

การตลาด บริการ Services Marketing

พิมพ์ครั้งที่ 7

658.8

ซ116ก

2549

การเป็นสิ่งที่แทรกซึมอยู่ทุกธุรกิจ
อย่างไรให้ประสบความสำเร็จ
หนังสือเล่มนี้มีคำตอบ

ดร. ชัยสมพล ชาวประเสริฐ

ซีเมนต์

สารบัญ

บทนำ	กระบวนการทางการตลาดของการบริการ	9
------	---------------------------------------	---

ภาคที่ 1 ธุรกิจการบริการและการกำหนดกลยุทธ์

บทที่ 1	การบริการในยุคปัจจุบัน	15
บทที่ 2	การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรม และความต้องการของลูกค้า	37
บทที่ 3	การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด	59
บทที่ 4	การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	63

ภาคที่ 2 การสร้างบริการเกินคาดหมาย

บทที่ 5	การวางตำแหน่งบริการ การพัฒนาบริการใหม่ การสร้างความแตกต่าง และการสร้างตราบริการ	87
บทที่ 6	คุณภาพในการบริการ	105
บทที่ 7	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	121
บทที่ 8	การสร้างความพอใจและความจงรักภักดีต่อลูกค้า	141

ภาคที่ 3 การบริหารมุ่งสู่ความสำเร็จ

บทที่ 9	การบริหารการบริการ ยุคศตวรรษที่ 21	159
บทที่ 10	องค์กรแห่งการบริการ	169
กรณีศึกษา		181