第一图书网, tushu007.com

<<医院营销管理>>

图书基本信息

书名：<<医院营销管理>>

13位ISBN编号：9787501781638

10位ISBN编号：750178163X

出版时间：2007年7月1日

出版时间：第1版 (2007年7月1日)

作者：程开明

页数：381

字数：440000

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

内容概要

先有市场，后有医院。
营销管理作为医院管理的“重头戏”，就是对诸如市场、客户、产品、渠道、人员、公关、竞争等营销资源进行集台、组合和整合，提供“整体解决方案”。
　先有客户，后有产品。
对医院来讲，客户是生命之源，以客户为中心，不仅是一个哲学理念，更应是一种战略思想，没有客户，医院就是无源之水，无本之木。
谁设计了医院产品，当然是客户。
所以医院需要与客户建立一种战略合作关系。
根据客户的需求开发产品，用医院的智慧和技术，不断地设计满足客户需求的产品，从更高层次上与客户生成一种关联。
　先有战略，后有策略。
医院制定目标市场策略十分重要，实践一再证明，凡是成功经营的医院，无不十分明确为谁服务和为什么样的需求服务。
正确地选择目标市场，明确自己特定的服务对象和服务内容，是制定医院营销战略的首要内容和基本出发点。

作者简介

程开明：从事临床和医院管理工作20余年，历任医师、临床主任、医务主任、院长助理、副院长、院长。
副主任医师，医学学士，管理学硕士，中欧国际工商学院EMBA、中山大学H-EMBA。
长期从事医院管理研究和实践，获市级以上科技进步奖三项，出版专著两部，发表论文20余篇。
主张创

<<医院营销管理>>

书籍目录

适者生存 与需俱进强化现代医院营销管理第1章 医院营销管理概述 第一节 医院营销的内涵 第二节 医院营销管理范畴 第三节 世界医院发展概况 第四节 我国医院发展现状及趋势第2章 医院营销战略管理 第一节 医院营销战略管理基本概念 第二节 医院市场调研 第三节 医院市场环境分析 第四节 医院市场分割 第五节 医院定位策略第3章 医院竞争 第一节 医院五力竞争模型 第二节 医院竞争定位策略 第三节 医院核心竞争力 第四节 医院核心竞争力分析模式与基本策略第4章 医院产品策略 第一节 医院产品特征 第二节 医院产品设计与产品生命周期 第三节 医院产品定价第5章 医院促销策略 第一节 医院促销 第二节 人员推销 第三节 广告宣传 第四节 营业推广 第五节 公关活动 第六节 分销渠道第6章 医院客户消费行为 第一节 医院客户消费行为概述 第二节 医院客户消费行为的特点 第三节 医院客户购买行为分析 第四节 医院客户消费的环境研究第7章 医院沟通 第一节 沟通的内涵 ……第8章 医院客户开发第9章 医院客户管理第10章 医院营销管理流程第11章 医院品牌管理第12章 医院危机管理参考书目

第一图书网, tushu007.com

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