

<<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：9787308050425

10位ISBN编号：7308050424

出版时间：2007-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：范小青 主编

页数：253

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>

<<汽车营销实务>>

内容概要

汽车销售是汽车后服务市场的第一个环节，是连接汽车生产与消费的“桥梁”，要求有大量高素质的专业汽车销售人员从事这项工作，以保证该“桥梁”的畅通。

本书主要以汽车销售流程为核心，涉及汽车产业状况、汽车营销调研、消费者购车行为、专业汽车销售人员素质、汽车品牌营销、汽车分销渠道及成交后的异议处理等十个方面内容。

本书可作为高等院校汽车类专业相关课程的教材，也适合汽车销售行业相关人员及汽车爱好者等阅读。

书籍目录

第一章 汽车产业背景分析 第一节 世界汽车产业的格局与特征 一、世界汽车产业的演变与布局 二、世界汽车产业的外部环境与特征 三、世界汽车产业的发展趋势 第二节 中国汽车产业的布局与特征 一、中国汽车产业的演变与布局 二、中国汽车产业的外部环境与特征 三、中国汽车产业的发展趋势 第三节 中国汽车市场营销环境分析 一、汽车需求的现状分析 二、汽车市场规模分析 三、汽车拥有量现状与前景 第二章 汽车营销市场调研 第一节 市场调研概述 一、市场调研的概念及作用 二、市场调研程序 第二节 汽车市场调研的主要内容 一、汽车市场营销要素调研的主要内容 二、汽车公司对竞争对手的调研 三、成功运用市场调研制定相应营销策略的实例分析 第三章 消费者购车行为分析 第一节 影响消费者购车因素分析 一、收入因素 二、文化因素 三、心理因素 四、社会因素 第二节 消费者购车动机分析 一、消费者购车动机分析 二、不同顾客购车动机的差异 第三节 客户购车的行为模式分析 一、影响家用轿车市场购车行为的因素 二、顾客购车行为模式 三、组织市场购车行为模式 第四章 专业汽车销售员行为规范 第一节 专业汽车销售员的基本礼仪与技巧训练 一、专业汽车销售员的基本礼仪与形象 二、语言表达技巧 三、非语言表达方式 第二节 专业汽车销售员的知识结构 一、专业汽车销售员应具备推销员的基本知识 二、专业汽车销售员应掌握的汽车基本知识 第三节 专业汽车销售员的行为规范分析 一、专业汽车销售员的基本行为规范 二、提升专业汽车销售员素质的途径 第五章 推销汽车技巧分析 第一节 售前准备工作 一、潜在客户信息资料收集 二、与潜在客户联系的技巧 第二节 接近客户的技巧 一、初次会见潜在客户的技巧 二、让顾客产生好感的技巧 三、对顾客不同反应的应对技巧 四、对客户现场介绍汽车整车的技巧 第三节 谈判技巧 一、沟通技巧概论 第六章 汽车品牌营销分析 第七章 客户关系管理 第八章 汽车分销渠道分析 第九章 汽车销售流程分析 第十章 汽车营销异议的处理 参考文献

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>