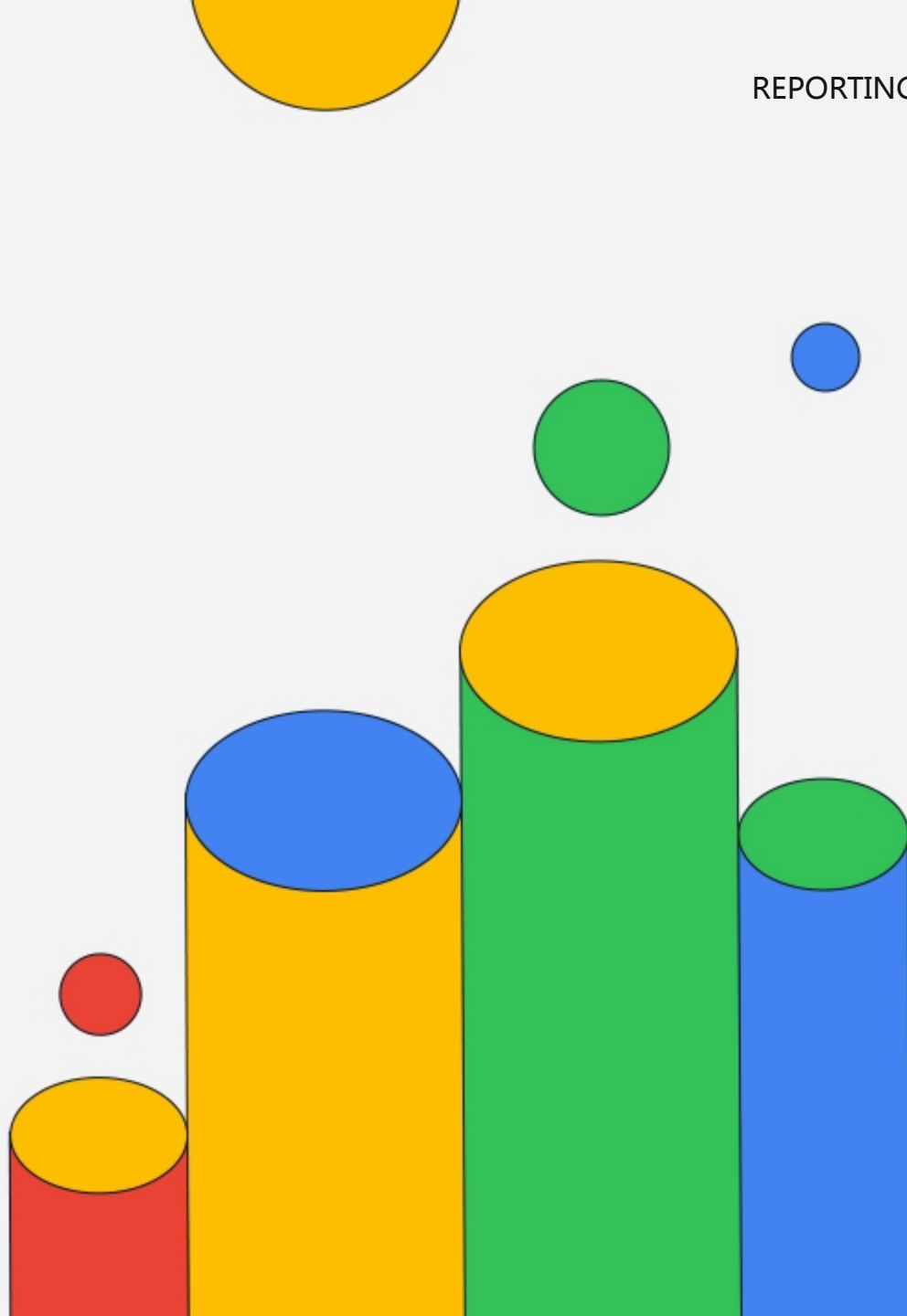


# 服务营销与传统营销

汇报人：XXX

2024-01-19





2023

# 目录

CATALOGUE

- 引言
- 服务营销概述
- 传统营销概述
- 服务营销与传统营销的比较
- 服务营销的实践案例
- 传统营销的实践案例
- 总结与展望

# PART 01

# 引言





# 主题简介

## 服务营销

随着服务业的崛起，服务营销逐渐成为企业竞争的重要手段。它关注如何通过满足客户需求来创造价值，并实现企业与客户的长期共赢。

## 传统营销

传统营销以产品为中心，侧重于通过广告、促销等手段将产品推向市场，以实现销售目标。





# 营销概念简述



## 服务营销

服务营销是一种以客户为中心的营销理念，强调通过提供优质的服务来满足客户需求，并建立长期关系。它包括服务产品设计、服务定价、服务渠道、服务促销和服务质量等方面的管理。

## 传统营销

传统营销是一种以产品为中心的营销理念，关注产品的设计、生产和销售。它通过广告、促销等手段来吸引消费者，并试图说服他们购买产品。传统营销的目标是实现短期销售目标，而较少考虑客户长期价值。

## PART 02

# 服务营销概述



# 服务营销的定义

## ● 定义

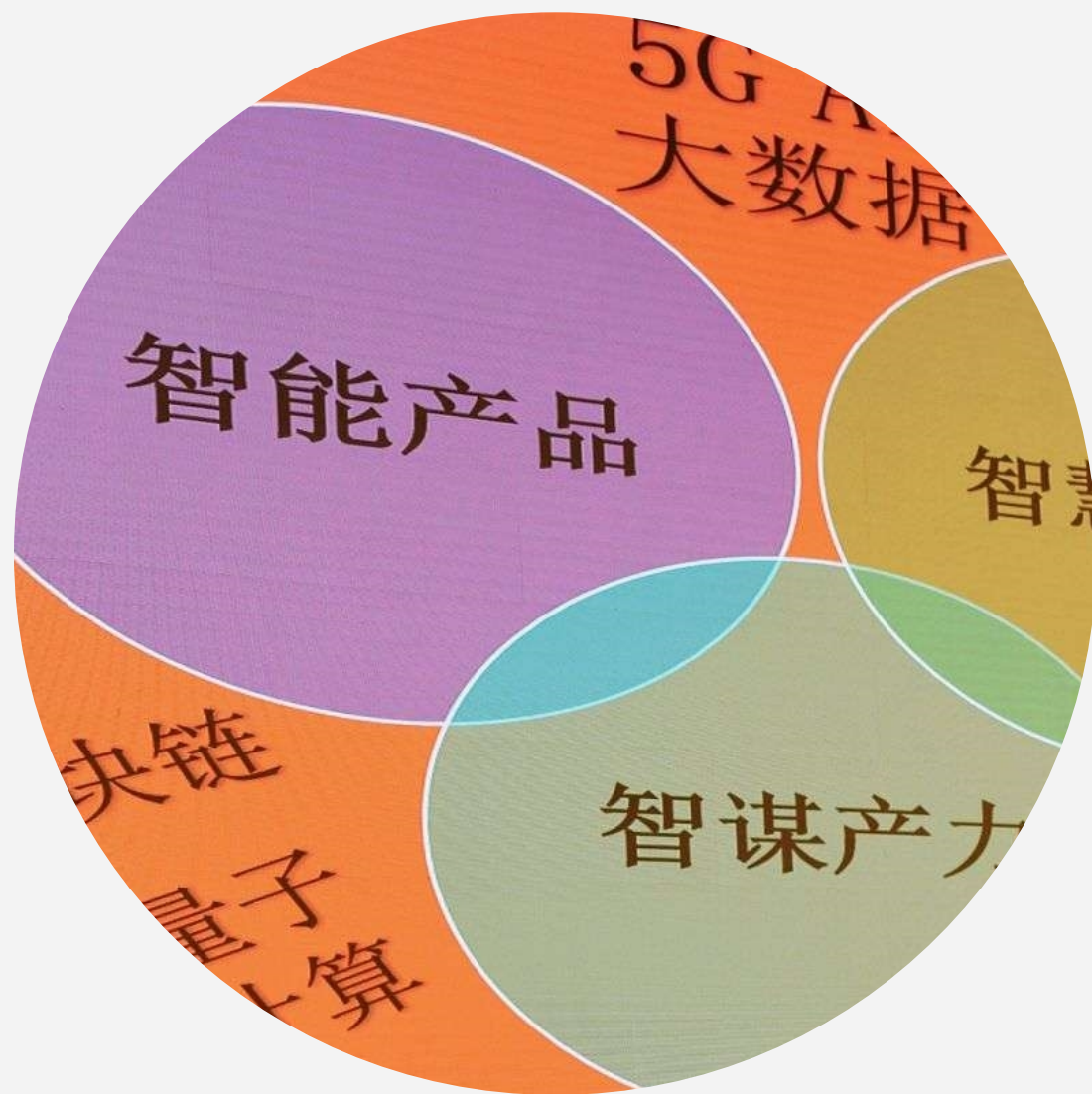
服务营销是市场营销的子集，专注于通过提供高质量的服务来满足客户需求，并建立长期关系。

## ● 目的

服务营销的目标是建立客户忠诚度，通过提供卓越的服务体验来吸引和保留客户。

## ● 关键要素

服务营销的关键要素包括客户关系管理、服务交付、市场研究、产品开发、促销和定价。





# 服务营销的特点

## 无形性

服务是无形的，客户在购买前无法直观地评估其质量。因此，服务营销需要侧重于建立客户信任和提供清晰的沟通。

## 不可分离性

服务的生产和消费通常是同时发生的，这要求服务提供者与客户紧密互动。因此，服务营销需要重视员工培训和客户参与。

## 差异性

由于服务通常是基于人的，不同的员工提供的服务可能会有所不同。因此，服务营销需要确保服务的标准化和一致性。

## 易逝性

服务无法像有形产品那样存储。因此，服务营销需要管理需求波动和实施有效的库存控制策略。







# 服务营销的优势

## 建立客户忠诚度

通过提供卓越的服务体验，服务营销有助于建立长期关系和客户忠诚度。



## 创造竞争优势

通过提供独特和优质的服务，服务营销可以帮助企业在竞争激烈的市场中脱颖而出。



## 增加客户价值

通过个性化服务和持续改进，服务营销可以增加客户感知价值并降低客户流失率。

## 促进口碑传播

满意的服务体验可以鼓励客户向他人推荐企业及其产品，从而带来更多的潜在客户。

## PART 03

# 传统营销概述

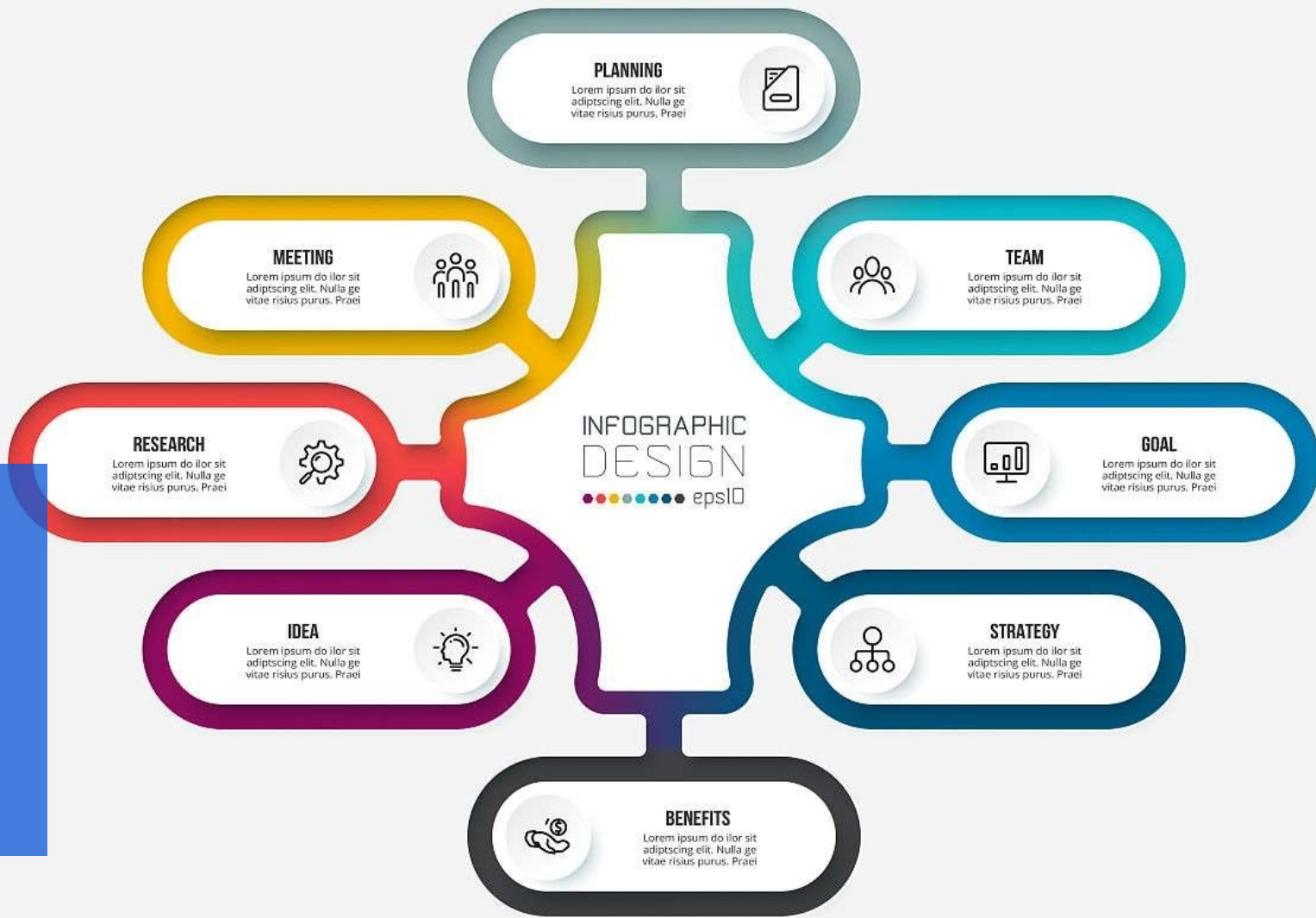


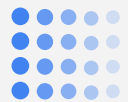


# 传统营销的定义

传统营销是指通过各种传统渠道，如电视、广播、报纸、杂志等，向目标客户传递产品或服务信息，以促进销售和品牌知名度的营销方式。

传统营销通常依赖于大规模广告宣传和促销活动，以吸引潜在客户的注意力。





# 传统营销的特点



01

## 覆盖面广

传统营销能够覆盖广泛的受众群体，通过大众媒体传播信息。

02

## 信息传递单向

传统营销的信息传递通常是单向的，即从品牌到消费者，缺乏与消费者的互动和反馈。

03

## 依赖品牌形象

传统营销注重建立和维护品牌形象，以提高消费者对产品的认知度和信任度。



# 传统营销的挑战

## 媒体费用上涨

随着媒体费用的不断上涨，传统营销的成本逐渐增加，对企业的财务压力也越来越大。



## 缺乏与消费者的互动

传统营销方式很难与消费者进行有效的互动和沟通，无法及时了解消费者的需求和反馈。



## 竞争激烈

随着市场的竞争日益激烈，传统营销的效果逐渐减弱，难以在众多品牌中脱颖而出。



## PART 04

# 服务营销与传统营销的比 较



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/315040203112011132>