

<<第一流的汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<第一流的汽车营销>>

13位ISBN编号：9787111104056

10位ISBN编号：7111104056

出版时间：2002-06

出版时间：机械工业出版社

作者：威文等

页数：378

字数：295000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<第一流的汽车营销>>

### 内容概要

汽车行业是一个颇具魅力的行业，它造就了数不清的名牌。

在我国，汽车市场也日益火爆。

如何能在激烈的竞争中脱颖而出，这不仅要依靠自身的品质与实力，更重要的还在于对汽车进行有效的营销活动。

如何进行汽车市场调查及预测？

如何塑造富有行销力的品牌？

如何进行形象设计？

如何开展汽车公关活动？

如何策划与运作成功的促销？

如何在汽车企业导入并实施CRM？

这一系列的问题都将在书中找到答案。

本书以案例的形式揭示了车企业“打天下”的成功经验，并以专论的方式进行了系统的总结与归纳。

想赢得“汽车战”胜利的经营者，不可不读！

## <<第一流的汽车营销>>

### 书籍目录

导言：“普桑”——市场常青树的秘诀第一章 市场调查：汽车营销决策的利器 案例：别克轿车的市场调研实务 案例：汽车制造商如何操作市场调查第二章 汽车营销战如何打 案例一：丰田大打“营销战” 案例二：大众汽车——中国汽车市场最大赢家 案例三：通用汽车——两头并进 案例四：福特汽车——不甘入后 案例五：戴姆勒-克莱斯勒公司的“中国”策略 案例六：法国标致雪铁龙——颇费周折的市场争夺 案例七：日本汽车公司——奋起直追 小档案：世界汽车角逐中国市场 专论一：如何赢得汽车营销战 专论二：中国汽车的冷思考第三章 塑造富于行销力的品牌 案例：宝马——运作品牌的“大腕” 专论一：如何定位出有竞争性的卖点 专论二：如何塑造富有行销力的品牌识别第四章 汽车形象营销白金法则 案例：奔驰形象独行天下 小档案：奔驰的诞生 专论：企业形象的白金法则第五章 创造汽车品牌的“常青树” 案例：别了，奥兹莫比尔 小档案：奥兹莫比尔大事记 专论：再定位的再青春第六章 展现汽车公关的魅力 案例：别克赛欧上市“SHOW” 专论：系统公关才是正点第七章 促销！  
促销！  
——提升业绩的利器第八章 打出汽车业的服务牌第九章 走进客户心——CRM的实施第十章 无“网”不胜——汽车业的销售体系第十一章 走进大规模定制的世界第十二章 汽车零部件供应商的营销第十三章 车到“关”前：WTO与中国汽车营销附录 我国汽车工业发展“十五”规划

## <<第一流的汽车营销>>

### 编辑推荐

汽车是在地上跑的，而第一流的营销却可以让您生产的汽车一飞冲天，汽车行业熠熠生辉的品牌无一不借营销之力。

本书通过案例形式揭示了汽车企业“打天下”的成功经验，并以专论的方式进行了系统的总结与归纳。

想赢得“汽车战”胜利的经营者，不可不读！

<<第一流的汽车营销>>

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:<http://www.tushu007.com>