

<<顾客满意管理>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意管理>>

13位ISBN编号：9787303086221

10位ISBN编号：7303086226

出版时间：2008-1

出版时间：北京师大

作者：本社

页数：153

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>

<<顾客满意管理>>

内容概要

本书内容共包括8章。

第1章为引论，主要陈述兴起CS管理的时代背景以及开展CS管理的意义。

第2章主要是陈述CS涉及的基本概念，分析CS的特点等，以加深对CS管理的认识。

第3章主要介绍企业开展CS管理的基础工作。

第4章从如何获得顾客信息出发，结合顾客抱怨处理的流程，陈述CS的顾客信息管理和推进实施。

第5章回归营销的核心，将营销活动归纳为三个最主要环节：吸引顾客 保持顾客 固化顾客购买偏好，并陈述对这三个环节开展CS营销的主要内容。

第6章主要陈述CS的测量技术与方法，主要包括CS调查与顾客满意度指数（CSI），企业可以通过这些方法对CS水平展开测量，将结果作为企业绩效考评的标准与自我改进的依据。

第7章超越了企业管理，对公共部门开展CS管理进行简要探讨。

为了有助于读者对CS的有更好的认识，第8章介绍一些相关的CS管理案例。

<<顾客满意管理>>

书籍目录

第1章 顾客满意 (CS) 的兴起

本章结构图

1.1 顾客满意管理的含

1.2 CS兴起的时代背景

1.3 企业开展CS管理的意义

1.4 本书的基本结构

思考题

参考文献

第2章 CS的相关概念

本章结构图

2.1 鉴别组织的顾客

2.2 CS及其内涵

2.3 顾客抱怨

思考题

参考文献

第3章 企业开展CS管理的基础工作

本章结构图

3.1 领导的认同与参与

3.2 建立“CS”的组织文化

3.3 建立面向顾客的敏捷型组织

3.4 提高员工的综合素质

思考题

参考文献

第4章 推进CS的顾客信息管理

本章结构图

4.1 顾客信息的收集

4.2 推进CS：顾客信息管理的最终目的

4.3 顾客抱怨信息管理

思考题

参考文献

第5章 CS营销

第6章 CS的测量

第7章 公共部门CS管理

第8章 企业CS管理案例

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>