

<<顾客满意调查-质量行动力>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意调查-质量行动力>>

13位ISBN编号：9787502628659

10位ISBN编号：7502628657

出版时间：2008-4

出版时间：中国计量出版社

作者：张守真,温德成

页数：180

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>

## <<顾客满意调查-质量行动力>>

### 内容概要

《质量行动力：顾客满意调查》讲述了企业如何获取并有效利用顾客满意信息。全书共六个部分，分别描述了顾客满意信息需求的识别和顾客满意信息调查目标的设置，顾客满意调查的策划，顾客调查问卷的设计，数据的收集，数据的处理和调查结果的报告和应用。

《质量行动力：顾客满意调查》是“质量行动力”系列图书中的一册，供参与企业管理活动和市场调查的人员使用。

<<顾客满意调查-质量行动力>>

书籍目录

1 寻宝热潮——顾客、市场、竞争力1.1 企业经营的金矿——顾客满意信息1.2 淘宝——企业到底需要什么信息1.3 顾客满意调查的成本因素1.4 谁来实施顾客满意调查1.5 顾客满意调查的分类2 寻宝指引——对象、焦点、尺度2.1 借问金矿何处是——识别顾客和顾客需求2.2 试金石——调查常用的指标3 打造寻宝利器——问卷的设计3.1 问卷的问题设计——量表及其选择3.2 问卷的整体设计3.3 问卷的检查4 矿藏的开采——数据的收集4.1 二手数据的利用4.2 抽样方法的选择4.3 调查的实施5 吹尽黄沙始见金——数据的处理5.1 数据处理的准备5.2 定性数据分析5.3 定量数据分析6 硕果——调查结果的报告、应用和评价6.1 书面报告的编写6.2 口头调查报告和调查报告的陈述6.3 调查结果的交接和评价6.4 顾客满意信息获取的经常化6.5 顾客满意信息的利用附录1 通途工程机械厂顾客满意调查问卷附录2 某移动通信公司顾客满意调查问卷参考文献

## <<顾客满意调查-质量行动力>>

### 章节摘录

**非概率抽样的形式** 非概率抽样包括任意抽样、判断抽样和配额抽样。

在顾客满意调查时常常用到非概率抽样。

a) 任意抽样 在任意抽样中, 没有样本的预先设计, 即在偶然的时机或方便的情况下, 由调查者根据自身的需要或兴趣任意选取样本。

调查人员选取最容易接触的全体成员获取信息。

例如: 当一个公司生产出新的家用产品的试制品时, 就让它的一些员工在自己家中试用。

只要样本与调查总体的代表样本相结合, 这样的样本就能够提供有用的信息。

然而, 如果当您对由各种年龄和各种职业的人所构成的总体的阅读习惯进行调查时, 若仅仅对小学生的任意抽样, 这就恐怕不适当。

再如: 许多企业在网站上设立了公告栏(BBS)以供访问者对企业产品进行讨论, 或者参与某些专题新闻组的讨论, 以便更深入地获取有关资料。

如果调查部门对某个用户的问题或观点有兴趣, 就可以随时联系该用户进行个案调查。

虽然新闻组和公告栏(BBS)信息不够规范, 需要专业人员进行整理和归纳, 但因为是用户自发的感受和体会, 因此, 传达的信息也是最接近市场和最客观的, 有助于企业获取一些问卷调查无法发现的信息, 要特别引起注意。

b) 判断抽样 判断抽样是根据调查者的主观判断来抽取样本。

这种抽样依赖于良好的判断和经验。

该方法取决于如何选择并确认能够代表总体的因素, 这样在选择中产生的判断误差将会相互抵消。

适用情况: 总体范围较小, 总体各单位之间差异较小; 用于试调查, 为问卷设计、进行正式抽样调查等打下基础。

.....

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>