

<<超越满意>>

图书基本信息

书名：<<超越满意>>

13位ISBN编号：9787113068516

10位ISBN编号：7113068510

出版时间：2006-1

出版时间：中国铁道工业出版社

作者：高桥安弘

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>

<<超越满意>>

内容概要

当前企业界正在发生一场CS革命。

CS (Customer Satisfaction , 顾客满意) 是一种有效的经营战略。

在企业竞争力要素中, 经营实力和市场占有率都是一时的, 而以顾客导向策略所创造的“忠诚顾客”则是永久的。

对企业来说, 没有顾客满意, 就没有顾客忠诚, 就不会有企业长久的竞争力。

每一次的满意都会增强顾客对企业的信任, 使顾客与企业之间建立长期的伙伴关系, 提高企业形象, 使企业获得长期的盈利与发展。

<<超越满意>>

作者简介

高桥安弘，毕业于立命馆大学，HUMANASSET股份公司董事长，咨询顾问，服务过二百多个上市或大型企业，精通各种行业知识。
“钻石经营革新论坛”的创立者。

书籍目录

绪言 后工业化社会的主角是服务业 经济再生的关键 21世纪的服务业及企业的理想状态 第1章 CS经营 考察Fielding经营卓越性的5点要素 “CS经营”是服务业的基本战略 “Fielding事业”的选择 Fielding的事业战略 Fielding的“CS经营” 第2章 为CS领先奠定基础的CS提高活动 在全公司范围内开展CS提高活动 与顾客直接接触的最前线CS 由维护商与用户的关系转变为伙伴关系 为提高CS,活用IT技术 世界水平的CS第一 第3章 支撑CS的技术与体制 支撑CS的服务后台 创造CS的教育推进体制 第4章 CS经营的展开及其经营方式 反复型服务与配套型服务 经营CS活动的机构 第5章 CS经营的新挑战 服务、CS与顾客价值的关系 社会需要产生新事业 以“CS经营”为基础,发展成为超优良集团企业 第6章 Fielding坚持走“企业经营的正道” 泡沫繁荣的残留与传统式经营 谁在坚持服务业的正道 后记

<<超越满意>>

媒体关注与评论

书评企业的目的是创造客户，为客户提供产品或服务，而不是利润的最大化。

企业的成功，出发点和落脚点都在于你为客户服务的方式，即不但满足客户的需要，而且向他们提供超值的服

务。
——现代管理之父 彼得·德鲁克 说得极 endpoint，二十一世纪硬件什么都不是，都是

——海尔集团首席执行官 张瑞敏 优秀的公司满足需求，伟大的公司超越顾客满意

。 ——现代营销之父 菲利普·科特勒 所谓CS (Custom Satisfaction)，就是指对提供的商品和服务的“价值评价”。

这种评价是顾客自身进行的判断和评价，这种评价往往受顾客主观所左右。

不管企业提供多么好的商品，只要顾客不满意，企业就不会受到好评。

——本书作者 高桥安弘 很显然，今天的社会已经开始由20世纪的、以二次产业为中心的社会向“信息化社会”转变。

可以预见，赋予产品以附加值的二次产业比重开始减少，社会构造将发生改变，人为人提供服务，在服务上增加附加值。

——NEC Fielding公司原总经理 鸟居高志

<<超越满意>>

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>