

<<专业服务营销>>

内容概要

在过去的20年里，市场营销经历了巨大的变化，但是最大的变化还是在各个专业领域。在这些领域，人们以往把专业服务营销看做是不合适甚至是不道德的，现在专业人士却把它看做是成功必备的手段。

会计师、律师、管理顾问、工程师、医生以及其他专业服务人士对之报以极大的兴趣。

反过来，市场营销也对这些领域造成了深远而持久的影响。

《专业服务营销》第二版经过全面修订，以便反映初版以来席卷各专业服务领域的革命性变化。这部经典之作新的版本包括以下章节：进行有效专业服务营销的12大要点、提供高质量的服务、获取和使用营销信息、在线营

作者简介

俞利军，浙江海盐人，国际营销专家，著名经贸翻译家。长期从事外经贸教学、科研和咨询工作。曾担任伦敦工商会考试局协调人、北京新东方学校副校长、北京交通商贸有限公司董事兼副总裁、《网际商务》专栏作家等职。现为对外经济贸易大学教授、中国世界贸易组织特约研究员。目前在校内外为本科生和研究生开设《翻译理论与实践》、《国际营销战略》等课程，并为多家跨国公司提供咨询。已在国内外核心刊物上发表论文30多篇，出版专著、译著和工具书近20部，主要有《上帝的木偶》、《从优秀到卓越》、《市场营销》、《牛津英汉双解商务英语词典》

<<专业服务营销>>

书籍目录

作者简介斯文亦营销前言第1章 专业服务领域的营销第2章 进行有效专业服务营销的12大要点第3章 提供高质量的服务第4章 开展并加强公司的营销工作第5章 获取和使用营销信息第6章 战略规划和组织第7章 市场细分、市场选择及市场定位第8章 了解作为个体的客户第9章 服务组合第10章 专业服务定价第11章 使服务容易获取第12章 整合营销传播第13章 在线营销第14章 客户保持与客户关系战略第15章 专业服务营销的未来发展方向

章节摘录

服务的不可分割性 因为服务是无法与服务提供者分离的，客户对专业服务人士的印象，从专业程度、形象衣着到谈吐风度，都将影响他对服务质量的判断。这种不可分割性一直延伸到公司或事务所的电话接线员，他们通常是客户第一次接触公司的直接回应者，对客户的第一印象起了决定性的作用。

服务的可变性 由于服务是无法与人相分离的，同一个人向不同客户提供的服务可以是不同的。最杰出的律师也会出错，最精细的会计师也有可能遗漏一位数字，最优秀的医生也会有特别不顺的时候。人类的这些疏忽无法避免，为了减少损失，我们使用了一些

媒体关注与评论

前言 我们三人将自己的全部职业生涯贡献给了市场营销领域。无论是作为教师、作者还是营销顾问，我们的职业生涯加起来差不多有一个世纪那么长。我们一直密切关注着这一领域的动向，亲眼目睹了市场营销在过去20年里的蓬勃发展。即使是那些过去忽视甚至鄙夷市场营销的部门，如医院、教育机构和政府部门，现在也对之报以极大的兴趣。但在实践中，我们还没有发现哪一个领域像专业性服务领域那样，如此迅速而广泛地接受市场营销这一概念。会计师、律师、管理顾问、建筑师、工程师、医生以及其他专业人士对市场营销投入了极大的热情和精力。反过

<<专业服务营销>>

编辑推荐

本书内容包括进行有效专业服务营销的12大要点、提供高质量的服务、获取和使用营销信息、在线营销、市场细分、市场选择及市场定位、了解作为个体的客户、专业服务定价、使服务容易获取、整合营销传播、客户保持与客户关系战略。

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>