

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

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.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.cction.com/report/200812/7808.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 绪论 4

第一节 售后服务三大通病掣肘空调行业销售 4

一、孤儿空调没人管 4

二、行动不如承诺好 4

三、多收乱修已成风 5

第二节 国内外研究概况及相关概念的界定 5

一、产品售后服务的定义 5

二、售后服务营销 6

第三节 本报告主要研究内容 6

第二章 售后服务营销理论基础及特点 7

第一节 服务的性质 7

第二节 中央空调售后服务营销的特点 9

第三章 售后服务对中央空调制造企业发展的重要性 11

第一节 售后服务是成功营销的关键环节 11

第二节 中央空调企业新的利润增长点 15

第四章 中央空调售后服务现状及存在的问题分析 19

第一节 中央空调生产行业售后服务现状 19

一、行业整体特征综述 19

二、主要品牌的服务措施 20

海尔：“集团军作战”的服务模式 20

美的：“深度清洗”抢占旺季市场 21

志高：多项举措突破服务瓶颈 21

格兰仕：收留“家电遗孤” 22

长虹空调：“阳光服务”贴心“暖心工程” 22

三菱重工：精诚、迅速、周到为消费者服务 23

奥克斯：适时上调空调安装费用 23

TCL空调：打造服务金牌 24

新科：新版服务系统投入使用 24

三、区域市场售后服务现状 25

江苏市场 25

上海市场 26

浙江市场 26

北京市场 27

广东市场 27

安徽市场 28

福建市场 28

河北市场 29

天津市场 30

湖南市场 30

湖北市场 31

山东市场 31

河南市场 32

四、行业发展趋势分析 32

第二节 中央空调制造行业企业竞争分析 33

第五章 中央空调企业售后服务营销策略 37

第一节 内外部战略要素评价 37

第二节 中央空调企业售后服务营销战略选择 37

第三节 备选服务营销战略评价 39

第六章 实例研究 42

一、格力从四个方面树立自己的品牌风格 42

二、美的品牌的塑造 44

三、海尔国际化品牌形象的树立 46

第七章 中央空调未来发展前景 48

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/7808.html>