

به نام خدا

درآمدی بر کیفیت خدمات و مشتری محوری

گردآورنده: محبوبه عبداللّٰهی



انشارات آفرین مهر

سرشناسه : عبداللہی، محبوبہ، ۱۳۵۴
 عنوان و نام : درآمدی بر کیفیت خدمات و مشتری محوری/گردآوری محبوبہ عبداللہی
 پدیدآور : مشخصات نشر : بنجورد: آذرین مهر، ۱۳۹۹
 مشخصات : د، ۸۹ ص.
 ظاہری :
 شابک : ۲۰۰۰۰۰ ریال ۸۵-۳-۶۸۵۵-۶۲۲-۹۷۸
 وضعیت فهرست : فہپا
 نویسی :
 موضوع : مصرف کنندگان -- رضایت
 موضوع : Consumer satisfaction
 موضوع : خدمات -- کنترل کیفی
 موضوع : Service industries -- Quality control
 موضوع : خدمات مشتری
 رده بندی کنگره : ۳۳۵/HF۵۲
 رده بندی دیویی : ۳۳۰۵۸
 شماره کتابشناسی : ۲۲ ۸۷۱
 ملی :

کلیہ حقوق برای ناشر محفوظ می باشد.



درآمدی بر کیفیت خدمات و مشتری محوری

گردآورنده: محبوبہ عبداللہی

ناشر: آذرین مهر

شابک: ۹۷۸۶۲۲۶۸۵۵۸۵۳

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۹

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ جلد

تهران: خیابان انقلاب - خیابان اردیبهشت پلاک ۱۹ - انتشارات آذرین مهر

۳۰-۲۹-۶۶۹۷۸۰۲۱

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

کیفیت خدمات الکترونیکی.....	
کیفیت.....	
کیفیت بر آوردن انتظارات مشتری است.....	
خدمات.....	
ویژگی های خدمات.....	
کیفیت خدمات.....	
۱۲ ابعاد کیفیت خدمات.....	
۱۳ تاریخچه کیفیت خدمات.....	
۱۴ ابعاد کیفیت خدمات.....	
۱۵ مقیاس کیفیت خدمات.....	
۱۷ ابعاد موجود در مقیاس کیفیت خدمات.....	
۱۸ مزایای افزایش کیفیت خدمات.....	
۱۸ مزایای افزایش کیفیت خدمات را می توان به دو قسمت تقسیم کرد:.....	
۱۹ اهمیت کیفیت خدمات.....	
۲۱ سنجش کیفیت خدمات.....	
۲۲ خدمات الکترونیکی.....	
۲۲ کیفیت خدمات الکترونیکی.....	

۲۳	تاریخچه کیفیت خدمات الکترونیکی
۲۳	رضایت
۲۴	رضایت مشتری
۳۰	رضایت الکترونیکی
۳۱	مفهوم رضایت مندی مشتری
۳۲	ابزارهای اندازه گیری رضایت مشتریان
۳۳	اهمیت دسترسی به رضایت مشتری
۳۵	ابعاد رضایت
۳۵	بعد مبادله ای و بعد کل رضایت
۳۶	مزایای رضایت مشتری
۳۷	کیفیت خدمات و رضایت مشتری
۴۰	سنجش رضایت مشتری
۴۱	دلایل مطالعه و سنجش رضایت مشتری را می توان به شرح ذیل عنوان کرد:
۴۲	مدل های مختلف سنجش رضایت مندی مشتری
۴۲	مدل رضایت مندی سوئدی
۴۳	مدل شاخص رضایت مشتری در آمریکا
۴۴	مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا
۴۵	مدل شاخص رضایت مشتری چان و همکاران
۴۶	مدل اندرسون و لیندستاد
۴۷	مدل توکیلماز و ازکان

۴۸	مدل چیتی و همکاران
۴۹	شهرت
۵۱	نگرش اقتصادی
۵۲	تمایز بین شهرت و دیگر مفاهیم مشابه
۵۳	مشخصات مدیریت شهرت موفق
۵۶	مدلهای شهرت
۵۸	وفاداری
۶۱	وفاداری مشتری
۶۳	ابعاد وفاداری
۶۴	انواع وفاداری
۶۵	انواع وفاداری مشتریان
۶۶	مزایای وفاداری مشتری
۶۷	توسعه وفاداری مشتریان
۶۸	ملاحظات اساسی برای وفاداری مشتریان در آینده
۶۹	وفاداری و بازار خدمات
۷۰	اقدامات مدیریت برای بهبود وفاداری مشتریان
۷۰	رویکرد سنجش وفاداری
۷۱	رضایت و وفاداری
۷۵	جنبه های مختلف رابطه رضایت و وفاداری
۷۶	منابع