

<<顾客满意的测量分析与改进>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意的测量分析与改进>>

13位ISBN编号：9787506655446

10位ISBN编号：7506655446

出版时间：2009-10

出版时间：中国标准出版社

作者：上海质量管理科学研究院 编著

页数：278

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>

<<顾客满意的测量分析与改进>>

内容概要

本书是由上海质量管理科学研究院组织编写的一本关于顾客满意理论与应用的专著。它总结了近年来有关顾客满意的理论研究最新进展，吸收了广大企业和质量工作者的创新实践。本书的出版发行对于企业关注顾客需求、加强质量改进，将具借鉴作用。本书适用于企业的领导和管理人员，以及相关咨询机构、中介服务组织的质量工作者阅读，也可作为大专院校相关专业的参考教材。

<<顾客满意的测量分析与改进>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 顾客满意的内涵和发展 第二节 顾客满意测量模型 第三节 本书结构安排与主要内容 本章小结第二章 顾客满意的测量指标 第一节 测量指标的设计 第二节 测量指标体系的建立步骤 第三节 测量指标体系的示例 第四节 测量指标的量化 本章小结第三章 顾客满意调查问卷 第一节 调查问卷的基本内容 第二节 调查问卷的设计 第三节 调查问卷的检验方法 第四节 调查问卷的修正 本章小结第四章 顾客满意的数据收集 第一节 抽样方法 第二节 调查方法 第三节 顾客满意调查的实施主体 本章小结第五章 顾客满意测量结果的描述性统计 第一节 常用统计量 第二节 顾客满意结果的计算 第三节 顾客满意测量结果的分类整理与图示 本章小结第六章 顾客满意的水平比较分析 第一节 方差分析 第二节 聚类分析 第三节 时间序列分析 本章小结第七章 顾客满意的效用分析 第一节 相关分析 第二节 回归分析 第三节 交互分析 本章小结第八章 顾客满意的关键要素分析 第一节 重要性矩阵分析方法 第二节 KANO模型分析方法 本章小结第九章 顾客满意的绩效分析 第一节 顾客满意成为影响企业绩效的重要因素 第二节 顾客满意对企业绩效的贡献测算 本章小结第十章 顾客满意的持续改进 第一节 改善顾客感知 第二节 管理顾客期望 第三节 创造魅力质量 本章小结第十一章 顾客投诉的处理 第一节 正确认识顾客投诉 第二节 倾听“顾客不满之声” 第三节 系统管理顾客投诉 本章小结第十二章 忠诚顾客的培育 第一节 顾客忠诚概述 第二节 顾客忠诚的影响因素分析 第三节 培育顾客忠诚的途径 本章小结第十三章 员工满意的提升 第一节 顾客满意的前提——员工满意 第二节 员工满意的驱动因素分析 第三节 员工满意的提升途径 本章小结附录A 长三角地区通信行业客户满意测评报告附录B A公司电梯产品用户满意测评报告参考文献后记

<<顾客满意的测量分析与改进>>

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>