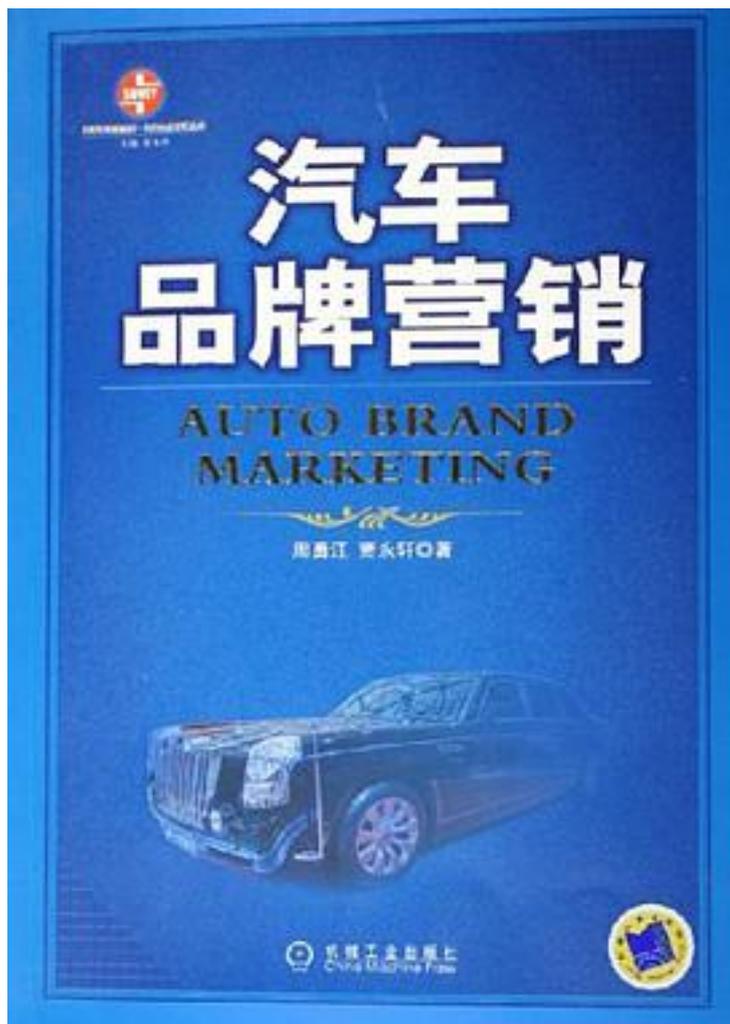


汽车品牌营销



[汽车品牌营销_下载链接1](#)

著者:周勇江

出版者:机械工业出版社

出版时间:2006-1

装帧:简装本

isbn:9787111181781

索荣管理思想库是索荣公司依据多年实战经验与咨询提炼，结合中国企业和行业的状况

与趋势，吸收了国外先进管理理念与精髓，由实战专家与咨询顾问融会贯通而编著出版的具有中国本土特色的企业管理丛书和行业管理丛书。其中，“索荣管理思想库·汽车企业管理丛书”是索荣公司经过对汽车产业的长期研究，结合多年汽车企业的咨询经验主持编著的，目的是打造汽车产业发展链条，提升汽车产业增值服务，培养汽车企业核心能力。

通观世界著名汽车品牌，几乎每一个车型标志的背后都有一段故事，以及与之相对应的视觉符号——标志。例如，奔驰的三叉星徽、奥迪的四环造型、丰田的牛头标志。世界名车的标志凝聚了几代人奋斗的心血，它将技术的、管理的、人文的精华汇集在一起，物化为品质优良的车，标志实际上是品牌的视觉精粹。

随着中国汽车品牌学步期的积累和民族意识的崛起，中国汽车品牌进入了外资品牌与自主品牌混合发展的时期。

本书选取的国内外汽车市场上畅销的20种车型品牌，从客户定位、产品配置、品牌优势、营销网络、经销商、营销业绩等六个方面进行对比分析，比较各车型品牌的营销策略。

本书适合汽车生产商的经营管理人员，汽车经销商的经营管理人员，汽车和行业的研究人员，高校汽车专业的学生以及对汽车感兴趣的各种读者。

作者介绍:

目录:

[汽车品牌营销_下载链接1](#)

标签

汽车

市场营销

课程

广告

评论

[汽车品牌营销_下载链接1](#)

书评

[汽车品牌营销_下载链接1](#)