

<<现代汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<现代汽车营销>>

13位ISBN编号：9787811355468

10位ISBN编号：7811355469

出版时间：2010-9

出版时间：暨南大学出版社

作者：黄本新，钟向忠 主编

页数：272

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>

<<现代汽车营销>>

内容概要

根据目前国内汽车营销市场的特点，结合高等职业教育理论“够用为度、注重技能训练”的特性，以培养第一线的汽车营销人才为目标，编者深入汽车销售企业实地调研，以汽车销售的工作过程为主线来编写本教材。

本教材共分九章，主要内容包括：汽车营销战略与市场策略，汽车4S店销售的基本流程，汽车营销管理，汽车营销技巧，汽车售后服务等。

<<现代汽车营销>>

书籍目录

总序前言第一章 汽车营销人员要求 第一节 汽车专业知识 第二节 营销人员的基本礼仪 第三节 良好的服务意识 第四节 自我修炼铸造成功第二章 汽车营销总论 第一节 汽车营销的概念 第二节 我国汽车行业的变迁 第三节 我国汽车产业政策及发展趋势 第四节 我国汽车营销行业的特点第三章 汽车营销战略与市场策略 第一节 汽车营销战略 第二节 汽车营销品牌策略 第三节 汽车营销市场策略第四章 汽车4S店销售的基本流程 第一节 销售前准备 第二节 销售过程管理 第三节 试乘试驾 第四节 签约与成交第五章 客户行为分析 第一节 客户价值理论 第二节 消费者需要 第三节 消费者购买动机与购买行为分析第六章 汽车营销管理 第一节 客户分类与管理 第二节 客户服务管理 第三节 汽车销售人员管理第七章 汽车营销技巧 第一节 沟通技巧 第二节 客户需求分析技巧 第三节 客户异议处理技巧 第四节 客户维系技巧第八章 汽车售后服务 第一节 售后服务的基本流程 第二节 售后服务的重要性 第三节 二手车交易 第四节 汽车俱乐部组织第九章 汽车营销策划 第一节 营销策划书的编写 第二节 营销渠道策划 第三节 市场推广策划 第四节 网络营销策划参考文献

编辑推荐

以就业为向导，以能力为本位。

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>