

<<物流服务营销>>

图书基本信息

书名：<<物流服务营销>>

13位ISBN编号：9787811231373

10位ISBN编号：7811231379

出版时间：2007-11

出版时间：清华大学出版社 北京交通大学出版社

作者：梁军 编

页数：215

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>

<<物流服务营销>>

内容概要

本书共分11章。

从理论上系统而全面地论述了物流服务的基本概念和特征、物流服务营销的产生与发展、物流服务营销的规划与战略、物流服务营销组合策略、物流服务质量管理、物流客户服务和顾客满意等。

从实践上详细地介绍了物流信息服务、仓储服务、运输服务、配送服务、包装服务、搬运装卸服务和流通加工服务的具体运作方法。

本书可作为高等院校物流管理、工商企业管理等相关专业的学生用书，也可供物流企业、工商企业从事物流服务营销的专业人员参考使用。

<<物流服务营销>>

书籍目录

第1章 物流服务概述 1.1 服务的本质与服务产品 1.2 物流服务的含义与内容 1.2.1 物流服务的含义与构成要素 1.2.2 物流服务的内容 1.3 物流服务的作用与地位 1.3.1 服务业的特点及其地位 1.3.2 物流服务的作用 1.4 物流服务的特征与分类 1.4.1 物流服务的特征 1.4.2 物流服务的分类 1.5 物流服务标准的制定 1.5.1 基本的物流服务标准 1.5.2 完美的物流服务标准 1.5.3 物流服务标准的制定 思考题第2章 物流服务营销的含义及发展演变 2.1 物流服务营销概述 2.1.1 市场营销的概念 2.1.2 服务营销的含义及特点 2.1.3 物流服务营销的概念 2.1.4 物流服务营销的特点 2.2 物流服务营销的产生与发展 2.2.1 营销服务市场发展现状分析 2.2.2 服务营销的产生与发展 2.2.3 物流服务营销的产生与发展 2.3 物流服务营销的推广 2.3.1 物流服务市场发展现状分析 2.3.2 物流服务的产生与发展 2.4 C-I-O物流服务营销模式 2.4.1 C-I-O物流模式产生的背景 2.4.2 C-I-O物流模式及其实现 思考题第3章 物流服务营销的规划与战略 3.1 物流服务市场调查 3.1.1 物流服务市场调查的概念、目的和意义 3.1.2 物流服务市场调查的步骤 3.1.3 物流服务市场调查的内容 3.1.4 物流服务市场调查方法及其选择 3.2 物流服务营销规划程序和内容 3.2.1 物流服务营销规划程序 3.2.2 物流服务营销规划内容 3.3 物流服务营销战略分析 3.3.1 物流服务营销审计与SWOT分析 3.3.2 物流服务市场细分与定位 3.4 物流服务营销战略的类型与战略选择 3.4.1 物流服务企业的基本战略类型 3.4.2 物流服务市场演进与物流服务企业战略选择 思考题第4章 物流服务营销组合策略 4.1 物流服务的产品及开发 4.1.1 物流服务产品与产品组合 4.1.2 物流服务新产品的开发 4.1.3 物流服务产品的品牌 4.2 物流服务的定价 4.2.1 物流产品定价的依据 4.2.2 物流产品定价的方法与技巧 4.3 物流服务的市场营销渠道 4.3.1 分销渠道的选择 4.3.2 服务位置的选择 4.4 物流服务的促销及营业推广 4.4.1 服务广告决策 4.4.2 服务人员推销决策 4.4.3 服务公关决策 4.4.4 销售促进决策 4.5 物流服务营销组合策略的发展第5章 物流服务质量管理第6章 物流客户服务和顾客满意第7章 物流信息服务第8章 物流仓储服务第9章 物流运输服务第10章 物流配送服务第11章 物流包装、搬运装卸和流通加工服务参考文献

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>