第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

图书基本信息

书名：<<航空服务营销>>

13位ISBN编号：9787030354907

10位ISBN编号：7030354907

出版时间：2012-9

出版时间：科学出版社

作者：陈斌，张译 编

页数：208

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

内容概要

《高等职业教育“十二五”规划教材·航空服务类专业教材系列：航空服务营销》以航空服务特点为切入点，以培养服务意识为核心，以满足顾客需求为导向，结合国内外航空公司服务营销的典型案例，系统介绍了航空服务中的消费者行为及顾客需求管理，总结了航空服务市场细分和定位的特点和方法，剖析了航空服务传递系统设计与开发的原理；从航空服务营销的产品、定价、渠道、促销、人员、过程和有形展示等方面阐述了航空服务特色的营销组合策略；描述了在服务过程及服务质量控制基础上，以提高顾客忠诚度为目的的航空服务品牌战略思路。

《高等职业教育“十二五”规划教材·航空服务类专业教材系列：航空服务营销》在注重理论内化的基础上突出可操作性，适合高等职业技术学院航空服务与管理专业及相关服务专业的教学使用。

<<航空服务营销>>

书籍目录

单元1 服务营销概述1.1 服务与服务业1.1.1 服务的含义与特征1.1.2 服务产品1.1.3 服务业1.2 服务与服务营销1.2.1 服务营销学的产生与发展1.2.2 服务营销与市场营销1.2.3 服务营销的含义与特征1.2.4 学习服务营销的意义1.3 服务营销的基本理念1.3.1 关系营销理念1.3.2 顾客满意理念1.3.3 超值服务理念单元小结实训习题单元2 航空服务与服务营销2.1 航空服务的内涵与特征2.1.1 航空的概念与分类2.1.2 航空服务的内涵2.1.3 航空服务的特征2.2 航空服务市场的内涵及特征2.2.1 航空服务市场的内涵2.2.2 航空服务市场的特点2.2.3 我国航空服务市场特征2.3 航空服务营销的特征与策略2.3.1 航空服务营销的含义与特征2.3.2 我国航空服务营销的现状2.3.3 航空服务营销组合策略单元小结实训习题单元3 航空服务消费行为3.1 航空服务消费的购买心理3.1.1 航空服务消费的心理需求3.1.2 航空服务消费的影响因素3.1.3 航空服务市场环境分析3.2 航空服务消费的购买决策3.2.1 航空服务消费购买决策的优化原理3.2.2 航空服务消费购买决策3.2.3 航空服务消费的购后评价3.3 航空服务需求管理3.3.1 航空服务需求管理认知3.3.2 航空服务需求状态3.3.3 航空服务需求层次单元小结实训习题单元4 航空服务市场定位4.1 航空服务市场细分4.1.1 市场细分的含义及作用……单元5 航空服务产品策略单元6 航空服务定价策略单元7 航空服务渠道策略单元8 航空服务促销策略单元9 航空服务人员单元10 航空服务有形展示单元11 航空服务过程管理单元12 航空服务品牌战略参考文献

章节摘录

2）气味。
气味会影响形象。
零售商店，如咖啡店、面包店、花店和香水店，都可使用芳香和香味来推销其产品。
对于航空企业而言，由于机场人流量极大，势必造成在人流量大的情况下，“气味的流量”也会加重。
机场一方面要注意保持清洁卫生，定期对候机厅的中央空调通风系统进行维护保养，清洁消毒，使其正常运转；加大候机大厅通风排气量，适当地延长空调系统通风排气时间，以确保有充足的新鲜空气；合理安排送风口、回风口，避免造成通风死角。
另一方面可利用令人愉悦的香味来取悦旅客。
例如有的航空公司会在机场使用芳香剂，让旅客置身其中，心旷神怡。
但是机舱内使用芳香剂还应注意具有过敏体质的旅客，不然不仅不会给旅客制造良好的乘机氛围，反而会给乘客带来痛苦。
3）声音。
声音往往是气氛营造的背景。
电影制造厂商很早就觉察其重要性，即使在默片时代，配乐便被视为一项不可少的营造气氛的成分。
为了通过声音营造出良好的氛围，有的机场会在候机厅安排钢琴演奏舒缓的音乐以消除旅客旅途的疲劳，航空公司在起飞之前会给乘客播放令人舒畅的旋律，而不必要的噪音却是破换气氛的罪魁祸首。
服务员在服务旅客时应注意语气和语调，尽量做到轻言细语。
除了使用吸音材料来控制噪音，先进机型的使用也可以减少噪音的产生。
空客A380采用了世界上最先进的防噪音设计，根据英国希思罗机场的测试，A380起降时产生的噪音分贝数是普通客机的二分之一。
因此，恰到好处的应用好的声音，祛除不必要的噪音是利用声音来营造良好气氛的关键。
4）触觉。
厚重质料铺盖的座位的厚实感（rich texture）、地毯的厚度、壁纸的触感、咖啡店桌子的木材感和大理石地板的冰凉感，都会带来不同的感觉，并发散出独特的气氛。
某些零售店是以样品展示的方式激发顾客们的触感；但有些商店，如精切玻璃、精制陶瓷店、古董店、书廊或博物馆，就禁止利用触感。
但不论任何情况，产品使用的材料和陈设展示的技巧都是重要的因素。
10.2.3 有形展示管理的执行　　航空服务展示管理不仅是营销部门的工作，虽然营销部门应该唱主角，但航空公司每个工作人员都有责任传递有关服务的适当线索。
下面列出的是一份行动问题清单，所有的管理人员都应定期考虑这些问题。
1）我们有一种高效的方法来进行服务展示管理吗？
我们对顾客可能感觉到的有关服务的每一件事都给予了充分的重视吗？
2）我们是否积极地进行服务展示管理？
我们积极地分析了如何使用有形因素来强化我们的服务概念和服务信息吗？
……

第一图书网, tushu007.com

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