

<<药店服务营销>>

图书基本信息

书名：<<药店服务营销>>

13位ISBN编号：9787506736398

10位ISBN编号：750673639X

出版时间：2007-5

出版时间：中国医科

作者：陈玉文

页数：381

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>

<<药店服务营销>>

内容概要

服务是打造药店核心竞争力的根本所在，这是由服务所具有的顾客价值、独特性和延展性所决定的。本书紧紧围绕“顾客满意”的药店服务核心理念，从分析药店顾客需求及需求特征出发并以此为基础，运用服务营销的理论与方法，综合论述了零售药店进行服务设计、服务创新、服务管理与控制等手段和方法，来提高药店的服务质量和打造药店核心竞争力，以达到顾客满意和企业经营目标实现的双重目的。

本书理论联系实际，内容全面而实用。

适用于药店的经营管理者以及药店的工作人员，还可以作为药店员工培训之用；同时还可供各药学高等院校相关专业学生参考、学习，也可作为药学高等职业技术教育教材使用。

作者简介

陈玉一文沈阳药科大学副教授，硕士研究生导师，药事管理学博士生。

主要从事药店经营管理和医药电子商务方向的教学和研究工作。

现任沈阳药科大学工商管理学院副院长、中国管理科学研究院学术委员会特约研究员、《发现》杂志社理事、《中南药学》杂志编审、辽宁省药学会医药经济委员会副主任委员等职。

曾在多家杂志、报纸发表学术论文50余篇，主编的《药店经营管理实务》获2004—2006年度沈阳市社会科学优秀学术成果著作类二等奖，还主编《药店营业员必备一素质、技能、知识》、《实用药品GSP实施技术》、《医药电子商务》等学术著作或教材多部。

多次在“中国连锁药店百强高峰论坛”、“中国零售连锁药店特色经营管理与模式创新研讨会”等学术会议上做专题报告，并针对零售药店经营管理相关问题接受过中国医药报、辽宁电视台等多家媒体采访。

主持完成多项科研项目，曾获沈阳市科技进步奖等多项科研奖励。

现代药店管理理论与方法的传播者，药店服务竞争的积极倡导者。

<<药店服务营销>>

书籍目录

第一章 药店服务与服务营销 第一节 服务 一、服务的概念与特征 二、服务的分类 三、服务包 第二节 药店服务营销 一、服务营销的组成 二、服务营销的特征 三、服务营销的作用 第三节 服务营销组合 一、产品 二、价格 三、地点或渠道 四、促销 五、人员 六、有形展示 七、过程第二章 药店服务的核心理念 第一节 服务理念的概念和性质 一、服务理念的概念 二、服务理念的性质 第二节 顾客满意理念 一、顾客满意理念及其发展 二、顾客满意的基本内容 三、衡量顾客满意的尺度——顾客满意度 四、药店提高顾客满意度的战略措施 第三节 关系营销 一、关系营销的概念和特征 二、关系营销在药店经营中的意义和作用 三、药店与顾客间的基本服务关系类型 四、药店关系营销网络的建立与发展 五、关系营销的类型 第四节 药店服务理念的实施第三章 药店顾客需求分析 第一节 如何了解药店顾客的需求 一、药店顾客的需求是什么 二、了解顾客真实需求的方法第四章 药店服务设计与创新 第五章 药店服务的类型和内容 第六章 药店类型与服务第七章 药店服务有形展示 第八章 药店服务质量管理第九章 药店服务人员管理主要参考书目

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>