

<<專業服務行銷>>

图书基本信息

书名：<<專業服務行銷>>

13位ISBN编号：9789861849676

10位ISBN编号：986184967X

出版时间：深思文化

作者：Philip Kotler Ph.D., Thomas Hayes Ph.D.

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>

## <<專業服務行銷>>

### 內容概要

夠專業，也要懂行銷！

亞馬遜五星級好書，深受專業領域人士好評！

由世界行銷學權威撰寫，為專業人士量身打造的超級行銷指南！

何謂專業服務者？

所謂專業服務人士，即是指醫生、會計師、律師、建築師、經紀人、專業廚師餐廳等，或提供專門服務給顧客的業者。

通常具備專業執業證照，在相關領域中具有專業權威。

只要服務夠專業，有沒有行銷無所謂？

為何專業服務者也需要行銷？

由於科技和大環境的變遷，市場對於服務業的需求有了改變，專業服務領域面臨到前所未有的諸多衝擊，使得業者不得不另謀他路，以拓展更有效、更能夠吸引顧客上門的方法。

專業服務領域所面臨到的改變與衝擊

專家權威的式微，一般大眾對專業服務感到不滿

現今網路科技發達，人們可以從網路上獲得大量的資訊，增加一般人對專業服務的瞭解，造成「人人皆專家」的局面，專家的權威性開始動搖，加上傳媒經常對專業人士進行批判，造成許多人對專家的操守和形象產生質疑。

專業服務市場競爭激烈

專業服務業者林立，面臨「供大於求」的困境，客戶開始用更嚴苛的方式審視服務業者，除了專業性，連周邊的配套服務和個人形象都納入比較的標準，專業服務者必須準確抓住顧客心理，推出「投其所好」的服務內容和花招來吸引顧客的目光。

各專業服務間界線模糊

除了同業競爭的壓力外，現今更講求「多元」、「客製化」的全面性服務。

例如律師除了擔任法律顧問、幫忙打官司外，某些專打離婚訴訟律師甚至兼扮演社工的角色，替當事人進行「心理輔導」；某些會計事務也開始提供管理顧問的服務。

但是並非每個業者都「十八般武藝樣樣精通」，要如何凸顯自身服務的優點與強項，顯優藏拙，將是鞏固客源的決勝關鍵。

為了因應這些衝擊與改變，如何提高客戶的信任度、美化自己的公眾形象，是專業服務者該要開始思索的問題。

本書如何助您成功行銷？

本書特色

打破一般對專業服務行銷的迷思  
廣告的語言比外觀重要？

## <<專業服務行銷>>

市場行銷的方法過時了？  
客戶有問題時，會主動向我諮詢？

擺脫一般行銷書籍講求速成、浮誇式的自我包裝手法  
以等同教科書的規格和撰寫方式，輔以圖表，闡明行銷專家的理論、提供紮實的行銷概念。

內容由淺入深，循序漸進  
由專業服務行銷的背景 對專業行銷手法的迷思 可能面臨的問題 如何取得行銷資訊 運用完整的行銷數據來提供服務。

運用大量各行各業的實例  
除理論外，運用實際的例子，幫助讀者融會貫通，將行銷技巧確實應用在實務上。

於每個章節的最後做總結  
明確指出每個章節的重點，使讀者更易掌握要旨、加深印象。

本書將幫助你瞭解：  
專業服務的行銷重點  
成功專業行銷所應具備的要素  
客戶判斷服務品質的依據為何  
行銷的重要性  
行銷資訊的取得和運用  
行銷策略的規劃  
行銷市場的區隔和定位  
認識客戶  
服務的組合方式

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>