

<<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>