

Service Marketing

Contents

กำเนิดของ
ตลาดบริการ
(Service
Marketing)

P. 002

ลักษณะของ
ตลาดบริการ

P. 011

การแบ่งกลุ่ม
ประเภทสินค้า
บริการ

P. 023

ประสบการณ์
จากลูกค้าผู้ใช้บริการ
(Service
Encounter)

P. 039

การจัด
การบริการ
ประเภทต่างๆ

P. 031

พฤติกรรมลูกค้า
กับคุณภาพสินค้า
บริการ

P. 048

คุณภาพบริการ
(Service Quality)

P. 057

การสร้าง ความ
สัมพันธ์กับลูกค้า
(Building Customer
Relationship)

P. 066

ส่วนประสม
การตลาดบริการ

P. 084

การกู้ลูกค้า
กลับคืนมา
(Service
Recovery)

P. 076

การออกแบบ
Core Service
และ Supplement
Service

P. 092

Physical
Evidence of the
Servicescape

P. 105

Product
Elements

P. 112

ราคาของ
การบริการ
(Pricing Service)

P. 119

กลยุทธ์ราคา
ค่าบริการ
(Pricing
Strategies)

P. 128

การส่งมอบ
บริการผ่านระบบ
วัดจำหน่าย
และ
การจัดการ
ปริมาณงาน
บริการ

P. 155

บทบาท
ของลูกค้าในการ
ใช้บริการ

P. 163

บทบาท
ของพนักงาน
บริการ

P. 146

การสื่อสาร
ตลาดสินค้า
บริการ
(Integrated
Marketing
Communication)

P. 173

ผลตอบแทน
ของธุรกิจ
บริการ

P. 182