

# 《汽车营销技巧一点通》

## 图书基本信息

书名：《汽车营销技巧一点通》

13位ISBN编号：9787118044331

10位ISBN编号：7118044334

出版时间：2006-4

出版社：国防工业

作者：徐淼

页数：285

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](http://www.tushu000.com)

# 《汽车营销技巧一点通》

## 内容概要

本书在系统介绍商品营销学理论知识的基础上,紧密结合汽车营销的特点,重点介绍了汽车商品的定价、分销、人员推销、营业推广、广告宣传、公共关系、保险及营销管理等技巧。全书列举了大量生动鲜活的实例,并深入分析了一些典型营销案例。对广大汽车营销人员、购车者具有实际指导意义,适合于汽车营销从业人员阅读或作为培训教材。

## 书籍目录

第1篇 汽车基本知识世界汽车工业发展新趋势主要汽车生产国的发展概况中国汽车工业的发展与现状国内轿车品牌的格局与发展国际品牌在中国市场的发展趋势民族品牌的发展趋势汽车的分类及代号轿车级别是怎样划分的汽车的总体构造汽车的主要技术参数汽车的主要性能指标轿车的驱动方式欧洲车系的特点汽车的安全性发动机的主要性能指标从参数看汽车发动机指标汽车油耗数值的含义与两种测定方法什么是安全气囊（SRS）什么是车轮防抱装置（ABS）什么是汽车巡航系统（GPS）什么是驱动防滑系统（ASR）手自一体变速器汽车尾翼的作用是什么发动机分类发动机、车架编号规则发动机基本名词解释FSI发动机技术介绍第2篇 汽车营销理论汽车营销观念的演变中国汽车营销模式现状及其发展中国汽车销售行业八大趋势市场营销要素有哪些何谓市场营销组合汽车营销研究的意义汽车营销有关通用法规汽车营销专用法规知识机动车交易管理办法汽车市场的形成与发展何谓汽车营销环境汽车市场的营销环境汽车市场营销的环境特点汽车营销政治法律环境分析汽车营销经济与市场环境分析汽车营销自然和人口环境分析汽车营销微观环境分析影响汽车市场购买行为的因素分析家用轿车市场影响购车行为的因素分析汽车消费者市场的特点汽车消费者购买动机分析汽车消费者购买行为分析汽车消费者购买过程分析业务市场购买行为分析汽车市场营销调研的基本概念汽车市场营销调研的步骤汽车市场营销调研的方法汽车市场营销调研的内容汽车市场营销预测的基本概念汽车市场营销预测的步骤汽车市场营销预测的方法汽车市场预测的主要内容汽车目标市场选择与定位的意义汽车市场细分的含义汽车有效市场细分的必备条件汽车市场细分的标准汽车目标市场的选定分析汽车目标市场的定位研究汽车市场营销组合汽车产品的整体概念汽车产品的组合策略汽车品牌的核心内涵与塑造汽车产品生命周期的营销策略汽车价格构成及影响因素汽车定价方法与基本步骤汽车产品定价策略汽车分销概述汽车分销的形式汽车分销策略案例分析汽车4S店存在问题分析汽车促销组合研究汽车广告的作用汽车广告目标的确定汽车广告预算的制定汽车广告内容的设计汽车广告媒体的选择汽车广告效果的评价汽车销售促进及其目标汽车销售促进工具的选择汽车销售促进方案的制定、实施及评价汽车人员促销的特点汽车人员促销的任务促销人员结构及规模的确定汽车促销人员的管理如何优化团队的销售力第3篇 汽车营销务实汽车销售人员必备素质销售新手怎样上路老汽车销售员中最常见的九大缺点销售人员如何提升影响力如何争夺竞争对手的客户销售人员的部分忌语汽车售前准备工作有哪些汽车销售必备产品知识及陈述技巧汽车消费行为分析自我态度与销售的核心实力分析汽车销售人员接近客户技巧汽车购买客户需求分析十六种寻找潜在客户的方法准确评估潜在顾客，从中找出有望顾客促成订单的八种技巧交车程序及注意事项汽车销售跟踪访问八万元应该买什么样的车买宝马还是买奥迪汽车销售服务流程举例如何保证汽车渠道稳定经典营销案例回放“运动营销”成为汽车公司利器汽车营销的七种武器别克赛欧服务体系特色菲亚特派力奥服务体系特色神龙富康服务体系特色悦达起亚服务体系特色长安铃木服务体系特色上汽奇瑞服务体系特色其他品牌服务体系特色参考文献

# 《汽车营销技巧一点通》

## 编辑推荐

拥有一辆属于自己的汽车已摆上我们老百姓的议事日程。那么，怎样才能买到一辆称心如意的汽车？怎样才能使爱车开得潇洒自如、得心应手？在车祸猛于虎的今天，又如何预防交通事故、确保人车安全？出现事故后，如何进行处理，把损失降至最低？面对自己的爱车，如何维护保养？出现运行故障时又如何进行应急处理，如何避免各种意想不到的难题、尴尬？带着这些疑问进入《汽车一点通系列丛书》吧！无需太多专业知识和培训，你就能够轻松地掌握一些基本而实用的汽车知识。本书是系列之一，介绍了汽车营销技巧知识。

# 《汽车营销技巧一点通》

## 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](http://www.tushu000.com)