

<<顾客抱怨管理>>

图书基本信息

书名：<<顾客抱怨管理>>

13位ISBN编号：9787502141332

10位ISBN编号：7502141332

出版时间：2003-5-1

出版时间：石油工业出版社

作者：尤建新

页数：126

字数：128

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>

<<顾客抱怨管理>>

内容概要

工商管理硕士（MBA）的培养在中国已有十余年了。

从1991年国内几所大学首批MBA招生不足百人，到现在全国有60多所高等院校拥有MBA专业，这反映了中国高等育管理专业顺应市场经济对人才的实际需要，适应经济全球化的发展历程，也折射出中国经济、社会和教育所处的一个巨大变革和空刻转型的背景。

目前，除了大学里有正式学历教育的MBA专业外，社会上还有以技能培训为主要性的工商管理教育。在中国大地上迅速兴起的MBA教育热潮，总的来看，是因为计划经济体制向市经济体制急速转变引起实用经营型人才需求的激增所产生的，也是中国不断对外开放、经济活动采用更多国际规例、管理教育逐渐国际化的一个缩影。

尽管如此，中国现有的MBA规模还远远不能够满足中国经济发展的需要。

<<顾客抱怨管理>>

书籍目录

第1章 引论第2章 顾客抱怨管理概述第3章 企业开展顾客抱怨管理的基础工作第4章 关于企业顾客抱怨管理体系的探讨第5章 UAES开展顾客抱怨管理工作的实证研究第6章 SVWSC开展顾客抱怨管理工作的实证研究附录参考文献结束语

<<顾客抱怨管理>>

媒体关注与评论

书评随着全球经济一体化进程的加快及世界市场由卖方市场向买方市场的转变，企业竞争出现了以顾客需求为主导，追求顾客满意的新局面。

在这种情况下，越来越多的企业开始调整自身的经营策略，围绕“使顾客满意”来开展工作。

实践表明，消除顾客抱怨是增强顾客满意，培养顾客忠诚的有效途径。

然而很多企业对待顾客不满意、批评和投诉，要么是避之惟恐不及，要么是当成企业运营不可避免的“弊端”，不得不拿出时间、精力和金钱，给予顾客抱怨以不情愿的关注。

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>