第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

图书基本信息

书名：<<航空服务营销>>

13位ISBN编号：9787562931317

10位ISBN编号：7562931313

出版时间：2010-8

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：黄蕾，周建设　主编

页数：306

字数：512000

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

第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

内容概要

黄蕾，周建设主编的这本《航空服务营销》以航空服务营销的特点为切入点，结合国际国内航空公司营销的实际案例，系统地介绍了航空服务中的消费者行为、顾客需求的管理以及营销理论在航空服务营销中的有效运用等内容，剖析了航空服务营销战略和服务市场细分等关键问题，透视航空服务的开发与交付过程。
从航空服务营销的定价策略、沟通与促销策略、人员策略、过程策略和展示策略、质量测量与控制等方面阐述航空服务营销的基本理论，并引用航空服务营销的国内外典型案例佐证相关理论，以加深读者对航空服务营销理论的理解。
希望《航空服务营销》能给从事航空服务的管理者和大专院校相关专业的学生与教师提供有益的帮助和指导。

第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

书籍目录

第一章 服务营销原理概述
学习目的与要求
引例 花旗银行：服务营销的创始者
第一节 服务营销的含义和内容
第二节 服务营销理念
第三节 服务市场营销环境分析
第四节 服务消费行为
第五节 服务需求管理
第六节 市场细分与服务定位
第七节 服务营销7P策略
第八节 组织和实施服务营销
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析希尔顿酒店的内部营销t
第二章 航空服务营销的特点
学习目的与要求
引例 东航：服务不仅仅是微笑
第一节 认识航空服务
第二节 航空服务市场的特点
第三节 客运服务中顾客的需要与航空服务系统
第四节 航空货运服务营销的特点
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析客机改货机一改多得
第三章 航空服务中的消费者行为
学习目的与要求
引例 服务在这一点上升华
第一节 航空服务消费与购买心理
第二节 购买及决策过程
第三节 需求管理
第四节 航空货运市场的购买行为分析
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析春秋航空公司
第四章 战略导向的市场定位与市场细分
学习目的与要求
引例 “ 斯航 ”成为明星
第一节 航空服务市场细分
第二节 航空服务市场定位
第三节 航空货运服务市场细分与定位
本章小结
中英文对照专业名词

第一图书网, tushu007.com

复习思考题
案例分析美国西南航空公司
第五章 设计和管理航空服务过程
学习目的与要求
引例 英国航空公司
第一节 开发与设计航空服务产品
第二节 创造和传递服务
第三节 航空服务品牌建设策略
第四节 航空货运服务的设计开发、交付与传递
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析全新旅程服务登陆深航
第六章 航空服务定价
学习目的与要求
引例 瑞安航空企业的定价策略
第一节 定价依据
第二节 定价目标
第三节 顾客需求导向定价
第四节 定价策略
第五节 航空货运服务定价
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析燃油附加费由航空公司定价
第七章 设计服务沟通组合
学习目的与要求
引例 海南航空公司
第一节 服务沟通
第二节 服务促销管理
第三节 航空服务促销组合策略
第四节 航空货运服务沟通策略与技巧
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析航空公司的品牌营销
第八章 航空服务人员管理
学习目的与要求
引例 南航新疆公司乘务员流利英语、贴心服务赢得外宾肯定
第一节 航空服务营销中的人员
第二节 航空服务人员的素质与招聘
第三节 航空服务人员的培训与成长规划
第四节 航空服务人员的内部管理
第五节 航空货运服务人员管理
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题

第一图书网, tushu007.com

案例分析空中服务的新名片
第九章 航空服务过程
学习目的与要求
引例 以人为本营造空地无缝隙服务
第一节 航空服务作业程序和系统
第二节 航空服务过程的管理与控制
第三节 航空服务的生产率
第四节 航空货运服务的过程
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析中国国际航空公司推出白金卡旅客全流程服务
第十章 航空服务有形展示
学习目的与要求
引例 深航的服务体验
第一节 航空服务有形展示的类型和效应
第二节 航空服务有形展示的管理
第三节 航空服务展示与服务环境
第四节 航空货运服务展示
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析海南航空无缝服务打造航空新锐品牌
第十一章 航空服务质量
学习目的与要求
引例 英航：顾客抱怨的补救
第一节 航空服务质量概述
第二节 测量航空服务质量
第三节 提高航空服务质量
第四节 航空服务失误与补救
第五节 航空货运服务质量管理
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析在“过期食品”事件中，航空公司应关注什么？

第十二章 航空服务营销管理
学习目的与要求
引例 东方航空：整合营销管理体系抢客华南华北
第一节 确定航空企业营销计划
第二节 设计有效的顾客服务组织
第三节 协调职能间的冲突
第四节 构建顾客忠诚
第五节 航空危机事件管理
第六节 航空货运服务营销管理
本章小结
复习思考题

第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

中英文对照专业名词
案例分析东航返航门事件危机管理
第十三章 航空服务营销国际化
学习目的与要求
引例 外籍空姐：航空企业国际化的形象工程
第一节 航空服务营销国际化的动因
第二节 航空服务营销国际化的实现途径
第三节 航空货运国际营销
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析 暗中角力 国际航空联盟中国上演“三国志”
第十四章 航空服务营销发展前景
学习目的与要求
引例 中国民航客运发展概况
第一节 市场全球化带来的机遇与挑战
第二节 新技术带来全球化的机会
第三节 政府的积极推动
第四节 服务营销领域的新变化
本章小结
中英文对照专业名词
复习思考题
案例分析信息化助海南航空腾飞
参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

③附有少部分商品的服务状态。
如空中飞行的头等舱，除提供服务外，还附食品、报章杂志等。
④纯服务状态。
如心理咨询、家政服务等服务者直接为顾客提供相关的服务。
服务是无形的，但研究服务时往往对服务所依托的综合要素进行研究，并以“服务产品”的特定概念予以表达。
服务产品是由服务劳动者以活劳动的形式所提供的服务形成的，它结合服务场所、服务设施、服务方式、服务手段、服务环境等属于劳动资料、劳动对象的范畴要素综合而成。
显然，服务产品既有物的要素，也有非物的要素；既有有形要素，也有无形要素。
在服务产品的交换中，因只有部分要素改变其所有权，而另一部分要素只出售使用权，因此，同一服务产品可以不间断地多次出售。
服务产品的流通方式不是产品向消费者的运动，而是消费者向产品的运动。
服务产品的分销受到地域的限制，难以进行远距离推销。
服务与产品之间只在于有形性程度的不同，从高度无形到高度有形之间存在一个连续谱。
服务在社会经济活动中的重要性与日俱增，社会经济越发达，服务的地位越突出。
服务既是企业间竞争的焦点，也为企业的发展提供机遇，无论是在服务业还是以实体产品营销为主体的企业，服务将成为企业价值和利益创造的核心。
服务的这种核心地位是由市场驱动和技术驱动这两个原因决定的：一方面顾客已经不满足于用技术手段解决需求问题，顾客需要企业提供更多的形象价值、人员价值、超值服务，尽量减少顾客的时间成本、精神成本、体力成本，这些只有通过服务做到；另一方面，技术的发展，尤其是信息技术领先发展的条件下，企业的创新服务变得更加便捷，使得企业的服务高性能化、智能化。
所以，现代企业的竞争实质上是服务的竞争。

第一图书网, tushu007.com

<<航空服务营销>>

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