

《汽车营销技术》

图书基本信息

书名：《汽车营销技术》

13位ISBN编号：9787560617855

10位ISBN编号：7560617859

出版时间：2007-2

出版社：西安电科大

作者：孙华宪

页数：187

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

《汽车营销技术》

内容概要

本书着重介绍与汽车营销有关的知识、技能和方法。全书共11章，内容分别为：绪论、汽车销售人员的基本素质、汽车用户购买行为分析、汽车销售实务、汽车商品质量的保证、汽车营销延伸服务、汽车网上交易、汽车市场环境分析与目标市场营销、汽车市场信息的流动、汽车销售策略、汽车营销网的建设等。本书前七章为营销人员所应掌握的知识 and 技能，后四章则是营销管理人员需掌握的营销理论知识。书末给出了销售三角理论、《二手车流通管理办法》和《二手车交易规范》，以便读者参考。本书可作为高职高专院校汽车营销专业及汽车服务与营销专业的教材，也可供从事汽车营销工作的其他相关人员参考。

书籍目录

第一章 绪论第一节 汽车工业概况一、世界汽车工业发展简述二、我国汽车工业的发展概述三、我国汽车工业的现状与发展趋势四、国内外主要汽车生产厂家简介第二节 我国汽车市场概述一、我国汽车市场的发展历程二、我国汽车市场的特点及影响因素三、我国汽车市场主要销售模式简介第二章 汽车营销人员的基本素质第一节 汽车营销人员应具备的基本销售理念一、销售“产品”更销售“公司”二、满足客户需要是销售活动的结果三、销售是通过服务来进行的第二节 汽车营销人员应具备的素质一、自信二、礼仪三、助人、热诚、友善四、扎实的汽车专业知识第三节 汽车营销人员的基本礼仪和技巧训练一、仪表塑造二、仪态塑造三、语言礼仪四、电话礼仪五、商务交际礼仪第四节 订立合同的基本知识一、经济合同的概念二、合同的签订第五节 票据一、票据的基本知识二、票据结算业务品种三、填写票据和结算凭证的基本要求四、票据风险及风险的规避第六节 消费者权益一、消费者的权利二、经营者的义务第三章 汽车用户购买行为分析。第一节 汽车用户购买行为概述一、汽车用户及其分类二、用户购买行为的一般过程第二节 汽车消费用户购买行为分析一、消费用户的购买行为模式二、消费用户购买行为的类型三、影响消费用户购买行为的主要因素第三节 单位用户购买行为分析一、产业用户购买行为分析二、政府用户购买行为分析第四章 汽车销售实务第一节 销售过程第二节 与客户的谈判一、汽车销售谈判的特点二、谈判的基本原则三、汽车谈判中的“说”与“听”四、汽车谈判中的要点把握五、常见异议处理第三节 汽车门店营销一、门店营销的特点二、门店营销的具体内容第四节 汽车上门销售一、上门销售的作用二、上门销售的特点三、上门销售的技术第五节 二手车销售一、二手车的销售程序二、二手车价格的确定三、二手车的评估鉴定四、办理二手车交易所需的手续资料五、国家明令禁止交易的二手车类别第六节 汽车配件销售.....第五章 汽车商品质量的保证第六章 汽车营销延伸服务第七章 汽车网上交易第八章 汽车市场环境分析与目标市场营销第九章 汽车市场信息的流动第十章 汽车销售策略第十一章 汽车营销网的建设附录A 销售三角理论附录B 《二手车流通管理办法》附录C 《二手车交易规范》参考文献

《汽车营销技术》

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