

前 言

汽车营销是当今社会最具挑战性的职业之一。随着中国汽车产业的不断发展，市场竞争日益加剧，中国汽车营销在根本观念上必须要有大的转变，汽车的营销不能只被视为完成销量目标的手段，而应该是一个为用户创造价值的过程，是一个为企业创造利润的过程。即汽车的营销是一个通过创造用户价值，从而创造利润的过程。没有一个根本上正确的营销观念，就不可能有有效的营销策略和战术，也不可能在激烈的竞争中把握市场机会。因此，这对汽车营销人员提出了更高的要求。

如何成为一个善于把握市场机遇、灵活运用市场营销技能、具有较强沟通能力的汽车营销人员呢？本书从汽车销售岗位的实际出发，参考国内外营销大师的经典论述和成功营销案例，结合作者多年汽车营销和培训经验，全面展示了汽车营销人员各项日常工作的具体业务流程，重点介绍现代汽车销售服务流程和汽车营销人员的市场调查、市场分析、营销策略、顾客服务等核心技能，本书注重营销人员职业能力的培养，更注重汽车营销的实践性和可操作性，能够与市场零距离接轨，达到即学即用的目的。

本书可作为汽车院校、职业培训机构的教学教材，也可作为从事营销工作人员的自学用书。

本书由广州凌凯汽车资料编写组组织编写，广州凌凯汽车职业学校李杰担任主编，长沙汽车工业学校汪东、长春职业技术学校刘天飞、长春市机械工业学校陈清俊担任副主编。参加编写的还有胡欢贵、胡志涛、于海东、鱼艳、朱明丽、刘妮、谭桂枝、宁海忠、蔡永红、廖远强、段金龙、钟利兰、李土军、姚科业、满明。

由于编者水平有限，书中错误和问题在所难免，敬请广大读者批评指正。

编 者