

《汽车营销实用教程》

图书基本信息

书名：《汽车营销实用教程》

13位ISBN编号：9787111193517

10位ISBN编号：7111193512

出版时间：2006-7

出版社：机械工业出版社

作者：段钟礼、张搢桃

页数：294

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《汽车营销实用教程》

内容概要

本书以“必需、够用”为编写原则，突破以往的营销教材编写体系，着重培养现代汽车营销理念和营销技能，系统介绍了汽车销售服务流程和汽车营销人员的市场调查、市场分析、营销技巧、顾客服务、营销策划等五大核心技能，精心编制了技能训练单元、案例、阅读材料及实用报告模版、表格模版等，以期与岗位零距离接轨。

本书是高职高专类院校汽车营销专业课通用教材，也可作为汽车营销师、汽车营销员的职业培训教材。

《汽车营销实用教程》

作者简介

段钟礼 1971年生，山西交通技师学院讲师，上海邦德汽车营销管理科学研究所研究员，先后在数家汽车4S专营店兼任副总经理、培训总监等职。长期关注普遍存在的培训形式化、职业教育与实际工作脱节的问题，致力于研究由知识到技能的转化途径，以及如何提高培训的有效性。结合当前的4S管理模式，以构建培训模型为核心，联合国内知名专家主持开发“汽车营销人员职业能力培训体系构建”的研究课题，系统研究培训体系及教学资源，以提高职业培训过程中从知识到技能的转化率。

书籍目录

前言第一章 概论 第一节 市场营销与汽车营销 第二节 汽车营销人员的素质要求 [沟通能力训练] 思考题第二章 汽车市场调查 第一节 市场调查的作用及内容 第二节 市场调查的类型及方法 [阅读材料] 市场调查中的访问技巧 第三节 市场调查问卷设计 第四节 市场调查的程序 第五节 汽车市场预测 思考题 [实训示例] 某4S汽车专营店市场研究方案第三章 汽车市场分析 第一节 汽车市场环境分析 第二节 汽车消费者购买行为分析 第三节 汽车行业竞争分析 第四节 汽车目标市场定位分析 思考题 [阅读材料] 人际风格分析第四章 汽车产品分析 第一节 汽车产品及其生命周期 第二节 汽车产品的品牌 第三节 汽车产品价格分析 第四节 汽车产品的描述 思考题第五章 现代汽车销售渠道 第一节 汽车销售渠道分析 第二节 汽车销售网络的构建与管理 第三节 汽车产品实体分销 思考题第六章 现代汽车销售 第一节 新车销售程序 第二节 制定销售计划与寻找潜在顾客 [阅读材料] 开发潜在顾客的途径 第三节 汽车展示 [阅读材料] 汽车颜色的选择 第四节 顾客异议的处理 第五节 销售缔结 第六节 订立汽车销售合同 第七节 顾客关怀 第八节 汽车保险与理赔 思考题第七章 其他汽车销售方式 第一节 汽车消费信贷 第二节 汽车租赁 第三节 汽车网络营销 [阅读材料] 网络营销与传统营销的比较 第四节 旧机动车交易 第五节 旧机动车估价 思考题第八章 汽车服务 第一节 汽车服务概述 [阅读材料] 电话接听技巧 第二节 顾客关系营销 第三节 顾客满意 第四节 顾客忠诚 [阅读材料] 顾客满意工程常见问题答疑 第五节 顾客管理 思考题第九章 汽车促销策略 第一节 汽车促销方式及促销组合 第二节 汽车广告 第三节 汽车销售促进 第四节 公共关系 第五节 人员促销 思考题第十章 汽车营销策划 第一节 汽车营销策划概述 第二节 汽车营销策划的内容 第三节 汽车营销策划的SWOT分析 第四节 汽车营销策划案的制定与实施 第五节 汽车营销控制 [阅读材料] 汽车促销活动策划书模板 思考题参考文献

精彩短评

1、将来想成为一个销售高手需要看看

《汽车营销实用教程》

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:www.tushu000.com