

<<大规模定制化服务创新>>

图书基本信息

书名：<<大规模定制化服务创新>>

13位ISBN编号：9787030248336

10位ISBN编号：7030248333

出版时间：2009-7

出版时间：科学

作者：李靖华 编

页数：256

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>

## <<大规模定制化服务创新>>

### 内容概要

大规模定制是制造业中解决个性化与规模化之间矛盾的有力武器。

随着服务业的不断发展和服务业与制造业融合趋势的加剧，如何在服务业中更好地运用大规模定制的思想，获得服务质量和生产率的同时提升，日益成为一个重要的研究议题。

本书综合运用企业管理中研发与创新管理、战略管理、组织管理、营销管理等理论，运用调查、案例分析、统计检验等实证研究方法，对移动通信、保险、银行、成衣定制等行业中大规模定制化服务创新的适用条件和实施办法进行了理论和实证研究。

本书可作为高等院校管理类专业研究生、本科生的参考书，也可为理论研究者提供参考，为服务企业管理者提供决策和管理的思路。

## &lt;&lt;大规模定制化服务创新&gt;&gt;

## 书籍目录

《服务创新系列丛书》序前言第一部分 基础篇 第1章 绪论 1.1 大规模定制——服务创新之路 1.2 大规模定制化服务创新的相关概念与研究综述 1.3 本书研究框架及思路 第2章 大规模定制化服务创新机理 2.1 一个服务与制造业融合的视角 2.2 基于功能特性的服务创新模型 2.3 模块化的多学科视角 第3章 服务创新调查 3.1 银行服务创新调查 3.2 保险服务创新调查 附录3.1 银行服务创新调查问卷 附录3.2 保险服务创新调查问卷第二部分 服务企业篇 第4章 大规模定制化服务创新战略 4.1 模块化战略 4.2 定制点战略 4.3 移动通信资费套餐案例 第5章 大规模定制化服务开发的组织保证 5.1 大规模定制化服务开发的组织因素 5.2 商业银行产品和服务的大规模定制 5.3 网络银行业务开发案例第三部分 服务顾客篇 第6章 大规模定制化服务创新的顾客价值 6.1 服务的顾客价值 6.2 基于顾客价值的服务标准化与服务定制化 6.3 成衣大规模定制的顾客价值 附录6.1 服装定制顾客价值调查问卷 第7章 大规模定制化服务创新的顾客采纳 7.1 顾客角度的服务大规模定制及其采纳 7.2 移动通信套餐顾客采纳的实证模型 7.3 研究方法和结果 附录7.1 移动用户套餐采纳调查问卷第四部分 综合篇 第8章 大规模定制化服务创新的企业和顾客准备 8.1 服务大规模定制的准备与接触因素 8.2 保险大规模定制化服务创新 8.3 企业和顾客准备的实证模型 8.4 研究方法和结果 附录8.1 人身保险大规模定制准备因素调查问卷 第9章 服务创新的新服务开发方法 9.1 大规模定制与新服务开发模型 9.2 基于Gap模型的服务质量功能展开 9.3 移动通信资费套餐设计案例 9.4 移动通信营业厅服务案例 附录9.1 移动通信资费套餐服务调查问卷 附录9.2 移动通信营业厅服务调查问卷参考文献

## &lt;&lt;大规模定制化服务创新&gt;&gt;

## 章节摘录

第5章 大规模定制化服务开发的组织保证 5.1 大规模定制化服务开发的组织因素 服务开发有一套独特的特性、要求和流程，不同于传统的产品开发。

在服务。

开发的界定中，藓雷和吴贵生（2003）将新服务开发定义为：服务企业在整体战略和创新战略的指引或影响下，根据顾客和市场需求或在其他环境要素的推动下，通过可行的开发阶段向企业现有顾客或新顾客提供的，包含从风格变化到全新服务产品等各种新颖度服务的正式或非正式的服务开发活动，它形成了现有服务或新服务的价值增值。

陈荣平（2004）认为服务开发是对新的无形产品方面的提供。

而在一些创新的金融服务领域，人们更喜欢说新服务开发是“服务提供”而不是开发“服务产品”（Johne et al., 1991）。

Thwaites（1992）指出各种组织因素对服务开发的效率和效益有重要影响。

新服务开发成功的因素包括外部因素和组织内部因素，其中组织内部因素是与企业优势和劣势相关的因素，如服务开发能力以及企业服务开发流程的组织或设计（de Brentani, 1996）。

在服务开发能力方面，Menor和Roth（2007）在检验零售银行服务开发能力有效性模型时，将零售银行新服务开发能力分成五个维度：服务开发流程、市场嗅觉、服务开发战略、服务开发文化、信息技术经验。

这些能力维度直接影响了零售银行新服务开发活动。

Megicks等（2005）通过市场导向的新服务开发的研究来实现印度地方村镇银行的超越。

他们认为管理者的行为和态度、市场导向的性质和程度、服务开发流程的有效性、客户满意与保持是影响印度地方村镇银行实现超越的因素。

## <<大规模定制化服务创新>>

### 编辑推荐

本书主要在大规模定制化服务创新的战略、组织、顾客价值和顾客采纳、服务企业和顾客的准备等主题上展开研究，同时也给出了服务创新调查、新服务开发模型等相关研究成果。研究的内容大致体现了作者几年来对大规模定制化服务创新不断深化的认识过程。

<<大规模定制化服务创新>>

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>