

《汽车营销实务》

图书基本信息

书名：《汽车营销实务》

13位ISBN编号：9787121136917

10位ISBN编号：7121136910

出版时间：2011-8

出版社：电子工业出版社

页数：185

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

《汽车营销实务》

内容概要

本书根据高等职业教育的特点，紧紧围绕高等职业教育理论够用、注重技能训练的这一特性，来安排编写相关的内容。本书全面系统地介绍了汽车市场营销环境、汽车市场营销调研、汽车消费行为分析、专业汽车销售员行为规范、汽车品牌与价格策略、汽车分销渠道模式、汽车销售流程与技巧、汽车营销异议处理和汽车客户关系管理。全书共分成九个单元，通过本书的学习，可以使读者较为系统、全面地掌握汽车营销的基本工作规范和具体的营销技能方法。本书除了对每一单元内容制定学习目标并进行单元总结外，还在单元最后部分增加实训部分考核内容要点，作为理论联系实践的参考任务安排。

书籍目录

项目单元一 汽车市场营销环境

- 1.1 世界汽车市场的格局与特征
 - 1.1.1 世界汽车市场的演变与布局
 - 1.1.1 世界汽车市场的发展趋势
- 1.2 中国汽车市场的格局与特征
 - 1.2.1 中国汽车市场的演变与布局
 - 1.2.2 中国汽车市场规模与前景
 - 1.2.3 中国汽车消费需求分析
- 1.3 中国汽车市场营销环境分析
 - 1.3.1 中国汽车市场的外部环境特征
 - 1.3.2 中国汽车市场的发展趋势

单元总结

实训项目一：汽车市场环境分析

项目单元二 汽车市场营销调研

- 2.1 市场调研概述
 - 2.1.1 市场调研的概念与作用
 - 2.1.2 市场调研程序
- 2.2 汽车市场调研的内容
 - 2.2.1 汽车市场营销要素调研的主要内容
 - 2.2.2 汽车公司对竞争对手的调研
 - 2.2.3 成功运用市场调研制定营销策略实例分析
- 2.3 汽车市场调研问卷设计
 - 2.3.1 汽车市场调研问卷设计概述
 - 2.3.2 汽车市场调研问卷设计技术

单元总结

实训项目二：汽车市场调研问卷

项目单元三 汽车消费行为分析

- 3.1 影响客户购车因素分析
 - 3.1.1 收入因素
 - 3.1.2 文化因素
 - 3.1.3 心理因素
 - 3.1.4 社会因素
- 3.2 客户购车动机分析
 - 3.2.1 分析客户购车动机
 - 3.2.2 不同客户购车动机的差异
- 3.3 客户购车行为模式分析
 - 3.3.1 影响轿车市场购车行为的因素
 - 3.3.2 消费者购车行为模式
 - 3.3.3 组织市场购车行为模式

单元总结

实训项目三：家用轿车客户购车模式

项目单元四 专业汽车销售员行为规范

- 4.1 专业汽车营销人员的基本礼仪与技巧
 - 4.1.1 专业汽车营销人员的基本礼仪与技巧训练
 - 4.1.2 语言表达技巧
 - 4.1.3 非语言表达技巧
- 4.2 专业汽车营销人员知识结构

4.2.1 专业汽车营销人员应具备推销员的基本知识

4.2.2 专业汽车营销应掌握的汽车基本知识

4.3 专业汽车营销人员的行为规范分析

4.3.1 专业汽车营销人员基本行为规范

4.3.2 提升专业汽车营销人员素质的途径

单元总结

实训项目四：礼仪和语言技巧训练

项目单元五 汽车品牌与价格策略

5.1 汽车品牌的内涵

5.1.1 汽车品牌的基本概念

5.1.2 汽车品牌的种类

5.1.3 汽车品牌的作用

5.2 汽车品牌策略

5.2.1 汽车品牌定位

5.2.2 汽车品牌策略

5.3 汽车定价策略

5.3.1 汽车定价概述

5.3.2 汽车定价的目标与方法

5.3.3 汽车定价策略

单元总结

实训项目五：福克斯轿车定价策略

项目单元六 汽车分销渠道模式

6.1 汽车分销渠道概述

6.1.1 汽车分销渠道的概念和职能

6.1.2 汽车分销渠道的结构类型

6.2 国外汽车分销渠道模式

6.2.1 美国汽车分销渠道分析

6.2.2 日本汽车分销渠道分析

6.2.3 欧洲汽车分销渠道分析

6.3 中国汽车分销渠道模式

6.3.1 中国汽车分销渠道历史沿革

6.3.2 中国汽车分销渠道分析

6.3.3 中国汽车制造商

6.3.4 中国汽车经销商

6.4 汽车分销渠道实务分析

6.4.1 汽车品牌4S专卖店

6.4.2 汽车交易市场

6.4.3 汽车展会

6.4.4 汽车超市

6.4.5 汽车分销其他形式

单元总结

实训项目六：汽车4S店专卖模式

项目单元七 汽车销售流程与技巧

7.1 汽车售前咨询服务技巧

7.1.1 潜在客户信息资料收集技巧

7.1.2 与潜在客户联系的技巧

7.2 接近汽车客户的技巧

7.2.1 初次会见潜在客户的技巧

7.2.2 让客户产生好感的技巧

7.2.3 对客户不同反应的应对技巧

7.2.4 了解客户需求的技巧

7.3 汽车展示与介绍技巧

7.3.1 车辆展示的方法与技巧

7.3.2 车辆介绍的原则与技巧

7.3.3 车辆购置手续的代理服务

单元总结

实训项目七：模拟汽车销售流程与技巧

项目单元八 汽车营销异议处理

8.1 处理客户异议

8.1.1 客户异议的内涵

8.1.2 处理客户异议的方法与技巧

8.2 促成客户成交

8.2.1 客户成交的条件

8.2.2 促成客户成交方法

8.3 订立汽车销售合同

8.3.1 我国汽车销售合同使用情况

8.3.2 使用汽车合同的基本流程

8.4 汽车消费信贷

8.4.1 国内外汽车消费信贷概述

8.4.2 汽车消费信贷办理流程

单元总结

实训项目八：客户异议处理

项目单元九 汽车客户关系管理

9.1 客户关系管理概述

9.1.1 客户的分类

9.1.2 客户关系管理的内涵

9.1.3 客户关系管理系统

9.2 客户满意度分析

9.2.1 客户满意战略

9.2.2 客户让渡价值

9.2.3 客户满意度分析

9.3 汽车售后服务

9.3.1 汽车售后服务内容

9.3.2 客户投诉处理

单元总结

实训项目九：汽车客户投诉处理

参考文献

《汽车营销实务》

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