

هتلداری و مشتری‌مداری

مؤلف:

صدف امیدوار



۱۳۹۸

سرشناسه : امیدوار، صدف، ۱۳۵۸ -
 عنوان و نام پدیدآور : هتلداری و مشتری‌مداری / مولف صدف امیدوار.
 مشخصات نشر : تهران: نوآوران دانش ، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری : ۸۸ ص.: جدول.
 شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۳۰-۳۷-۹
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابنامه: ص. ۸۳.
 موضوع : هتل‌ها و مسافرخانه‌ها -- خدمات مشتری -- مدیریت
 موضوع : Hotels - Customer services - Hotel management
 رده بندی کتره : TX۹۱۱/۳
 رده بندی دیو : ۶۴۷/۱۴
 شماره کتابشناسی بی : ۵۹۶۰۳۶۱



انتشارات نوآوران دانش

نام کتاب: هتلداری و مشتری‌مداری

نویسنده: صدف امیدوار

ناشر: نوآوران دانش

طراح جلد: الویرا صیامی

نوبت چاپ: اول

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۳۰-۳۷-۹

کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر است.

انتشارات نوآوران دانش: میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، تقاطع خیابان جمالزاده جنوبی، پلاک ۸۴، واحد ۴

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۸۹۱۷ - ۶۶۵۶۸۹۰۳ - ۰۹۳۷۹۶۴۶۰۸

سفارش اینترنتی: www.novinelc.com

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۳	فصل اول: مشتری گرایی و خدمات
۱۴	مشتری گرایی کارکنان خدماتی
۱۶	تعریف خدمت
۱۷	ویژگی های خدمات
۱۸	زنجیره سود خدمت
۱۹	محیط فیزیکی خدمت
۲۱	فصل دوم: ادراک
۲۲	کیفیت
۲۴	طبقه بندی تعاریف کیفیت
۳۲	ضرورت توجه به کیفیت خدمات
۳۳	ابعاد کیفیت خدمات
۳۵	کیفیت ذهنی و کیفیت ادراکی
۳۶	موانع بهبود کیفیت خدمات
۴۱	فصل سوم: کیفیت و جو ارائه خدمات
۴۱	مدل کیفیت خدمات (سروکوال)
۴۴	تحلیل شکافهای پنجگانه کیفیت خدمات
۴۴	شکاف اول: شکاف ادراکی مدیریت
۴۵	شکاف دوم: شکاف طراحی خدمت
۴۶	شکاف سوم: شکاف ارائه خدمت
۴۸	شکاف چهارم: شکاف ارتباطی

۴۹.....	شکاف پنجم: شکاف کیفیت
۴۹.....	جو ارائه خدمات
۵۵.....	فصل چهارم: تمایلات رفتاری مشتریان
۵۵.....	کیفیت خدمات درک شده
۶۶.....	فصل پنجم: آمیخته بازاریابی گردشگری
۶۷.....	خدمات و کالاهای جهانگردی
۶۸.....	قیمت‌گذاری خدمات و کالاهای جهانگردی
۶۹.....	فعالیت‌های شوبقی و تبلیغی خدمات و کالاهای جهانگردی
۶۹.....	سیستم توزیع خدمات و کالاهای جهانگردی
۶۹.....	بسته‌بندی خدمات جهانگردی
۷۰.....	برنامه‌ریزی خدمات و کالاهای جهانگردی
۷۰.....	مردم
۷۱.....	مشارکت با بازاریابی مشارکتی
۷۱.....	مروری بر نظریه‌ها و تحقیقات
۷۵.....	فصل ششم: سخن آخر
۷۶.....	رابطه جو خدماتی بر کیفیت خدمات درک شده
۷۶.....	رابطه کیفیت خدمات درک شده بر رضایتمندی مشتری
۷۷.....	رابطه کیفیت کلی خدمات بر اعتماد مشتری
۷۷.....	رابطه رضایتمندی مشتری بر تمایلات رفتاری مشتریان
۷۷.....	رابطه اعتماد مشتری بر تمایلات رفتاری مشتریان
۷۸.....	پیشنهادهات
۸۱.....	منابع فارسی

پیشگفتار

کارکنان یکی از عوامل کلیدی و محرک‌های اصلی در مزیت رقابتی در صنعت هتلداری موفق می‌باشند. کارکنان شایسته می‌توانند احتمال موفقیت سازمان را افزایش دهند. اصل معمول، ر ادبیات بازاریابی خدمات این است که سازمان‌ها باید جوی را ایجاد و حفظ نمایند که کارکنان، را جهت تحویل خدمات با کیفیت به مشتریان تشویق نمایند. بنابراین ایجاد جو خدمت‌نشی اث‌بخش اولین اولویت برای بیشتر هتل‌های امروزی می‌باشد.

www.ketab.ir