

摘 要

随着市场经济的蓬勃发展，人们的生活水平不断提高，对生活质量也有了更高的要求，汽车作为一种代步工具在人们的生活中逐渐普及，驾培市场日益火爆。新进入市场的驾校数量不断增多，驾校间的竞争也更加激烈。邓州驰诚驾校作为邓州市的一所综合类大型驾校，在邓州市拥有着较强的市场竞争力，但是随着越来越多的竞争者进入邓州市场，驰诚驾校在市场中的地位受到了威胁，面对激烈的行业竞争，改进优化自身的服务营销策略，提高服务质量是驰诚驾校实现进一步发展的当务之急。

本文基于服务营销相关理论，以邓州驰诚驾校为研究对象，在进行环境分析的基础上，对驰诚驾校现有的服务营销策略进行研究，发现其中存在的问题，并针对这些问题，提出具体的有针对性的解决措施。希望通过本次研究能够帮助驰诚驾校吸引更多的目标客户群体，实现自身的盈利和可持续发展，同时也为其他驾校更好地改进服务营销策略提供相应的借鉴和参考。

关键词：驰诚驾校；服务营销；营销对策

邓州驰诚驾校服务营销策略研究

引 言

1.1 研究背景

随着市场经济的快速发展，人们的收入水平不断提高，越来越多的家庭选择购买汽车作为代步工具，汽车的数量快速增长，需要接受驾培服务的消费者也越来越多，市场上驾培机构数量不断增长，整体驾培行业处于稳定增长的态势，但随着越来越多的驾校涌入市场，驾培市场的竞争更加激烈。生源是驾校生存的根本，随着市场的发展，传统的被动营销理念和方法已经无法保证生源^[1]。邓州驰诚驾校作为邓州市一所大型驾校，在邓州市拥有着较强的市场竞争力，但同样存在着鑫源驾校，大诚驾校等强大的竞争对手，驰诚驾校要想突破竞争者的围堵，拥有更多的生源，就要改进自身的服务营销策略，提高服务能力和水平，只有这样才能使驰诚驾校在激烈的市场竞争中取得竞争优势，实现可持续发展。

1.2 研究意义

邓州驰诚驾校在多年的经营过程中有成功之处，但也存在着一些问题，随着越来越多的驾校涌入市场，竞争日益加剧，任何驾校未来的发展都有极大的不确定性，在这样的背景之下，驰诚驾校如何改进服务营销策略，提升自身的竞争力是必须要面对的重要问题^[2]。本文以邓州驰诚驾校为研究对象，结合所学服务营销理论知识，对驰诚驾校的服务营销策略现状进行分析，针对其中存在的问题，提出相应的建议对策，希望能为驰诚驾校改进自身服务营销策略提供帮助，保证其在激烈的竞争中脱颖而出，吸引更多的潜在消费者，适应市场发展的趋势，实现可持续发展。同时为其他驾校改进服务营销策略提供借鉴和参考，帮助他们更好地开展服务营销活动。

1.3 研究内容

本论文以邓州驰诚驾校的服务营销策略为研究方向，共包括七部分：第一部分是全文的引言，主要介绍论文的研究背景，研究意义，研究内容以及所采用的研究方法。第二部分就论文中涉及的服务营销相关

理论进行介绍，包括服务营销的含义及其特点，服务营销的基本理论。第三部分对驰诚驾校的企业概况进行了介绍，包括企业简介，经营理念和产品介绍。第四部分介绍了驰诚驾校所处的营销环境，分别从宏观环境和微观环境两个方面对驰诚驾校所处的营销环境进行了分析，同时利用 SWOT 分析法对驰诚驾校自身的优劣势以及面临的机会，威胁进行分析。第五部分对驰诚驾校服务营销策略现状及其中存在的问题进行了分析研究，主要从产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、服务人员、服务流程、有形展示七个方面分别进行阐述。第六部分针对驰诚驾校服务营销策略七个方面中存在的问题对应给出有效的解决对策，最后总结全文。

1.4 研究方法

1. 文献分析法

本文在对驰诚驾校的服务营销策略进行研究的过程中，使用了文献分析法作为研究方法，参考服务营销学中的相关理论以及驾培行业发展研究的相关著作和文献，并对收集到的文献资料进行整理作为研究的理论依据，然后结合企业实际情况进行分析，找出驰诚驾校服务营销策略中存在的问题并提出改进措施，为驰诚驾校改进服务营销策略提供参考。

2. 比较分析法

比较分析法即通过对比分析的方式来显示两者之间的差异，以此来分析问题或得出某种结论的分析方法。本文在对驰诚驾校的经营现状分析过程中，通过与其他驾校的经营现状进行比较分析，从而总结出驰诚驾校自身发展中存在的问题并提出相应举措。

3. SWOT 分析法

SWOT 分析法即通过对企业发展的优劣势，以及所处环境中的机会和威胁进行分析，为企业制定战略措施提供依据的方法。本文在对驰诚驾校所处的营销环境进行分析时，将驰诚驾校所在内部环境中的优劣势和外部环境中的机会和威胁列举出来并加以分析，然后得出结论，并根据所获得的结论制定相应的对策。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/055240303200011222>