

<<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。

<<汽车营销>>

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>