

<<口腔医疗市场拓展>>

图书基本信息

书名：<<口腔医疗市场拓展>>

13位ISBN编号：9787117081061

10位ISBN编号：7117081066

出版时间：2006-12

出版单位：人民卫生

作者：李刚

页数：243

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>

<<口腔医疗市场拓展>>

内容概要

本书分为拓展口腔医疗市场、医疗服务市场调查、医疗服务市场分析、口腔诊所营销策略、口腔诊所医疗价格、口腔诊所增加收益、口腔诊所扩张和连锁、口腔诊所口碑传播、口腔诊所健康教育、口腔护理用品推荐、口腔诊所社区服务、口腔诊所网络推销、口腔诊所公共关系、口腔诊所广告设计等十四章。

内容系统、全面、规范、实用、可操作性强，对我国口腔医疗市场拓展具有指导作用。

本书向读者展示了目前国内外口腔医疗市场拓展的理论与案例。

相信这本书将会成为国内口腔医疗市场拓展领域的工作指南，并促使我国口腔医疗市场拓展实践水平发生一次质的飞跃。

<<口腔医疗市场拓展>>

作者简介

李刚博士长期从事公共口腔卫生和口腔卫生服务的研究与教学工作，共完成和承担省部委基金项目、委托课题、企业合作项目等各类科研项目15项，出版口腔医学专业图书18本，发表第一作者期刊论文312篇。

李刚博士认为口腔诊所是我国口腔卫生服务供给的基本形式，对国内外众多的口腔诊所的开业现状进行了调查与研究。

现编著出《口腔诊所开业管理丛书》，以推动我国口腔诊所的健康发展。

李刚博士现为第四军医大学口腔医学院口腔预防医学教研室主任、教授、硕士生导师。兼任中华口腔医学会口腔预防医学专业委员会副主任委员。

<<口腔医疗市场拓展>>

书籍目录

第一章 拓展口腔医疗市场 第一节 改变我们的观念 第二节 制定我们的目标 第三节 采取我们的行动 第四节 内部拓展 第五节 外部拓展第二章 口腔医疗市场调查 第一节 口腔诊所口岸选择 第二节 口腔诊所口岸调查第三章 口腔医疗市场分析 第一节 市场需求和消费动机 第二节 口腔医疗服务影响因素 第三节 口腔医疗服务市场预测 第四节 口腔诊所市场定位 第五节 口腔医疗服务特点第四章 口腔诊所营销策略 第一节 通用经营竞争策略 第二节 口腔诊所经营决策 第三节 口腔诊所营销理论 第四节 口腔诊所营销技巧 第五节 口腔诊所模仿策略 第六节 口腔诊所赠送礼品 第七节 口腔诊所服务扩展 第八节 维护口腔行业形象第五章 口腔诊所医疗价格 第一节 口腔诊所价格策略 第二节 影响医疗价格因素 第三节 医疗价格体系分类 第四节 医疗价格医疗成本 第五节 确定合理收费标准 第六节 医疗价格管理体制第六章 口腔诊所增加收益 第一节 减少一般管理费用 第二节 经济回报类型分析第七章 口腔诊所扩张和连锁 第一节 口腔诊所规模扩张 第二节 口腔诊所连锁加盟第八章 口腔诊所口碑传播 第一节 口碑传播的作用 第二节 口碑传播的促进第九章 口腔诊所会员服务 第一节 会员制基本作用 第二节 会员制基本类型 第三节 会员制基本方法 第四节 会员制服务优惠内容 第五节 会员制制度第十章 口腔护理用品推荐 第一节 常用口腔护理用品 第二节 口腔诊所推荐方法第十一章 口腔诊所社区服务 第一节 初级卫生保健 第二节 社区卫生服务 第三节 社区口腔卫生服务 第四节 学校口腔卫生服务 第五节 社区“爱牙日”活动第十二章 口腔诊所网络推销 第一节 口腔诊所网站作用 第二节 口腔诊所网站设计 第三节 口腔诊所网站制作 第四节 口腔诊所网站维护第十三章 口腔诊所公共关系 第一节 公共关系内容作用 第二节 公共关系基本原则 第三节 口腔诊所危机公关第十四章 口腔诊所广告设计 第一节 口腔诊所广告市场 第二节 口腔诊所广告策略 第三节 口腔诊所广告媒介 第四节 口腔诊所广告实施 第五节 口腔诊所广告方案 第六节 口腔诊所广告办理附录 医疗广告管理办法参考文献

<<口腔医疗市场拓展>>

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>