

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787564047733

10位ISBN编号：7564047739

出版时间：2011-7

出版时间：北京理工大学出版社

作者：成玉莲，常兴华 主编

页数：311

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>>

### 内容概要

成玉莲、常兴华主编的《汽车营销》从讲述汽车市场营销学的经典知识入手，逐步深入地介绍了最新的汽车营销技术，并对汽车销售实务进行了阐述。

主要包括三大篇：第一篇是汽车市场分析。

包括汽车市场营销观念分析、汽车市场营销环境分析、汽车用户购买行为分析和汽车市场营销调研四个单元。

第二篇是汽车市场营销战略和策略。

包括汽车营销目标市场战略、汽车产品策略、汽车产品定价策略、汽车产品分销策略和汽车促销策略五个单元。

第三篇是汽车销售实务。

包括客户接待、车辆展示与介绍、促成交易、交车服务和售后跟踪服务五个单元。

《汽车营销》可用作高等教育汽车专业通用教材，也可供汽车销售人员学习和参考所用。

## &lt;&lt;汽车营销&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一篇 汽车市场分析

## 单元一 汽车市场营销观念分析

## 第一节 汽车市场营销的核心概念

## 第二节 汽车市场营销观念的演变

## 单元二 汽车市场营销环境分析

## 第一节 认识汽车市场营销环境

## 第二节 汽车营销的宏观环境

## 第三节 汽车营销的微观环境

## 第四节 汽车市场营销环境分析方法与营销对策

## 单元三 汽车用户购买行为分析

## 第一节 汽车用户购买行为概述

## 第二节 个人汽车消费者购买行为分析

## 第三节 集团组织汽车用户购买行为分析

## 单元四 汽车市场营销调研

## 第一节 汽车市场营销调研

## 第二节 汽车市场调研问卷的设计

## 第三节 汽车市场预测

## 第二篇 汽车市场营销战略与策略

## 单元五 汽车营销目标市场战略

## 第一节 汽车市场细分

## 第二节 汽车目标市场选择

## 第三节 汽车市场定位

## 单元六 汽车产品策略

## 第一节 汽车产品组合策略

## 第二节 汽车产品生命周期和新产品开发

## 第三节 汽车产品的品牌策略

## 单元七 汽车产品定价策略

## 第一节 制定汽车产品价格

## 第二节 汽车产品定价策略

## 单元八 汽车产品分销策略

## 第一节 认识汽车分销渠道

## 第二节 选择汽车分销渠道的策略

## 第三节 我国汽车分销模式分析

## 单元九 汽车促销策略

## 第一节 认识汽车促销策略

## 第二节 汽车人员促销

## 第三节 汽车广告促销

## 第四节 汽车营业推广促销

## 第五节 汽车公共关系促销

## 第三篇 汽车销售实务

## 单元十 客户接待

## 第一节 接待客户的商务礼仪

## 第二节 展厅接待的规范流程

## 第三节 做好来店、来电及意向客户的管理

## 单元十一 车辆展示与介绍

## <<汽车营销>>

第一节 车辆展示

第二节 车辆介绍的技巧与方法

第三节 试乘试驾

单元十二 促成交易

第一节 顾客异议处理

第二节 成交信号的识别与把握

第三节 签约成交

单元十三 交车服务

第一节 交车前的准备

第二节 交车工作流程和内容

单元十四 售后跟踪服务

第一节 成交后的跟踪服务

第二节 未成交顾客的跟踪服务

第三节 客户投诉处理

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>