

<<保险服务营销>>

图书基本信息

书名：<<保险服务营销>>

13位ISBN编号：9787810984782

10位ISBN编号：7810984780

出版时间：2005-9

出版时间：上海财经大学出版社

作者：潘瑾

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>

<<保险服务营销>>

内容概要

本书主要阐述了全球经济一体化趋势下开展保险市场营销活动的方法和途径。

通过理论、模型、案例、阅读材料等多种形式，展现了保险营销的基本知识和创新方法，是一本理论和实践有效结合的实用性前沿读物。

全书由五编组成，共十六章。

第一编为基础篇，介绍了保险营销的基础概念和基本原理，包括第一章保险市场概述、第二章保险营销概述和第三章保险公司营销管理程序，由牟晋京执笔。

第二编为分析篇，包括第四章保险营销环境分析，由潘瑾执笔；第五章保险需求与投保人行为分析和第六章保险营销调研与目标市场选择，由臣淑君执笔。

第三编为策略篇，介绍了保险公司的主要营销策略，包括第七章保险商品的设计和开发策略，由潘瑾执笔；第八章保险营销渠道、第九章保险人员促销策略和第十章保险服务和客户关系管理，由徐晶执笔。

第四编为创新篇，介绍了保险营销的手段和技术创新，包括第十一章保险网络营销，由潘瑾执笔；第十二章关系营销，由臣淑君执笔。

第五编为借鉴篇，介绍了欧、亚、美保险市场的营销策略及中供借鉴之外，包括第十三章美国保险市场营销、第十四章欧洲保险市场营销、第十五章亚洲保险市场营销和第十六章美、日、英保险营销模式的评价与借鉴。

<<保险服务营销>>

书籍目录

总序前言第一编 基础篇 第一章 保险市场概述 第一节 保险市场的概念和特点 第二节 保险市场的构成要素和组织形式 第三节 中国保队市场发展现状 本章小结 复习思考题 第二章 保险营销概述 第一节 保险营销观念的演变 第二节 保险营销的主体、客体和对象 第三节 保险营销中的顾客价值 本章小结 复习思考题 第三章 保险公司的营销管理程序 本章小结 复习思考题第二编 分析篇 第四章 保险营销环境分析 第一节 保队营销环境分析 第二节 保险营销的外部环境 第三节 保险营销的内部环境 本章小结 复习思考题 第五章 保险需求与投保人行为分析 第一节 保险需求 第二节 投保人行为分析 本章小结 复习思考题 第六章 保险营销调研与目标市场选择 第一节 保险营销调研与预测 第二节 保险市场细分 第三节 目标市场选择 本章小结 复习思考题第三编 策略篇 第七章 保险商品的设计和开发策略 第一节 保险商品的内涵 第八章 保险营销渠道 第九章 保险人员促销策略 第十章 保险服务和客户关系管理第四编 创新篇 第十一章 保险网络营销 第十二章 关系营销第五编 借鉴篇 第十三章 美国保险市场营销 第十四章 欧洲保险市场营销 第十五章 亚洲保险市场营销 第十六章 美、日、英保险营销模式的评价与借鉴附录 保险公司管理规定参考文献

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>