

<<汽车4S店经营管理>>

图书基本信息

书名：<<汽车4S店经营管理>>

13位ISBN编号：9787512102521

10位ISBN编号：7512102526

出版时间：2010-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：李恒宾，张锐 编

页数：270

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4S店经营管理>>

### 内容概要

《汽车4S店经营管理》属高职现代汽车系列教材，从汽车4S店经营管理人员应掌握的基本技能入手，逐步深入地对汽车4S店经营管理人员的专业化经营管理方法进行全面的阐述。

内容包括汽车4s店的整车销售管理、零配件管理、售后服务管理和信息反馈管理四个方面。

《汽车4S店经营管理》注重理论与实践案例的结合，实用性强。

《汽车4S店经营管理》可作为高职高专院校汽车检测与维修、汽车服务与营销等相关专业的教材，亦可供汽车经营管理从业人员参考。

## &lt;&lt;汽车4S店经营管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 整车销售管理第一章 4S店的特点第一节 4S店概述第二节 4S店的优势第三节 4S店的劣势阅读材料 沈阳金廊雷克萨斯4S店隆重开业矢志不渝追求完美习题第二章 我国汽车4S店经营现状第一节 目前中国汽车4S店的经营模式第二节 目前中国汽车4S店的行业状况分析第三节 经营对策及思路阅读材料 奇瑞汽车让4S店低下“高贵的头”习题第三章 4S店企业形象的塑造第一节 企业形象概述第二节 4S店企业形象的塑造案例分析 万金寻故障：破天荒的广告承诺习题第四章 4S店企业竞争力的提升阅读材料 用创新复位品牌习题第五章 4S店整车销售的组织第一节 汽车销售组织机构的设置第二节 汽车销售组织应具备的职能习题第六章 4S店整车销售价格定位第一节 汽车价格综述第二节 汽车产品的基本定价方法第三节 汽车产品的价格策略案例分析1 本田飞度：低价，一步到位案例分析2 现代伊兰特：降价，找准时机案例分析3 宝马中国新策略：产品向下销量向上习题第七章 4S店整车销售的营销环境分析第一节 汽车市场营销环境概述第二节 市场营销宏观环境第三节 汽车市场营销宏观环境分析第四节 汽车市场营销微观环境分析阅读材料1 年底是否是买车的最佳时机阅读材料2 关税调整效应显现 日系豪华车集体受挫阅读材料3 小排量汽车营销环境分析习题第八章 4S店整车销售市场购买行为分析第一节 消费者市场购买行为分析第二节 影响汽车市场购买行为的因素分析第三节 集团组织汽车市场购买行为分析阅读材料1 油价波动影响消费者购车行为阅读材料2 “停车难”是否会影响你的购车计划阅读材料3 中国消费者对车系的偏爱将会影响购车行为习题第九章 4S店汽车促销策略与广告宣传第一节 促销与促销组合第二节 广告促销第三节 人员促销第四节 销售促进第五节 公共关系阅读材料1 新旗云新年“礼”相伴最高优惠5000元阅读材料2 杭城2009年年末汽车促销活动一览案例分析 锣鼓喧天彩旗飞扬 环湖赛专用队车交接习题第十章 4S店汽车销售队伍的建立与日常管理第一节 汽车销售人员的招聘第二节 汽车销售人员的素质与培训………第二篇 4S店配件供应创新经营模式与规范化管理第十一章 4S店配件供应规范化管理及规章制度建设第十二章 4S店汽车配件采购规范化管理第十三章 4S店配件供应链规范化管理第十四章 4S店配件的定价策略第十五章 4S店配件销售创新经营模式第三篇 4S店售后服务创新经营模式与规范化管理第四篇 4S店信息反馈创新经营模式与规范化管理参考文献

<<汽车4S店经营管理>>

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>