第一图书网, tushu007.com

<<对商业健身俱乐部体验营销的研究>>

图书基本信息

书名：<<对商业健身俱乐部体验营销的研究>>

13位ISBN编号：9787564400019

10位ISBN编号：7564400013

出版时间：2008-8

出版时间：李小芬 北京体育大学出版社 (2008-08出版)

作者：李小芬

页数：156

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

《对商业健身俱乐部体验营销的研究》主要介绍当人们还在从健身俱乐部的分类、管理模式、自身特点、硬件设施以及市场定价情况等对健身俱乐部进行理论分析和实践探索的时候，李小芬，北京体育大学的年轻教师，敏锐地感觉到了“顾客选择某家健身俱乐部，购买其健身产品，其实质是忠诚于一种健身体验”。
当她从“体验经济”的视角来考察健身俱乐部，用“体验营销”理论来剖析健身俱乐部的发展，以在青鸟健身俱乐部的亲身实践为分析案例的时候，深深感受到了理论的重要，感受到了实践经验必须上升到理论高度才能导致的飞跃。
《对商业健身俱乐部体验营销的研究》就是她献给读者的学习和实

书籍目录

第一章导论第一节研究综述一、商业健身俱乐部二、体验营销三、研究现状第二节研究内容、意义、对象、方法和理论框架一、研究内容与意义二、研究对象三、研究理论框架四、研究方法五、概念界定第二章我国商业鹣俱乐部导入体验营刚然性和现实性第一节对商业健身俱乐部导入体验营销的必然性一、健身就是天然的体验经济二、顾客日益成熟的消费需求促进体验营销方式的全面导人第二节商业健身俱乐部导入体验营销的现实性一、商业健身俱乐部创造“有价值的顾客体验”是大势所趋二、商业健身俱乐部提供产品时，无法将服务与体验完全隔离开来三、创造体验是服务优化的表现四、获得有价值的体验是顾客对精神需求的追求五、商业健身俱乐部创造的“有价值的顾客体验”实际上是一种新的无形商品六、顾客体验价值是商业健身俱乐部顾客满意和忠诚的驱动力小结第三章市场定位——商业健身俱乐部体验营销的前提第一节市场定位概念第二节市场定位理论的发展一、20世纪50年代的USP理论二、20世纪60年代的品牌形象理论三、70年代的定位论四、体验时代的定位论第三节“定位钻石”模型第四节青鸟商业健身俱乐部的市场定位一、青鸟商业健身俱乐部概况二、青鸟商业健身俱乐部外部环境分析三、青鸟商业健身俱乐部的目标顾客选择(找位)四、青鸟商业健身俱乐部的市场定位分析(选位)五、青鸟商业健身俱乐部市场定位的实现(到位)六、青鸟商业健身俱乐部市场定位图小结第四章服务质量——商业健身俱乐部体验营销的保障第一节商业健身俱乐部服务第二节商业健身俱乐部服务的特征一、无形性也称不可触知性二、同步性也称不可分离性三、异质性也称差异性(质量难以控制)四、易逝性也称不可储存性五、复合性六、不可转移性(缺乏所有权)七、顾客参与健身的生产过程八、人作为健身产品的一部分九、时间因素的重要性十、分销渠道不同十一、健身服务的后效性十二、商业健身服务质量顾客评价更困难第三节商业健身俱乐部服务质量一、商业健身俱乐部服务质量的内容二、商业健身俱乐部服务质量特性第四节服务质量传递顾客体验价值小结第五章基子颐客价值的颐客满意——体验营销的B标第一节顾客价值理论的形成和发展一、载瑟摩尔的可感知价值理论二、科特勒的可让渡价值理论三、格罗鲁罗斯的客户价值过程理论四、从层次关系角度定义顾客价值五、顾客体验价值六、几种顾客价值理论的比较第二节商业健身俱乐部顾客价值一、商业健身俱乐部顾客价值取向分析二、商业健身俱乐部顾客价值的本质分析三、商业健身俱乐部顾客价值的心理学分析四、商业健身俱乐部顾客价值的驱动因素分析第三节基于顾客价值的顾客满意测量与评价一、顾客满意的定义二、基于顾客价值的顾客满意三、顾客作为满意评价主体的依据四、顾客满意评价的影响因素五、顾客体验满意评价模型第四节青鸟商业健身俱乐部顾客满意度分析小结第六章品牌体验管理——体验营销的核心第一节品牌体验第二节品牌体验管理第三节青鸟品牌体验管理的实施一、树立强烈的品牌意识二、品牌命名主要原则三、确立品牌经营观念与主题四、精心设计健身俱乐部品牌的视觉形象五、突出健身俱乐部体验的个性化和特色化六、俱乐部空间环境设计以人为本七、积极参与行业的评星定级、排名评奖等活动八、解读顾客活动周期，为顾客创造可体验的价值九、管理“真实瞬间”十、履行承诺，创造顾客满意十一、建立全员、全过程营销的俱乐部文化十二、以质量为基础创建品牌十三、认真做好品牌的宣传工作第四节对青鸟顾客体验品牌化的评估与分析小结第七章结束语第一节结论第二节建议后记主要参考文献附件1青鸟顾客满意度期望调查问卷附件2青鸟顾客满意体验调查问卷附件3青鸟体验品牌化评估问卷附件4给青鸟商业健身俱乐部实施体验营销的建议书

编辑推荐

《对商业健身俱乐部体验营销的研究》由北京体育大学出版社出版。

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