

<<弱者谋存>>

图书基本信息

书名：<<弱者谋存>>

13位ISBN编号：9787111289814

10位ISBN编号：7111289811

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业

作者：刘亚松

页数：204

字数：181000

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>

## &lt;&lt;弱者谋存&gt;&gt;

## 前言

汽车美容业的美好前景备受很多中小投资者的关注，他们纷纷办起了汽车美容店，“三四门洞的店面，十几万元的投资，百十平米的场地，七八人的规模”这样的中小型汽车美容店在各地蜂拥而起，但中小型汽车美容店在经营中很快会遇到一种尴尬，即与强者竞争缺少实力，与廉价小店竞争输于成本。

难道“汽车美容业前景很好”是有误的信息吗？

当然不是，我国汽车工业迅猛发展，汽车保有量猛增，轿车已越来越多地进入家庭，汽车美容业的前景无需置疑。

但任何行业的竞争都是优胜劣汰，在优胜劣汰之间，取决于经营的应对与调整。

经营如逆水行舟，不进则退，谋求经营突围是中小型汽车美容业者不得不认真思考的问题。

本书从实践出发，以中小型汽车美容店经营困局的突围为例，并以此为线索系统地介绍了汽车美容业当前的经营发展模式和最新的经营发展理念，为业内经营者和准备介入汽车后市场的投资者提供了切实可行的操作模式和实践参考。

同时，本书也可以作为汽车美容业企业管理人员及其他汽车后市场经营者的工作参考书。

本书共分五章，其中，第一章主要介绍汽车后市场的一些基本概念和汽车美容业的市场形势。

第二章主要介绍汽车美容店经营问题的排查，店面形象的重置，以及如何结合形象重置开创经营新局面。

第三章主要介绍汽车护理品的小生产，通过产品自产进行经营挖潜。

## <<弱者谋存>>

### 内容概要

本书从实践出发对汽车美容业的经营进行一些探讨，以中小型汽车美容店经营困局的突围为例，并以此为线索系统地介绍了汽车美容业当前的经营发展模式和最新的经营发展理念，为业内经营者和准备介入汽车后市场的经营投资者提供了切实可行的操作模式和实践参考。

同时，本书也可以作为汽车美容业企业管理人员及其他汽车后市场经营者在工作之中的参考书。

本书共分五章，分别介绍了汽车后市场的一些基本概念和汽车美容业的市场形势；汽车美容店经营问题的排查，店面形象的重置以及如何结合形象重置开创经营新局面；汽车护理品的小生产，通过产品自产进行经营挖潜，产品形象配合店面形象在经营中的统一整合，拓展经营领域使小店面有大作为，逐步向多业态连锁模式渗透，争取渐进式经营突围；如何将汽车美容店发展为地方化的连锁经营企业，进一步完善汽车美容店的经营模式，开展多种模式的汽车后市场连锁项目拓展，从经营突围到经营全面升级。

## <<弱者谋存>>

### 作者简介

刘亚松，天津市车佳丽汽车用品技术中心总经理，天津市车宝贝汽车养护装饰用品厂总经理专业致力于汽车后市场的经营实践、行业研究和发展策划。

汽车护理品小生产的技术开发者，车宝贝系列汽车美容护理品生产者，企业执行标准制定起草者。多年从事汽车美容行业小投资模式的研究

## &lt;&lt;弱者谋存&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一章 经营形势：想躲也躲不开 第一节 汽车后市场的现状与前景 一、汽车后市场的概念 二、我国汽车后市场现状 三、我国汽车后市场的前景 第二节 汽车美容业的市场形势 一、汽车美容业的当前形势 二、发展中混乱，混乱中发展 第三节 弱者谋存，困局的谋变 一、弱者的位置，中小型店 二、尴尬的困局，穷则思变 第二章 经营谋变：汽车美容店突围 第一节 龙搁浅滩，问题出在哪里 一、开店的准备是否存在问题 二、店面的选址是否存在问题 三、是否认真考虑过商圈问题 四、店面的投资规模是否合适 五、店堂的装修是否存在问题 六、货品的配置是否存在问题 第二节 举足轻重，弱者更需形象 一、形象资产，到底是正是负 二、商号反思，名不正事难顺 三、壮士断腕，可能推倒重来 四、形象重置，CIS系统再造 第三节 亡羊补牢，经营困局谋变 一、规范管理，开发客户资源 二、再开新张，新起点新思路 三、调整店面货品，做专做精 四、要把服务当做商品去经营 五、筹建车友会，为经营造势 六、循序渐进，向多业态渗透 第三章 经营挖潜：小生产的大作为 第一节 汽车护理品基础知识 一、汽车护理品的行业前景 二、清洗清洁类汽车护理品 三、上光养护类汽车护理品 四、其他类别汽车护理品综述 第二节 力所能及，小生产并不神秘 一、哪些汽车护理品适合小生产 二、小生产系列汽车护理品点评 三、汽车护理品小生产的筹备 四、关于小生产的一些问题答疑 第三节 市场延伸，经营的整合突围 一、整合店面形象产品以销定产 二、经营中的鲸吞蚕食远交近攻 三、品牌的多种经营与市场战略 四、自有产品是经营突围的平台 第四章 经营连锁：从谋存到谋生 第一节 汽车美容业的连锁与经营 一、目前连锁需要注意的情况 二、业内连锁经营的客观形势 第二节 把关容店培养成加盟总部 一、地方连锁发展商机尚存 二、连锁加盟的造势与经营 三、最廉价的市场推广模式 第三节 多业态的连锁经营与拓展 一、在传统业态中的新商机 二、项目运作讲究似是而非 第五章 突围之路：走一步说一步 一、谋存，要学会眼睛向后看 二、经营，有时是比谁活得长

## &lt;&lt;弱者谋存&gt;&gt;

## 章节摘录

(1) 汽保养护行业 主要从事整车售后及日常养护服务。其发展主流是4S店形式,即整车销售、售后服务、零件供应和信息反馈四位一体。售后服务的另一个趋势是从售后的维修转向汽车的定期维护保养,注重对用户的培训和咨询服务。

(2) 汽修及汽配行业主要是指传统的汽车修理厂及汽车配件商店。随着市场形势变化和行业竞争加剧,很多汽车修理厂开展了配件经营,汽车配件店也开办了汽车维修项目。

(3) 汽车美容及装饰改装行业 主要从事汽车美容、洗车、装饰、改装等服务,是近年发展非常迅猛的汽车后市场领域。市场经营形势的变化也非常快。

(4) 汽车护理品及精品生产行业 随着汽车美容店的迅猛发展和汽车的迅速普及,汽车护理品及各类汽车精品迎来了行业生机。尤其是汽车护理品,属于汽车美容领域的易耗品,各汽车美容店、洗车店日常使用量大,市场潜力前途无量。

(5) 汽车保险等金融行业 目前,汽车保险已经占到世界非寿险的60%,国内汽车保险营业额也在财产保险中居第一位。

目前,汽车保险的主要问题是险种少,操作不规范,但发展潜力很大。汽车融资、车务代理、消费信贷等,也成为汽车后市场的重要组成部分。

(6) 汽车资讯等广告行业汽车资讯包括汽车行业网站、行业动态、统计分析、政策法规等方面的内容。

在发达国家,汽车广告是所有广告中的大户。

国内企业在广告制作和投资上也留有广阔的发展空间。

(7) 汽车文化及户外运动行业汽车文化范围广泛,包括汽车模型,汽车体育,汽车知识、报刊、书籍、影视、汽车文化领域国际交往、服装服饰、车迷群体等。

还包括了智能交通、汽车娱乐、汽车救援、汽车俱乐部等方面的内容。

## <<弱者谋存>>

### 编辑推荐

目前，汽车美容业前景很好，但是行业前景好不等于每位经营者的前景都好。中小型汽车美容店在经营中经常会遇到一种尴尬：与强者竞争缺少实力，与路边店竞争却输于成本。除了一些幸运儿，多数没取得上下通吃的效果，却落了个“高不成，低不就”的境地，成了汽车美容业的弱者，几乎陷入经营困局。

难道“汽车美容业前景很好”这个判读有误？

答案当然是否定的，行业前景无需置疑，但任何行业的竞争都存在着优胜劣汰，胜与汰取决于经营的应对与调整。

《弱者谋存：汽车美容业经营突破》从实践出发对汽车美容业经营突围进行一些探讨，为业内经营者和即将介入汽车后市场的投资者提供参考。

揭示经营之道 解密行业玄机

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>