

<<汽车及配件营销实务>>

图书基本信息

书名：<<汽车及配件营销实务>>

13位ISBN编号：9787564027032

10位ISBN编号：7564027037

出版时间：2009-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：苏耀能,谭克诚

页数：321

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>

<<汽车及配件营销实务>>

内容概要

本书注重理论和实践相结合，注重实践能力的培养，介绍汽车营销岗位所需常识和处理相关问题的方法和技能，与4S店的培训销售流程和技巧同步。

主要内容有：汽车市场营销环境分析、汽车营销人员应具备的素质、汽车产品知识、消费者购车行为分析、汽车市场调研与预测、汽车销售流程和技巧、汽车消费信贷、客户投诉的处理、客户关系管理、汽车配件购进与营销组合等。

通过本书的学习，学生能很快适应汽车及配件销售岗位。

《汽车及配件营销实务》可作为汽车类相关专业的教材，又可作为汽车营销师、汽车营销员的职业培训教材。

<<汽车及配件营销实务>>

书籍目录

项目1 汽车市场营销环境分析

任务1 汽车市场营销环境概述

1.1.1 汽车营销环境的概念与特征

1.1.2 汽车市场营销环境的特点

1.1.3 市场营销环境与企业活动

任务2 汽车市场宏观环境

1.2.1 人口环境

1.2.2 自然环境与汽车使用环境

1.2.3 科技环境

1.2.4 经济环境

1.2.5 政策与法律环境

1.2.6 社会文化环境

任务3 汽车市场微观环境

1.3.1 企业的内部环境

1.3.2 生产供应者

1.3.3 营销中介

1.3.4 顾客(用户)

1.3.5 竞争者

1.3.6 有关公众

任务4 企业适应环境变化的策略

1.4.1 企业对抗环境变化的策略

1.4.2 企业调节市场需求的策略

1.4.3 环境分析的具体方法

1.4.4 企业适应营销环境变化的措施

项目2 汽车营销人员应具备的素质

任务1 汽车营销人员概述

2.1.1 汽车营销人员的含义

2.1.2 汽车营销人员的任务

2.1.3 汽车营销人员与推销人员的比较

任务2 汽车营销人员的职业规范

2.2.1 汽车营销人员的职责

.....

项目3 汽车产品知识

项目4 消费购车行为分析

项目5 汽车营销市场调研与预测

项目6 汽车销售流程和技巧

项目7 汽车消费信贷

项目8 客户投诉的处理

项目9 客户关系管理

项目10 汽车配件购进、管理与营销组合

参考文献

<<汽车及配件营销实务>>

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>