

<<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：9787512103528

10位ISBN编号：7512103522

出版时间：2010-9

出版时间：清华大学出版社

作者：黄本新，胡勇军 主编

页数：251

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

本书以汽车销售过程为主线，以任务驱动、项目导向的方式进行编写。

编者充分考虑高职高专学生未来汽车销售岗位的能力需求，充分吸取先进的销售理念和企业实践中行之有效的销售技法。

内容体系力求生动、通俗易懂，主要有汽车营销总论、汽车营销环境的调查与分析、制定汽车营销战略与市场策略、汽车4S店销售的基本流程、汽车用户购买行为分析、汽车营销客户管理、汽车营销技巧、汽车销售人员的素质和职业规范、制定汽车售后服务策略9个方面的内容。

本书可作为高等院校汽车技术服务与营销类专业相关课程的教材，也是从事汽车销售业务的各类人员培训和进修的参考书。

<<汽车营销实务>>

书籍目录

任务1 汽车营销总论 1.1 我国汽车市场现状 1.1.1 我国汽车市场发展迅速 1.1.2 我国汽车行业市场竞争趋势分析 1.2 掌握汽车营销观念 1.2.1 汽车营销的概念 1.2.2 汽车营销的内容与特点 1.2.3 汽车营销观念的发展任务2 汽车营销环境的调查与分析 2.1 分析汽车营销环境 2.1.1 分析汽车营销的宏观环境 2.1.2 分析汽车营销的微观环境 2.2 选择市场调查方法 2.2.1 确定汽车市场调查的类型 2.2.2 选择汽车市场调查的方法 2.3 撰写市场调查报告 2.3.1 市场调查报告的格式 2.3.2 市场调查报告的内容任务3 制定汽车营销战略与市场策略 3.1 确立汽车营销战略 3.1.1 了解汽车营销战略的内涵和特征 3.1.2 确立汽车营销战略 3.2 制定汽车营销品牌策略 3.2.1 了解汽车品牌 3.2.2 细分汽车品牌市场 3.2.3 定位汽车品牌 3.3 制定汽车营销市场策略 3.3.1 制定汽车产品策略 3.3.2 制定汽车价格策略 3.3.3 制定汽车分销策略 3.3.4 制定汽车促销策略 3.3.5 制定网络营销策略任务4 汽车4S店销售的基本流程 4.1 销售前的准备任务5 汽车用户购买行为分析任务6 汽车营销客户管理任务7 汽车营销技巧任务8 汽车营销人员的素质和职业规范任务9 制定汽车售后服务策略参考文献

章节摘录

4.1.2 汽车产品知识的准备 专业的汽车销售顾问必须具备全面的知识，有自己独到的见解，能够建立顾客信任度，并帮助顾客建立倾向于自己所销售汽车产品的评价体系与评价标准。

销售的最大难点是每位销售人员必须对其所销售的汽车产品有一个全面、深入的了解，对竞争品牌的产品有深入的认识，非常熟悉相关的汽车专业知识。

汽车本身是一种高技术含量的商品，尤其目前市场上的汽车品牌繁多，加上每个品牌有多种规格和型号，销售人员要面对的汽车产品不胜枚举。

这样，销售中花费在对产品认识上的时间与精力就做其他的产品要多得多。

如果对自己的销售工作没有一个正确的认识，不肯花费大量的时间进行这方面的研究，就会一知半解，不利于自己的销售。

从顾客的决策过程看，在决定购买前，顾客一定会要求销售人员对提出的任何问题给予一个满意的答复，只要有一点不认可，就会让整个销售前功尽弃。

所以，丰富的产品专业知识是汽车销售的核心问题。

汽车产品知识的准备主要包括熟记汽车产品的各项参数，分析产品的主要性能，和同类产品性能的比较等。

1.熟记汽车产品的各项参数 熟记汽车产品的各项参数是介绍汽车产品的基础，只有在对商品的重要参数非常熟悉之后，才能透过这些枯燥的数字认真分析产品的性能，总结出产品的特性，并能回答出顾客的各种疑问，为顾客提供最适合他们的商品。

顾客往往在购车之前就浏览了大量的车辆信息，如果销售员不能熟练地说出汽车的参数，顾客将很难对销售员产生信任，当然也就无法信任销售员为其推荐的产品。

.....

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>