

نقش ارتباطات انسانی و موقعیت های مقابله در مدیریت ارتباط با مشتری

(در بانکها، شرکتها و موسسات تولیدی، صنعتی، بازرگانی و خدماتی)

تألیف:

اعظم راجی زاده

دکتر یوسف احمدي

دکتر محمد مسین نکویی

(دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سیرجان)



انتشارات رازنهان

۱۳۹۳

سرشناسه	راجی زاده، اعظم، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور	نقش ارتباطات انسانی و موقعیت های مقابله در مدیریت ارتباط با مشتری: (در شرکت ها و موسسات تولیدی صنعتی، بازرگانی و خدماتی) / مولفین اعظم راجی زاده، یوسف احمدی، محمدحسین نکویی.
مشخصات نشر	تهران: راز نهان، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۱۶۸ ص: مصور، نمودار، جدول.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۲۵۸-۴۵۴-۰
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	مشتری شناسی -- مدیریت
موضوع	خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	مصرف کنندگان -- رضایت
موضوع	موقعیت در کسب و کار
موضوع	ارتباط در رشد اقتصادی
شناسه افزوده	احمدی، یوسف، ۱۳۳۴ -
شناسه افزوده	نکویی، محمدحسین، ۱۳۴۴ -
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ ن ۲/۵/۴۵۴ HF۵۴۱
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۱۲
شماره کتابشناسی ملی	۳۶۵۶۲۷۷



شماره تماس: ۰۲۱۶۶۹۷۳۹۹ - ۰۹۱۰۰۰۲۳۰۷۱

آدرس الکترونیکی: thesis.pub2014@gmail.com

آدرس سایت: www.thesispublication.com

آدرس: میدان انقلاب، بلوار ۱۶ آذر بالا تر از کوچه بهنام ساختمان کتابخانه بعثت طبقه ۱ واحد ۱ شمالی

که عنوان کتاب: نقش ارتباطات انسانی و موقعیت های مقابله در مدیریت ارتباط با مشتری

که مولف: اعظم راجی زاده، دکتر یوسف احمدی، دکتر محمد حسین نکویی

که شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

که نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۳

که قیمت: ۱۵۵۰۰ تومان

ISBN: ۹۷۸-۶۰۰-۲۵۸-۴۵۴-۰

فهرست

۱۱.....	پیشگفتار
۱۳.....	مقدمه
۱۵.....	بخش اول
۲۱.....	ارتباطات
۲۴.....	اصول و دیدگاه های اساسی ارتباطات
۲۵.....	مفهوم سیستم ها
۲۵.....	نظرات مایرز
۲۶.....	نظریات مرتبط با یادگیری رفتارهای ارتباطی
۲۶.....	ارتباطات به عنوان رفتار آمیخته
۲۶.....	نظریه شرطی کلاسیک
۲۷.....	یادگیری وسیله ای یا ابزاری
۲۷.....	نظریه یادگیری اجتماعی
۲۸.....	تقسیم بندی ارتباطات
۳۱.....	بخش دوم
۳۲.....	الگوی خطی ارتباطات
۳۳.....	کلود شن و وارن ویور
۳۴.....	الگوی دیگر فرایند ارتباطی به صورت ساده
۳۴.....	الگوی تعاملی ارتباطات
۳۶.....	الگوی تبدیلی ارتباطات
۳۷.....	مقایسه
۳۹.....	مدل جان کاتز
۳۹.....	مدل شان و ویور
۴۰.....	مدل میچل و رایس
۴۰.....	مدل دیوید برلو
۴۱.....	مدل کتز و کان

۴۲.....	مدل بیکر و ریموند
۴۲.....	مدل کریتنر و کینیکی
۴۳.....	مدل برکو - ولوین
۴۵.....	بفش سوم
۴۹.....	ارتباطات کلامی
۵۲.....	کاربردهای زبان
۵۳.....	ارتباطات غیرکلامی
۵۷.....	زبان غیرکلامی
۵۸.....	نقش فرهنگ و هوش فرهنگی در ارتباطات
۵۹.....	نشانه های مربوط به فاصله و زمان
۶۰.....	مهارت های شنیداری
۶۱.....	اشکال مهارت های شنیداری
۶۲.....	مهارت های شنیداری گیل مایرز
۶۲.....	گوش شنوا
۶۴.....	بهبود مهارت شنیداری
۶۵.....	بازفورد
۶۷.....	رسانه های الکترونیک
۷۰.....	توسعه مهارت های ارتباطی
۷۰.....	مهارت های فردی
۷۲.....	مهارت های بین فردی
۷۴.....	فرایند ارتباطات سازمانی
۷۵.....	ارتباطات در سطح سازمان
۷۵.....	شبکه های ارتباطی سازمان از میث شکل، ساختار و عملکرد
۸۰.....	ادراک و ارتباطات
۸۱.....	ارتباطات اثربخش
۸۳.....	مفهوم و ضرورت ارتباط موثر
۸۴.....	ابعاد ارتباط موثر
۸۴.....	توسعه ارتباطات والگوی پنجره جوهری

۸۷.....	چهارعامل عمده در توسعه و اثربخشی ارتباطات سازمانی
۸۷.....	موانع ارتباطات اثربخش
۸۸.....	قضایوت
۸۸.....	ارائه راه حل
۸۹.....	اجتناب از نگرش های فرد
۹۱.....	افتنال
۹۳.....	بخش چهارم
۹۵.....	مقابلہ و تعاریف آن
۹۶.....	فرایند مقابلہ
۹۷.....	راهبردهای مقابلہ
۹۸.....	نظریہ های مقابلہ
۹۸.....	نظریہ تبدیلی لازاروس و فولکمن
۹۸.....	نظریہ روان تملیل گری و روانشناسی من
۹۹.....	نظریہ دورہ های زندگی
۱۰۰.....	نظریہ تحولی و اصلاح رفتار
۱۰۰.....	انواع مهارت های مقابلہ ای
۱۰۱.....	مهارت مقابلہ ای مسئلہ مدار
۱۰۱.....	مهارت مقابلہ ای هیجان مدار
۱۰۷.....	بخش پنجم
۱۰۸.....	تاریخچه رضایت مشتریان
۱۰۹.....	تعریف مشتری
۱۱۰.....	رفتار مشتری
۱۱۲.....	انتظارات مشتری
۱۱۴.....	ارتباط با مشتری (مشتری مداری)
۱۱۵.....	رضایت مندی مشتری و اهمیت آن
۱۱۹.....	وفاداری مشتری
۱۲۲.....	اندازه گیری رضایت مشتری
۱۲۴.....	تئوری شکاف های خدمت

۱۲۵.....	مؤلفه های رضایت مشتری از دیدگاه برخی صاحب نظران
۱۲۶.....	معیارهای اندازه گیری رضایت مشتری.....
۱۲۶.....	انواع تمقیق در اندازه گیری رضایت مشتری
۱۲۷	بخش ششم
۱۲۷	ابزارهای اندازه گیری رضایت مشتریان
۱۲۸	مدل مقیاس کیفیت خدمات (سروکوال).....
۱۳۰	مدل سروپوف
۱۳۱.....	مدل سزایمیرف.....
۱۳۲	مدل CPOF
۱۳۳.....	مدل کانو.....
۱۳۴.....	مدل EFQM
۱۳۵.....	مدل چرخه خدمات مطلوب
۱۳۶.....	انواع مدل در اندازه گیری رضایت مشتریان
۱۳۷	معرفی مدل شاخص ملی رضایت مندی مشتری مالزی (MCSI).....
۱۳۹.....	مدل شاخص رضایت مندی مشتری در آمریکا (ACSI).....
۱۴۰	مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا (Ecsi)
۱۴۲	تجزیه و تحلیل
۱۴۷	بخش هفتم
۱۵۳.....	منابع و مآخذ.....
۱۵۳.....	منابع فارسی.....
۱۶۳.....	منابع لاتین

به نام ایزد یکتا و مهر آفرین

پیشگفتار

در نخستین سالهای سده بیست و یکم و آغازین دوره هزاره سوم، در عرصه موج چهارم و به ویژه در جهان امروز که در یک دهکده بزرگ جهانی زندگانی می کنیم، مهمترین عوامل و بهترین شرایط برای پیروزی در دستیابی به ارتباط موفقیت آمیز در زندگانی فردی، خانوادگی، اجتماعی و کاری، برخورداری از هنر ارتباطی و شناخت راهکارها و روشهایی است که بتوانیم با بکارگیری آنها در هر حوزه از گونه های ارتباطی بهره مند شویم. هریک از ما انسانها در سازمانهایی کار می کنیم که بر حسب شرایط و موقعیتهای، یا خدماتی اند و یا صنعتی و گروهی با عنوان "مشتریان" یا دریافت کنندگان خدمات و یا خریداران کالاها ی تولیدی هستند. ضرورت ارائه خدمات و فروش محصولات مستلزم برقراری ارتباط متعامل و اثربخش و در نظر گرفتن "موقعیتهای مقابله ای" در فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان است.

در این کتاب که حاصل مطالعات گسترده بیش از ۱۳۸ منبع و سند علمی فارسی و خارجی و پژوهش میدانی با بیش از تعداد ۸۰۰ عدد پرسشنامه توزیع شده بین مدیران و کارشناسان بانکها با بهره گیری از رهنمودهای ارزشمند استادان ارجمند گردآوری، تبیین، تدوین و ارائه شده، کوشش شده است که به دو فرایند "مشتری مداری و رعایت موقعیتهای مقابله" به مدیریت ارتباطات غنا بخشیده، تا شاید با گسترش این روابط و احداث پلهای ارتباطی که به صورت کاربردی و قابل استفاده

برای کاربران عرضه می گردد، گردانندگان و مدیران بانکها و دیگر بنگاههای اقتصادی بتوانند موسسات خود را به موازات و همگام با ارتقای کمی و کیفی و تعالی سازمانی به سیستمهای پویا و موثر در بازاریابی و جذب سرمایه و مشتریان روزافزون تجهیز نمایند.

سیدنا ابی ذر رضی اللہ عنہ

سید محمد علی

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله الذي هدانا لهذا الذي كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

دستورالعمل - ۱۳۹۳

1295 211.8

مقدمه

در عصر مدرن امروز همراه با رشد فناوری و افزایش سطح رفاه عمومی، میزان استرس و فشارهای عصبی ناشی از کار و مسائل زندگی روزمره سبب کاهش آستانه تحمل در افراد انسانی گردیده و به دلیل اینکه بارزترین شاخصه جوامع انسانی ارتباط است، بنابراین ثبات و نگهداشت سازمانها مستلزم حفظ مشتریان قدیم و جلب مشتریان جدید می باشد و این نیازمند شناخت جنبه های روانشناسی و ملاحظات علوم رفتاری شهروندان از سوی کارکنان، ضمن پرداختن به مهارتهایی تحت عنوان مهارتهای ارتباطی و مقابله ای می باشد. با استناد به رویکرد مدیریت دولتی نوین و سایر موارد اشاره شده، به نظر میرسد پیروزی در عرصه رقابت مستلزم استفاده از راهکارهایی در حوزه مباحث رفتاری و روانی می باشد تا با در نظر گرفتن تمهیداتی در خصوص نوع برقراری روابط دوستانه و به دنبال آن رابطه بلندمدت با مشتری بتوان در تصاحب سهم بیشتری از بازار به نفع سازمانهای مشتری محور قدمهای مثبت و مؤثری برداشت.

شایان ذکر است که در این کتاب به جهت ایراداتی که اندیشمندان مدیریت بر تئوری معروف سروکوال وارد آوردند شاید بتوان گفت برای نخستین بار مدل 4C شیمیزو جهت اصلاح مدل مذکور در مطالعات و تحقیقات انجام شده تا کنون به کار گرفته شد.

با استعانت از ایزد منان و استناد و احترام به آیه شریفه "من لم يشكر المخلوق لم يشكر الخالق"، بر خود لازم و بلکه واجب میدانم از اساتید بزرگواری که در فرجام این کار از پرتو وجود پرمهرشان بهره گرفته ام، یادی نمایم. چرا که برترین معانی که از واژه های به واقع زنده زندگی در قاموس لغات ما آد미ان برمی آید، در کنار آموزه های علمی به معنای واقعی و دو صد چندان بیشتر، آموخته های گرانبهای زندگی است. هر چند عنوان مقدس کتاب برتر از آن است که بر این مقوله ناچیز و اندک بگنجد، لیکن در گرد آوری این اثر کوچک حضور در محضر اساتید گرانقدر فرصتی گران سنگ بود.

اساتید فرزانه ای همچون:

آقای دکتر مهدی دانشور استاد گرانقدر دانشگاه علامه طباطبائی تهران، نماد برجسته ای از پدری فرهنگی و شخصیتی نستوه:

به پاسداشت حضور سبزشان که بی دریغ و بی چشمداشت راهنما و مشوقم بودند و زحمت نگارش پیشگفتار این کتاب را بر عهده داشتند.

خانم دکتر فاطمه پورشهسواری که در همه مراحل تحصیل و بالاتر از آن زندگی یاریگرم بوده اند.

آقای دکتر یوسف احمدی و آقای دکتر محمدحسین نکویی که بودن در کنارشان مایه مباهات بود.

آقای دکتر اقبال پاک طینت، آقای دکتر مسعود پورکیانی و آقای دکتر محمد منتظری که ارشاداتشان راهگشایم بود.

حضورمعنوی اساتید بزرگواری همچون آقای مهندس علی اکبری و خانم مهندس فرشته پورشهسواری که مایه دلگرمیم بودند.

و استاد عزیز خانم افسانه حیدرنیا که در ترجمه متون این مجموعه همیشه همراهم بودند.