

2007~2008年中国中央空调 售后服务现状及对策研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007~2008年中国中央空调售后服务现状及对策研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/kongdiao/U627198XSS.html>

报告价格：纸质 + 电子版：3000元

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

[b]2007"2008年中国中央空调售后服务现状及对策研究报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 绪论 [/b]

第一节 售后服务三大通病掣肘空调行业销售

一、孤儿空调没人管

二、行动不如承诺好

三、多收乱修已成风

第二节 国内外研究概况及相关概念的界定

一、产品售后服务的定义

二、售后服务营销

第三节 本报告主要研究内容

[b]第二章 售后服务营销理论基础及特点 [/b]

第一节 服务的性质

第二节 中央空调售后服务营销的特点

[b]第三章 售后服务对中央空调制造企业发展的重要性 [/b]

第一节 售后服务是成功营销的关键环节

第二节 中央空调企业新的利润增长点

[b]第四章 中央空调售后服务现状及存在的问题分析 [/b]

第一节 中央空调生产行业售后服务现状

一、行业整体特征综述

二、主要品牌的服务措施

海尔：“集团军作战”的服务模式

美的：“深度清洗”抢占旺季市场

志高：多项举措突破服务瓶颈

格兰仕：收留“家电遗孤”

长虹空调：“阳光服务?心贴心”暖心工程

三菱重工：精诚、迅速、周到为消费者服务

奥克斯：适时上调空调安装费用

TCL空调：打造服务金牌

新科：新版服务系统投入使用

三、区域市场售后服务现状

江苏市场

上海市场

浙江市场

北京市场

广东市场

安徽市场

福建市场

河北市场

天津市场

湖南市场

湖北市场

山东市场

河南市场

四、行业发展趋势分析

第二节 中央空调制造行业企业竞争分析

[b]第五章 中央空调企业售后服务营销策略 [/b]

第一节 内外部战略要素评价

第二节 中央空调企业售后服务营销战略选择

第三节 备选服务营销战略评价

[b]第六章 实例研究 [/b]

一、格力从四个方面树立自己的品牌风格

二、美的品牌的塑造

三、海尔国际化品牌形象的树立

[b]第七章 中央空调未来发展前景 [/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/kongdiao/U627198XSS.html>