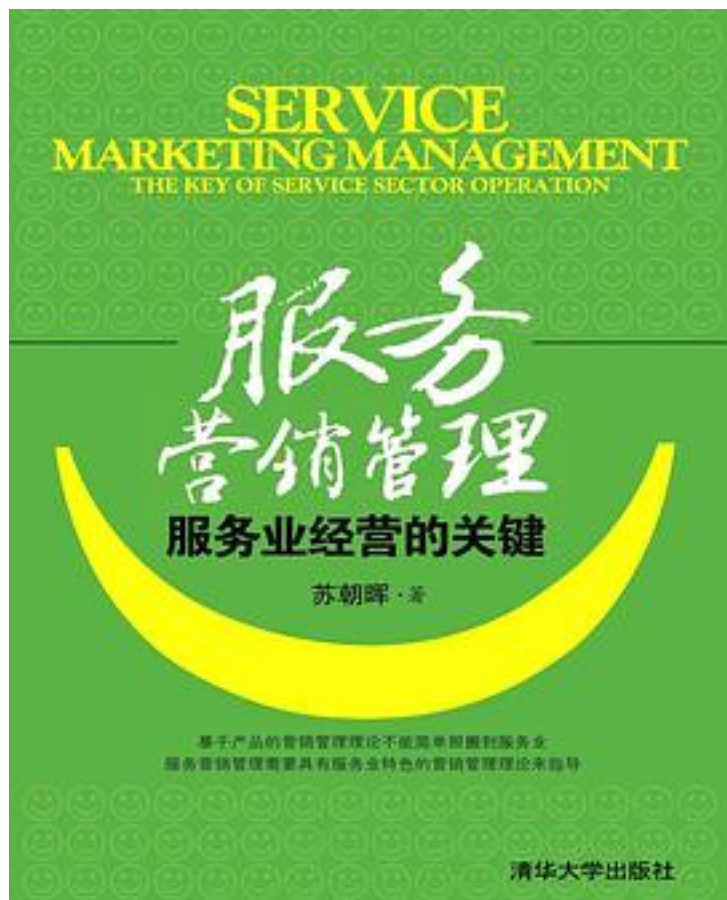


服务营销管理



[服务营销管理_下载链接1](#)

著者:陈祝平

出版者:立信会计

出版时间:2007-1

装帧:

isbn:9787542917928

本书从分析服务特征对服务营销的正负双重影响着手，探讨服务营销的特殊规律，提出了新的服务营销8维度模型，即服务营销的8化模型??技巧化、关系化、差异化、效率化、有形化、可分化、规范化和可调化。这个8维度模型对服务营销现象有较大的解释力，对服务营销战略策划有较大的指导意义。

本书共10章，可分成三部分：

第一部分内容是服务营销导论，共2章。第一章研究服务营销的主体即服务业，包括服务业的范围和种类、服务业的作用。第二章研究服务特征对服务营销的正负面影响，并在此基础上建立服务营销的模型。这是本书的核心理论。

第二部分研究对服务营销有正面影响的4个营销维度，共4章。第三章研究服务的技巧化营销，包括技能营销、知识营销、专业化营销和文化营销等。第四章研究服务的关系化营销，包括关系营销、互动营销和内部营销等。第五章研究服务的差异化营销，包括个性化营销、特色营销和创新营销等。第六章研究服务的效率化营销，包括时效营销、多功能营销、一揽子营销和合作营销等。

第三部分研究对服务营销有负面影响的4个营销维度，共4章。第七章研究服务的有形化营销，包括环境营销、包括环境营销、品牌营销和承诺营销等。第八章研究服务的可分化营销，包括自助营销、渠道营销和网络营销等。第九章研究服务的规范化营销，包括理念营销、标准化营销和可控化营销等。第十章研究服务的可调化营销，包括时间可调化营销、地点可调化营销和价格可调化营销等。

作者介绍:

目录:

[服务营销管理_下载链接1](#)

标签

评论

[服务营销管理_下载链接1](#)

书评

