

《汽车营销技术（第二版）》

书籍信息

版次：2

页数：190

字数：289000

印刷时间：2013年08月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787560631486

内容简介

本书着重介绍与汽车营销有关的知识、技能和方法。全书共11章，内容分别为：绪论、汽车销售人员的基本素质、汽车用户购买行为分析、汽车销售实务、汽车商品质量的保证、汽车营销延伸服务、汽车网上交易、汽车市场环境分析与目标市场营销等。

目录

第一章 绪论

第一节 汽车工业概况

- 一、世界汽车工业发展简述
- 二、我国汽车工业的发展概述
- 三、我国汽车工业的现状与发展趋势
- 四、国内外主要汽车生产厂家简介

第二节 我国汽车市场概述

- 一、我国汽车市场的发展历程
- 二、我国汽车市场的特点及影响因素
- 三、我国汽车市场主要销售模式简介

第二章 汽车营销人员的基本素质

第一节 汽车营销人员应具备的

基本销售理念

- 一、销售“产品”更销售“公司”

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)