持续稳步增长的重要市场。

这势必催生对从事汽车售后服务市场从业人员的大量需求。

鉴于此，编者编写这本《汽车配件管理与营销》一书，以便于汽车营销、汽车检测与维修专业师生对汽车配件的管理与营销过程有一个比较全面系统地了解，为解决实际工作中的具体问题能提供一点帮助。

本教材由广东机电职业技术学院林风主编，张志、何宝文、李英副主编。

由于本书涉及面广，编者水平有限，即使做了很多努力，但在编写过程中仍会有一些方面显得不够成熟，难免会有所疏漏、错误，在此恳请广大读者不吝赐教，谢谢。

<<汽车配件管理与营销>>

内容概要

本书系统地阐述了汽车配件管理与营销的内容，全书共7章，内容包括：绪论、汽车常见易损件和常用材料、汽车配件市场调查与预测、汽车配件目标市场营销和营销组合策略、汽车配件订货管理、汽车配件仓储管理、汽车配件的销售实务等，并附有复习思考题。

本书可供高等职业院校汽车营销、汽车检测与维修专业的教材使用，也可供从事汽车配件营销工作和汽车售后服务工作的人员学习参考。

<<汽车配件管理与营销>>

书籍目录

第1章 概论1.1 市场营销基础知识1.1.1 市场营销学的形成与发展1.1.2 市场营销基本内涵及核心概念1.1.3 市场营销观念的演变1.1.4 当代营销新理念1.2 我国汽车配件市场的发展与现状1.2.1 汽车配件分类1.2.2 我国零部件行业的发展史1.2.3 汽车零部件业的现状1.2.4 汽车零部件业的发展策略复习思考题第2章 汽车常见易损件和常用材料2.1 汽车配件与常见易损件2.1.1 发动机配件与易损件2.1.2 底盘配件与易损件2.1.3 车身配件与易损件2.2 汽车运行材料2.2.1 车用燃料2.2.2 车用汽油2.2.3 轻柴油2.2.4 发动机润滑油2.3 车辆齿轮油、润滑脂2.3.1 车辆齿轮油2.3.2 润滑脂2.4 汽车工作液2.4.1 汽车制动液2.4.2 液力传动油2.4.3 汽车发动机冷却液2.5 轮胎复习思考题第3章 汽车配件市场调查与预测3.1 汽车配件市场调查3.1.1 汽车配件市场调查的含义3.1.2 汽车配件市场调查的意义3.1.3 汽车配件市场调查的特征3.1.4 汽车配件市场调查的基本内容3.1.5 汽车配件市场调查的类型3.1.6 汽车配件市场调查的基本步骤3.1.7 汽车配件市场调查的方法3.1.8 汽车配件市场调查的技术3.2 汽车配件市场预测3.2.1 市场预测的种类3.2.2 市场预测的基本原则3.2.3 市场预测的基本步骤3.2.4 汽车配件市场预测的方法3.2.5 汽车配件市场预测报告的撰写实践训练汽车配件市场调查复习思考题第4章 汽车配件目标市场营销和营销组合策略4.1 汽车配件目标市场营销4.1.1 配件市场细分4.1.2 汽车配件目标市场选择4.1.3 汽车配件市场定位4.2 汽车配件营销组合策略4.2.1 汽车配件产品策略4.2.2 汽车配件价格策略4.2.3 汽车配件渠道策略4.2.4 汽车配件促销策略复习思考题第5章 汽车配件订货管理5.1 汽车配件订货管理基本知识5.2 汽车配件订货程序5.3 汽车配件采购业务5.3.1 采购的原则和方式5.3.2 进货渠道与配件验收5.3.3 进货点选择和进货量控制5.3.4 汽车配件编码复习思考题第6章 汽车配件仓储管理6.1 仓储的基本概念6.2 汽车配件入库程序6.3 汽车配件仓库管理6.3.1 配件仓库管理工作的基本要求6.3.2 库内布置6.3.3 货架等的一般要求6.3.4 定置管理6.3.5 仓库保管的原则6.3.6 仓库管理规定6.3.7 仓储实物管理6.3.8 配件的保管与保养6.3.9 库房基础设施的管理6.3.10 废旧物资的回收和利用6.4 汽车配件出库程序6.5 仓储零件盘点6.5.1 盘点的目的6.5.2 盘点的内容6.5.3 盘点的形式6.5.4 盘点方法和表格6.5.5 盘点中出现问题的处理6.5.6 盘点需要注意的事项6.5.7 盘点步骤6.6 汽车配件仓储经济管理6.6.1 仓储管理的四大目标和五种保管成本6.6.2 仓储模式6.6.3 如何核算仓储费用6.6.4 如何节约仓储费用复习思考题第7章 汽车配件销售7.1 汽车配件销售的特点7.2 对汽车配件销售人员的基本要求7.2.1 汽车配件销售人员的仪表和行为举止7.2.2 汽车配件销售员业务要求7.2.3 提高服务水平7.3 汽车配件销售流程7.3.1 向维修车间销售的销售业务流程7.3.2 向最终零售客户销售7.3.3 向最终批发客户销售的销售业务流程7.4 汽车配件销售技巧7.4.1 客户需求及心理分析7.4.2 商品介绍的FAB法7.4.3 抓住机会, 促成交易7.5 汽车配件索赔7.5.1 索赔的目的和索赔的范围7.5.2 汽车配件索赔注意事项7.5.3 汽车配件理赔定损原则7.6 精品及滞销件的促销7.6.1 精品件的销售7.6.2 滞销件的销售复习思考题参考文献

章节摘录

插图：第1章 概论1.2 我国汽车配件市场的发展与现状1.2.1 汽车配件分类汽车配件也称为汽车零部件、汽车零配件、汽车备件。

从汽车产品的角度而言，凡构成整车的系统组件、系统、总成、部件、零件及其他相关件均称之为汽车配件，包括发动机配件、传动系配件、制动系配件、转向系配件、行驶系配件、电器仪表系配件、车身及附件、汽车内外饰等。

从广义角度来讲，汽车配件不仅包括构成整车各单元的产品，通常还把汽车消耗性材料，如发动机润滑油、冷却液、制动液、自动变速箱专用油、制冷剂、轮胎、油漆等，以及随着车主个性化需求提高而产生的特殊附件，如汽车挂饰、头枕、个性地垫、太阳镜支架等也列入广义的汽车配件。

因此，汽车配件的种类非常繁多，根据不同的分类方法，汽车配件可分为不同品种。

1.按市场结构分类 按市场结构分类，可将汽车配件分为维修市场件、配套市场件和出口国际市场的外向型零件。

1) 维修市场件，汽车在使用过程中因为维修而产生的配件，如火花塞、缸套、三滤等易损件。

2) 配套市场件，整车厂家向其配套的零部件企业采购的汽车零部件，车桥、车轮、发动机缸体等配件。

可此类配件分为通用配套件和专用配套件，前者为两种或两种以上基本车型系列服务的零配件，面向全国市场；后者为单一基本车型系列服务的零配件，面向局部市场。

3) 外向型零件，主要销往国外，面向国际市场，包括向海外出口的OEM件和售后备件及服务的零部件。

由于大规模生产，同种形式的零配件很多，许多零配件及装置已不再进行分类修理。

当其失效时，直接更换装置，这一点发动机、电气装置与电子元件的零配件最为典型。

这使得维修用零配件的需求呈连续减少的趋势化，而配套市场件随着汽车需求量的增加而增加。

<<汽车配件管理与营销>>

编辑推荐

《汽车配件管理与营销》可供高等职业院校汽车营销、汽车检测与维修专业的教材使用，也可供从事汽车配件营销工作和汽车售后服务工作的人员学习参考。

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>