
汽车业营销分析与市场策划

第一章：了解中国汽车消费者

- 1、中国汽车消费者的变迁
- 2、中国汽车消费环境及政策
- 3、中国汽车消费者购卖行为特征
- 4、如何进行汽车市场调查

案例：别克汽车的市场调研

 广本 MPV 目标消费者调查报告书

 比亚迪 F3 型汽车的市场分析

 福特 E-dsel 汽车项目的失误

讨论：中国汽车节能化发展还是豪华化发展方向？

第二章：中国汽车行业竞争分析

- 1、中国汽车行业规模及发展潜力分析

 产业生命周期、市场潜力、销售预测等

- 2、中国汽车行业结构分析

 行业集中度、竞争强度（波特五力分析）、行业盈利率等

- 3、中国主要汽车公司分析

 竞争对手界定五大方法、竞争性路径分析法等

- 4、汽车企业的市场地位分析

案例：吉利汽车面临的市场环境的挑战

 比亚迪进军汽车市场面临的挑战

讨论：中国轿车业行业特点及市场结构？

第三章：快速变化的汽车市场及营销策略

- 1、摆脱不了的价格战？
- 2、汽车渠道模式的困境与出路
- 3、汽车销售渠道中的冲突与管理

案例：丰田汽车的广告定位

讨论：4S 店的困境及出路

第四章：汽车业品牌价值的塑造

- 1、汽车品牌管理分析框架
- 2、USP 理论及在汽车业的应用
- 3、品牌形象理论及在汽车业应用
- 4、品牌定位理论及在汽车业的应用

案例：北京现代伊兰特新品上市暨品牌传播
长安福特全国市场整合传播方案
吉利汽车的品牌战略及其问题

第五章：如何做好汽车业的市场策划

- 1、如何策划促销，提升业绩
- 2、展现汽车公关的力量
- 3、打出汽车的服务牌

案例：比亚迪新车上市策划
福美来汽车市场策划方案