

# 《汽车4S店经营与管理培训教程》

## 图书基本信息

书名：《汽车4S店经营与管理培训教程》

13位ISBN编号：9787122064509

10位ISBN编号：7122064506

出版时间：2009-9

出版社：化学工业出版社

作者：卢圣春 编

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

# 《汽车4S店经营与管理培训教程》

## 前言

《汽车4S店经营管理师》是根据劳动和社会保障部1+N计划职业培训规划的要求编写而成的适合职业培训的教材。汽车营销4S店是随当代社会发展应运而生的新宠，全球连锁，备受人们青睐。改革开放以来，潮涌般在国内破土而出，从业人员亦是一个具有相当数量的社会群体。对其进行培训、提高，使之具有与职业相适应的资质，缩小与国际水平的差距，完善汽车销售市场，亦属当务之急。本书即有鉴于此而成，编写中注重针对性、实用性，首先介绍了汽车整车销售的基本管理方法；接下来讲述汽车构造和总成、4S店汽车配件供应管理、汽车配件仓储管理；再次，介绍了4S店汽车维修接待及管理；最后，讲述4S店汽车售后服务以及信息反馈管理。每章节教学目的明确、教学重点突出，每章附有练习题，通过学习读者可以初步掌握汽车营销业务及其管理方法。本书内容全面系统，工艺规范，概念和维修技术数据准确，实用性强，简明扼要，通俗易懂。本书适应汽车营销业及其他相关专业人员的学习，并为国家相关部门对汽车修理业从业人员的职业培训提供一定的参考。本书由吉林铁道职业技术学院汽车工程系卢圣春担任主编、马卫强担任副主编。参加编写的有吉林铁道职业技术学院汽车工程系王立群、梁晨露、吴常红、赵艳，吉林神华工贸集团有限公司-车业公司刘洪玮。在本书编写过程中参阅了有关论文和著作，在此谨向原作者表示谢意。由于作者水平所限，书中不妥之处在所难免，敬请诸位同仁不吝赐教。

# 《汽车4S店经营与管理培训教程》

## 内容概要

《汽车4S店经营与管理培训教程》共3篇9章，详细阐述了汽车整车销售、汽车零配件供应和汽车售后服务的基本知识，重点介绍了汽车销售业务管理、汽车构造和总成、4S店配件供应管理、汽车配件仓储管理、4S店汽车售后服务、汽车维修接待及管理、业务接待及接待礼仪以及4S店信息反馈管理。

《汽车4S店经营与管理培训教程》取材广泛、图文并茂，可读性强，内容贴合实际，是参加CAC（职业）岗位相关认证考试的教材，可作为高等院校和职业院校汽车专业的教材，也可作为汽车营销及修理从业人员职业培训和资质认定的教材与参考书。

# 《汽车4S店经营与管理培训教程》

## 书籍目录

第一篇 整车销售	第一章 概述	第一节 汽车市场与汽车市场营销	一、汽车市场及汽车市场营销的含义	二、汽车市场营销观念的发展与变化	三、我国汽车市场营销发展概况
	第二节 4S店整车销售管理	一、4S店整车销售价格定位	二、整车销售营销方式	三、4S店整车销售的营销影响因素	四、4S店整车营销
	第三节 4S店汽车销售队伍的建立与日常管理	一、汽车营销人员的素质要求	二、汽车销售人员的训练	三、销售人员的岗位职责	四、汽车营销人员的服务行为规范
	第四节 4S店汽车销售管理	一、销售计划制度	二、销售计划管理规范	三、班前会制度	三、班前会制度
	第五节 4S店汽车销售经理的自身管理	一、汽车销售经理的职能	二、汽车销售经理岗位责任	三、汽车销售经理的权限	三、汽车销售经理的权限
	第六节 交车前的检查(PDI)规范化操作	一、为什么进行交车前的检查(PDI)的目的	二、交车前的检查(PDI)服务的基本要求	三、新车交车前的检查(PDI)项目	四、新车交车前的检查(PDI)操作程序及注意事项
	第七节 4S店汽车消费信贷代理服务	一、国内外汽车消费信贷	二、汽车消费信贷方式与程序	三、汽车消费信贷的代理	三、汽车消费信贷的代理
	第八节 4S店汽车销售中办理汽车保险的代理服务	一、汽车保险的含义	二、汽车保险的种类	三、汽车保险的金额、期限和费用	四、汽车保险的索赔
	第九节 4S店汽车销售中办理汽车保险的代理	一、汽车保险的含义	二、汽车保险的种类	三、汽车保险的金额、期限和费用	四、汽车保险的索赔
	第十节 4S店汽车销售中办理汽车保险的代理	一、汽车保险的含义	二、汽车保险的种类	三、汽车保险的金额、期限和费用	四、汽车保险的索赔
第二篇 零配件供应	第三章 汽车构造和总成	第四章 4S店配件供应管理	第五章 汽车配件的仓储管理	第三篇 售后服务	第六章 4S店汽车售后服务
	第七章 汽车维修接待及管理	第八章 业务接待及接待礼仪	第九章 4S店信息反馈管理	练习题答案	参考文献

## 章节摘录

第一篇 整车销售 第一章 概述 第一节 汽车市场与汽车市场营销 一、汽车市场及汽车市场营销的含义 在现代社会经济条件下，几乎所有的经济现象与经济活动都与市场有关，几乎所有经济方面的学科也都不同程度地涉及市场。

1. 汽车市场的含义 市场是商品经济的产物，哪里有商品生产和商品交换，哪里就会有市场。“市场”就成为人们使用最频繁的术语之一。随着商品经济的发展，“市场”这一概念也不断地发展变化，在不同的商品经济发展阶段，市场有着不同的含义。同样，在不同的使用场合，市场的概念也不尽一致。

(1) 市场概念 在早期由于社会生产力比较落后，商品经济尚不发达，因此，人们总是在某个时间聚积到某个地方来进行商品交换，因此市场也就看做是商品交换的场所。到现代社会，随着科学技术的进步，社会生产力得到长足的提高，交换商品的品种和范围迅速扩大。商品交换关系已经渗透到社会生活的各个方面，交易方式也更加复杂，尤其是由于交通、通信事业和金融信用行业的快速发展，可以在任何地方和任意方式进行商品交换，因此，现代的市场是代表着各种商品交换关系的总和，是指商品多边、多向流通的网络体系，是流通渠道的总称。

(2) 市场的组成 市场是买方、卖方和中间交易机构（中间商）组成的有机整体。市场的起点是生产者，终点是消费者或最终用户，中间商则包括所有取得商品所有权或协助所有权转移的各类商业性机构。

## 精彩短评

- 1、理论化太强，，教条化，，只适合学生看看吧！
- 2、内容不是太好，不易读。
- 3、内容好多，应该说非常实用，被同时借走了！
- 4、书还不错，就是慢了点，等的人着急。
- 5、还没读，发货速度快。
- 6、抄都不知道抄好一点的书。  
让人恶心

# 《汽车4S店经营与管理培训教程》

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