

<<服务营销>>

图书基本信息

书名：<<服务营销>>

13位ISBN编号：9787561456422

10位ISBN编号：7561456425

出版时间：2012-9

出版时间：四川大学出版社

作者：陈钠

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>>

内容概要

《服务营销》主要用于本科学生“服务营销学”的教材，既详细，又浅显，同时具有系统性。相比于有形商品，服务具有无形性、不可分离性、可变性和易逝性的特点，因此服务营销比有形商品的营销更为复杂，本书服务营销的相关内容也是以服务的这四大本质特征为基础进行的分析。服务营销组合比传统市场营销组合多了3P，即在产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）、促销（Promotion）的基础上增加了人员（People）、过程（Process）和有形展示（PhysicalEvidence）这三个方面。

本书主要介绍了有关服务业的基本概念及其本质特征，并详细分析了服务营销中新增加的3P。同时，《服务营销》不仅介绍了服务营销领域的相关知识，而且让学生对服务中的顾客行为也有所了解，让学生有能力在顾客满意、服务质量、服务技能等方面都游刃有余。

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>