

<<服务营销规划>>

图书基本信息

书名：<<服务营销规划>>

13位ISBN编号：9787801476005

10位ISBN编号：780147600X

出版时间：2001-10

出版时间：企业管理出版

作者：麦可姆.麦克唐纳

页数：431

字数：394000

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>

## <<服务营销规划>>

### 内容概要

本书是该系列丛书中最最新的一本，主要探讨西方经济中日显重要的服务业营销规划问题，以及探讨产品营销和服务营销的显著差别。

第一本书《营销规划：如何准备，如何应用》已经在全球售出了近十万册。

对于在服务业中任职的人来说本书可以与第一本书一起使用。

这两本书的内容各有侧重，共同使用有利于加深对营销规划的理解。

本书的两位作者均在欧洲最有声望的商学院担任教授，同时他们还和许多世界顶尖的服务性企业保持合作关系。

爱德兰·佩恩（Adrian Payne）是欧洲第一位服务营销方面的全职教授，拥有丰富的实践经验，克兰菲尔德（Cranfield）大学的麦可姆·麦克唐纳（Malcolm McDonald）教授是营销计划方面的权威，具有广泛的知识。

本书是他们两位合作的结晶。

在提供非实体性产品的服务业中，许多人面临制定营销计划的，本书能为他们提供有益的帮助。

## <<服务营销规划>>

### 作者简介

本书的两位作者均在欧洲最有声望的商学院担任教授，同时他们还和许多世界顶尖的服务性企业保持合作关系。

爱德兰·佩恩（Adrian Payne）是欧洲第一位服务营销方面的全职教授，麦克姆·麦克唐纳（Malcolm McDonald）教授是营销计划方面的权威。

## <<服务营销规划>>

### 书籍目录

序言前言本书的结构与使用说明第1章 营销与服务业第2章 服务业营销规划——过程与问题第3章 营销规划的第一阶段——确定战略第4章 营销规划的第二阶段——环境分析第5章 营销规划的第三阶段——制定营销策略第6章 营销规划的第四阶段——资源配置、监控与详细计划第7章 营销规划的组织第8章 服务性企业的营销规划系统第9章 营销规划案例第10章 营销规划专用词汇表

媒体关注与评论

中国职业营销经理人的思想库和工具库！

《派力营销思想库》是中国大陆迄今为止面向市场营销人员最早的、规模最大的、最系统的一套专业营销图书，在一定时期内，一定领域内填补着中国市场营销图书的许多空白。

它将世界最先进的营销理念和经验引进到中国并紧密结合中国企业实际所谓，在保证专业的基础上同时具有极强的实战性。

《派力营销思想库》现拥有读者100多万人，有上千家企业选作自己的内部培训教材，它对中国一代企业和营销人员的专业成长做出了功不可没的贡献。

一套专为企业中人和市场营销学子所策划的前瞻性、专业性和实战性丛书，每一本都能提供许多新思想和新方法，激发营销人员的创意与灵感，协助营销人员成功与成长，想要缔造佳绩不可不读！

中国职业营销经理人的思想库和工具库！

## <<服务营销规划>>

### 编辑推荐

英国的一家大银行聘用了数百名具有消费品管理营销经验的人员来拓展市场，然而至今仍无明显成效。

在提供非实体性产品的服务业中，许多人面临制定营销计划的挑战。但最多只有五分之一的服务性企业制定了名符其实的营销计划，这类企业将营销导向往往与销售或促销混为一谈，但这反而会交企业引向迷途。

只有制定出精确的服务营销规划，才会在本质上提高他们的营销效率。

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>