



<<管理服务营销>>

书籍目录

第一篇 基本概念

第1章 服务革命

第2章 理解服务消费者

第3章 理解服务业运营

第4章 理解服务人员

论文1 服务营销理论的一次检验：消费者信息搜集活动

论文2 关键服务交流：工作人员的看法

论文3 管理多重需求：一线客户服务人员行为的角色理论分析

第二篇 服务型企业的资源配置

第5章 服务运营

第6章 实体环境

第7章 服务工作人员

第8章 沟通战略

第9章 服务定价战略

.....

第三篇 服务型企业如何竞争

.....

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>