

هدایت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات

سیدام شاه محمدی

مدرسۀ اسلامیه شامحمدی، صمصام، ۱۳۵۵-
عنوان: نام پدیدآور: مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات / صمصام
نویسنده: صمصام
مشخصات کتاب: ۸۵ ص.
مشخصات نشر: شیراز، آیدرنا، ۱۳۹۷.
وضعیت فهرست نویسی: فیا.
موضوع: مشتری‌شناسی - مدیریت.
رده‌بندی کنگره: ۷، ۱۵۲ ش HF
رده‌بندی دیویی: ۶۸/۸۱۲
شماره کتاب‌شناسی ملی: ۵۲۹۸۹۷
شابک: ۷-۲-۹۶۹۶۷-۶۰۰-۷۸

انتشارات آیدرنا



تلفن تماس:
۰۹۱۷۸۲۰۰۷۱۱

مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات

صمصام شامحمدی

چاپ اول: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

صفحه‌آرا: احمدشیرخ زاده

طراح جلد: احمدشیرخ زاده

ویراستار: درنا کاظمی دوست

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان

آدرس: شیراز، بلوار هفت تنان، کوچه ۱۷ فرعی ۹

فهرست

صفحه	عنوان
۹	سیگفتار
۱۱	مقدمه
۱۷	بخش اول: مدیریت ارتباط با مشتری
۱۹	مقدمه
۲۱	مشتری‌مداری
۲۲	مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری
۲۳	مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتری: iCRM
۲۷	مزایای مدیریت ارتباط با مشتری در مؤسسات و شرکت‌ها
۲۸	اصول حاکم بر مدیریت ارتباط با مشتری
۳۱	شاخص‌های مشتری‌مداری
۳۱	ویژگی‌های کارکنان مشتری‌مدار
۳۲	ابعاد و عناصر مدیریت ارتباط با مشتری
۳۵	بخش دوم: کیفیت خدمات
۳۷	کیفیت خدمات: تعاریف و مفاهیم
۵۱	بخش سوم: مفهوم وفاداری
۵۶	مزایای وفاداری
۵۹	بخش چهارم: نتیجه و پیشنهاد
۶۷	منابع و مآخذ
۶۹	منابع و مآخذ
۸۰	منابع انگلیسی

۱. شبکه‌تار

شرکت‌ها و سازمان‌ها بی‌شماری، از کوچکترین خرده‌فروش‌ها و سازمان‌های مدنی و خرید گرفته، تا بزرگترین کمپانی‌های بین‌المللی از امکانات بازاریابی مستقیم، برای تبلیغ محصولات و خدمات شرکت استفاده می‌کنند. در روزهای کسب و کار جدید، به‌دست آوردن رضایت مشتریان، چالش‌های مهم و حیاتی در اهداف سازمان‌ها به خود اختصاص داده است. مبران رشد، به‌خوبی می‌دانند، موفقیت آن‌ها در راه رسیدن به اهداف کلان سازمان در گرو جلب رضایت مشتریان است. از سوی دیگر، نمی‌توان گفت همه‌ی مشتریان به یک اندازه در موفقیت سازمان نقش دارند؛ بنابراین جلب رضایت مشتریان کلیدی، حساسیت بیشتری خواهد داشت. بدین ترتیب لازم است در سازمان، سیستمی برای جذب و حفظ مشتریان طراحی و پیاده‌سازی شود، سیستمی که بتواند، روابط سازمان و مشتریان را به‌خوبی مدیریت کند. مدیریت ارتباط با مشتری، یک استراتژی است که برای کسب آگاهی بیشتر، درباره‌ی نیازها و رفتار مشتریان و ارتباط بیشتر با آنان استفاده می‌شود. روابط خوب با مشتری رمز موفقیت در کسب‌وکار است. مدیریت ارتباط با مشتری روشی است، جهت شناسایی مشتریان و راضی نگه‌داشتن و تبدیل آن‌ها به مشتریان همیشگی.