

<<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：9787564030506

10位ISBN编号：756403050X

出版时间：2010-2

出版时间：北京理工大学出版社

作者：王梅，常兴华 主编

页数：145

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

本书是介绍汽车营销实务的教学用书，书中以汽车营销4S店经营模式为背景，围绕汽车营销过程中所涉及的各个环节，较为详尽地探讨了汽车流通过程中的整车销售和汽车营销的延伸服务等方面的基本理论和实务操作技能，注重知识的系统性和实用性，特别注重学习者技能的培养。

具体介绍了展厅接待、顾客分析、车辆展示与介绍、促成交易、交车服务和售后跟踪服务等汽车营销流程及有关汽车保险、汽车美容与装饰、汽车分期付款、汽车购买手续的代理服务汽车营销的延伸服务知识和具体的流程。

本书可供高等学校汽车技术服务营销专业师生教学使用，也可以作为汽车营销企业人员和自学者学习资料。

## &lt;&lt;汽车营销实务&gt;&gt;

## 书籍目录

服务流程一 展厅接待 学习单元一 塑造良好的汽车销售人员职业形象 一、仪容、仪表 二、肢体语言 学习单元二 汽车销售展厅接待的商务礼仪 一、握手与介绍礼仪 二、接电话礼仪 三、名片使用礼仪 学习单元三 来店顾客的心理分析及其应对方法 一、顾客的心理状态 二、应对方法 学习单元四 做好来店、来电及意向顾客的管理 一、顾客管理的必要性 二、顾客管理的方法、重点内容 学习单元五 汽车销售人员的职业素质 一、汽车销售人员应具备的基本素质 二、优秀汽车销售人员应具备的素质 能力培养与训练 一、能力目标 二、能力训练项目 附录一 售前准备工作流程 附录二 接待顾客工作流程 服务流程二 顾客分析 学习单元一 细分顾客的方法 一、人口统计因素 二、地理因素 三、心理因素 四、行为因素 学习单元二 顾客购买动机分析 一、了解顾客需求 二、分析顾客购买动机 三、分析顾客的类型 四、购买状态分析 学习单元三 制定开发(潜在)顾客的方案 一、潜在顾客的类型 二、寻找顾客的渠道 二、寻找顾客的过程 三、制定顾客开发方案的要点 能力培养与训练二 一、能力目标 二、能力训练项目 附录三 需求分析工作流程 服务流程三 车辆展示与介绍 学习单元一 车辆展示 一、展示要点 二、展示标准流程 学习单元二 车辆介绍的技巧与方法 一、车辆介绍的方法 二、车辆介绍的原则 三、车辆介绍的技巧 四、车辆介绍中应注意的问题 学习单元三 试乘试驾 一、试车准备 二、销售人员驾车介绍 三、各种车况与路况下的演示重点 四、顾客驾车与顾客感受 能力培养与训练三 一、能力目标 二、能力训练目标 附录四 产品介绍工作流程 附录五 试乘试驾工作流程 服务流程四 促成交易 学习单元一 顾客异议处理..... 服务流程五 交车服务 服务流程六 售后跟踪服务 服务流程七 汽车销售延伸服务 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>