第一图书网, tushu007.com

<<汽车销售与售后服务>>

图书基本信息

书名：<<汽车销售与售后服务>>

13位ISBN编号：9787564023270

10位ISBN编号：7564023279

出版时间：2009-6

出版时间：北京理工大学出版社

作者：程言昌 编

页数：203

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

前言

《中国汽车产业政策》为我们指出了目标：促进汽车产业与关联产业、城市交通基础设施和环境保护协调发展；创造良好的汽车使用环境，培育健康的汽车消费市场，保护消费者权益，推动汽车私人消费；使我国汽车产业发展成为国民经济的支柱产业，使我国成为世界主要汽车制造国，汽车产品满足国内市场大部分需求并批量进入国际市场。

中国汽车业作为我国经济发展的一个重要突破口，与国际汽车行业全面接轨是汽车行业发展的必然途径。

而作为汽车产业核心竞争的三个层面中重要的组成部分，汽车销售与售后服务是目前我国与国际汽车行业接轨最迫切需要解决的问题。

汽车从生产出来后要经历销售、使用、售后服务的维修与定期维护，直至因长期使用最后报废，汽车的使用周期长达十五至二十年（正常情况）。

当然，首先是销售，有了汽车的销售才有其后长达二十年的服务，汽车的销售是整个服务链的龙头。

汽车的销售活动必须以顾客为中心；汽车销售员的重要任务就是“创造需求”，在汽车市场逐渐成熟的今天，这需要勇气、毅力和才能。

而汽车工业发展到今天，汽车售后服务也已经不再是简单意义上的维修和定期维护，它融合了汽车配件的提供和汽车增值服务等多种内容，成为汽车产业价值链上非常重要的一个环节。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书通过对汽车市场、汽车销售以及汽车4S销售服务模式的运作程序及其质量保证体系的应用等方面的论述，帮助从业人员中的重要预备人员——高等院校的学生加强市场意识，并为其提供重要的管理知识和技能。

<<汽车销售与售后服务>>

书籍目录

第一章　汽车市场特征　第一节　汽车市场运行分析的基本方法　第二节　我国汽车市场的运行特征　第三节　二手车市场运行特征及交易环节　　第四节　汽车零配件市场的运行特征　第五节　汽车的授权销售　复习思考题第二章　汽车销售与服务　第一节　我国汽车行业的发展现状及其市场　第二节　汽车营销与4P-4C-4R营销理念的演变　第三节　营销基本技能　第四节　汽车销售人员的职业规范　第五节　顾问式销售　第六节　如何进行汽车产品的介绍　第七节　进口汽车的销售与服务　第八节　二手车技术鉴定与过户操作　复习思考题第三章　汽车的售后服务 第一节　服务的概念 第二节　汽车售后服务的特点 第三节　汽车产品的三包与召回 第四节　厂家对汽车的质量保证 第五节　汽车的修理与维护 复习思考题第四章　汽车经销商（4S店）的基本运作 第一节　概述 第二节　汽车销售管理 第三节　用户管理 第四节　接待顾客 第五节　车间管理 第六节　目视管理和5S 第七节　汽车售后服务经营要点 第八节　培养终身顾客 复习思考题第五章　汽车的销售和售后服务中的ISO9000 第一节　ISO9000族标准及其产生和发展 第二节　2000版ISO9000族标准 第三节　ISO9001：2000《质量管理体系要求》应用于汽车销售与售后服务 第四节　汽车销售服务业质量管理体系文件的结构 复习思考题第六章　汽车销售服务企业质量体系运行所要求的各控制过程 第一节　合同评审 第二节　服务控制过程 第三节　采购控制 第四节　检验与试验及产品的标识和可追溯性控制 第五节　管理评审与编制质量计划 第六节　程序文件与质量记录 第七节　不合格品控制 第八节　内部审核及其纠正和预防措施 复习思考题后记参考文献

章节摘录

第二章　汽车销售与服务　　第三节　营销基本技能　　销售是一种很有意思的事情，优秀的销售员更喜欢和人打交道，喜欢每天不一样的生活，喜欢自由的工作时间，喜欢别人通过“我”这个渠道快乐地使用产品，喜欢经由自己的努力改变其他人，喜欢不断地打破自我设限，喜欢不断地交新朋友，并以此为成就感，始终以此为乐。

有些优秀的销售人总是运气特别好，总是能拣到大项目，而且运作的好像也颇为顺利，让人很是眼红。

有时别人问起来，他也会乐呵呵地说，运气好。

运气好，纯粹是“只看到贼吃肉，没看到贼挨打”的堂皇借口。

当我们不断努力的时候，运气就特别好，当我们整天无所事事，啥也不想的时候，运气就跑到别人那里去了。

努力总是有所回报，运气也是如此。

当然努力也要有方法，要符合规律，春播，夏浇，秋收，冬藏，有节气，讲深浅。

同样的项目，同样的努力，同样的时间，结果可能大不一样；同样的东西，有些人可以销售出去，有些人却不行，同样的客户，有些人可以卖出好价钱，有些人只能拼命降价，这种差异就体现了销售能力的不同，哪些是一个销售人应该具备的基本能力?知道了营销人的基本技能，才有不断修炼的内容和目标。

第一图书网, tushu007.com

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