

Działalność i promocja firmy samochodowej.

Wstęp

Rozdział I.

Historia firmy Daewoo Group

1. Kim Woo Choong. Założyciel i przewodniczący Daewoo Group
2. Działalność Grupy Daewoo
 - 2.1 Plan Zarządzania Globalnego
 - 2.2 Daewoo i kryzys ekonomiczny
 - 2.3 Firmy Grupy Daewoo na świecie
3. Daewoo Motor
4. Samochody koncepcyjne

Rozdział II.

Daewoo w Polsce

1. Firma
2. Koordynacja pracy regionów
3. Historia Centrum Daewoo
- 4.auta Daewoo triumfują
5. Ubezpieczenia ze znakiem Daewoo
6. Światowa jakość - głównym celem firmy
 - 6.1 Systemy zapewnienia jakości
 - 6.2 Kolejne spółki Daewoo wyróżnione certyfikatem ISO

Rozdział III.

Nowe projekty

1. Nubira Kombi Van dla małego biznesu

- 2.Musso
- 3.Korando
- 4.Polonez truck
- 5.Strategia marketingowa. Tico – Matiz
- 6.Premiera na miarę XXI wieku
- 6.1 Van F-100
- 6.2 LD-100
- 6.3 BD-100

Rozdział IV.

Działalność marketingowa Daewoo w Polsce

- 1.Koncepcja zdobywania klienta
- 2.Dwa lata sukcesów
- 3.Daewoo to właściwy wybór – strategia marketingowa
- 3.1 Cena
- 3.2 Sieć sprzedaży

Rozdział V.

Działalność promocyjna firmy Daewoo

1. Znaczenie promocji
- 2.Wielki Raid Kobiet.
- 3.Jazdy próbne
- 4.Program Bezpłatnej Obsługi
- 5.Leganza do ślubu
- 6.Karta Klubu Daewoo
- 7.Duch Daewoo
- 8.Pierwszy samochód sprzedaje dealer – drugi dobry serwis
- 9.Cienie nad Daewoo
- 10.Wzorcowe salony dealerskie
- 11.95%części zamiennych w 24 godziny
- 12.Imprezy dziennikarzy

Zakończenie

Bibliografia

Spis tablic