

<<服务营销管理>>

图书基本信息

书名：<<服务营销管理>>

13位ISBN编号：9787122109651

10位ISBN编号：7122109658

出版时间：2011-6

出版时间：化学工业出版社

作者：安贺新 编

页数：272

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>

<<服务营销管理>>

内容概要

随着经济社会步入服务经济时代，服务及服务业得到了迅猛发展，其在国民经济发展中的重要性日益突出。

企业之间的竞争主要是服务的竞争。

服务营销理所当然地成为企业提高核心竞争力、增强竞争优势的有力武器，服务营销管理也成为企业所面临的一个紧迫的课题。

本书按照服务营销管理活动的基本程序设计篇章结构，包括服务购买者行为分析、市场定位、服务营销7Ps组合策略、服务失误与补救、服务质量管理、顾客满意与顾客忠诚管理、服务营销绩效评估等，力求理论联系实际，突出时代性、严谨性、务实性、前瞻性、适用性的特点，以期加深读者对有关服务营销管理理论的理解，从而锻炼与完善自身的相关能力。

本书适用于高等院校经济管理类专业的学生学习使用，同时，也非常适合企业界管理人员的需求。

书籍目录

第一章 服务营销概述

第一节 服务营销学的产生和发展

第二节 服务营销观念的发展与实施

第三节 服务产品的特性

第四节 服务营销组合的要素

第五节 服务营销管理

综合案例 海尔——不断升级的国际星级服务

思考题

第二章 服务购买者行为分析

第一节 当代服务消费趋势及特征

第二节 影响服务消费者购买决定的因素

第三节 服务消费者购买决策过程

第四节 组织服务购买行为分析

综合案例 从消费者感知来看航空公司常旅客计划的缺陷

思考题

第三章 服务营销战略

第一节 服务企业营销战略的规划和管理过程

第二节 服务市场细分、目标市场选择与市场定位

第三节 服务企业的基本竞争战略

第四节 创新型服务战略

综合案例 精确细分动感地带赢得新一代

思考题

第四章 服务产品策略

第一节 服务产品整体概念

第二节 服务产品组合

第三节 服务产品生命周期

第四节 服务新产品的开发

第五节 服务产品的品牌策略

综合案例 中国电信营业厅进驻淘宝网服务创新立足便民惠民

思考题

第五章 服务定价策略

第一节 服务定价的目标

第二节 服务定价的影响因素

第三节 服务定价方法

第四节 服务定价策略

综合案例 沃克班驰的定价策略

思考题

第六章 服务的位置和渠道策略

第一节 服务渠道的类型

第二节 服务位置的选择

第三节 服务分销渠道的拓展和创新

综合案例 深耕渠道 以服务引领分销

思考题

第七章 服务沟通与促销

第一节 服务沟通

<<服务营销管理>>

第二节 服务促销

第三节 服务促销组合

综合案例 星巴克——以服务抓住消费者

思考题

第八章 服务人员策略

第一节 服务人员的地位与服务利润链

第二节 内部营销及其体系的构建

综合案例 星巴克的内部营销

思考题

第九章 服务过程策略

第一节 服务过程概述

第二节 服务过程的管理与控制

综合案例 供电服务：解析供给与需求的平衡点

思考题

第十章 有形展示策略

第一节 有形展示及其类型

第二节 服务环境的设计

第三节 有形展示的管理

综合案例 贵阳华美达神奇大酒店——有形要素在无形服务中的作用

思考题

第十一章 服务失误与补救

第一节 服务失误及其影响

第二节 顾客对服务失误的反应

第三节 顾客抱怨与不抱怨的原因

第四节 顾客抱怨时的期望

第五节 服务补救的策略

综合案例 丰田“踏板门”中的补救策略——给未拉下的安灯线买单

思考题

第十二章 服务质量管理

第一节 服务质量的含义与属性

第二节 服务质量评估

第三节 提高服务质量的方法与策略

第四节 服务质量管理

综合案例 苏宁电器：阳光使命满意

服务百分百

思考题

第十三章 顾客满意与顾客忠诚管理

第一节 顾客满意概述

第二节 顾客服务期望

第三节 顾客服务感知

第四节 顾客满意度测评

第五节 顾客忠诚管理

综合案例 丽兹·卡尔顿酒店的服务管理

思考题

第十四章 服务营销绩效评估

第一节 服务绩效考核及其体系

第二节 服务绩效的评价指标

<<服务营销管理>>

第三节 服务绩效审计与服务绩效评估
方案的实施

综合案例 三菱东京UFJ银行运用平衡
计分卡的成功实践

思考题

第十五章 服务营销发展趋势

第一节 网络服务营销

第二节 全球化服务营销

第三节 体验营销

综合案例 解开星巴克经验之谜：7Ps营销
组合+顾客经验模式

思考题

参考文献

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>