

بازاریابی ارتباطی و وفاداری مشتری

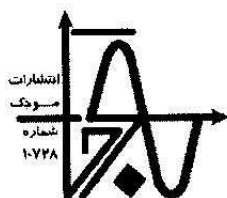
تالیف :

سعید امیری راد

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

دکتر مجید رستمی بنیمنی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق



انتشارات موجک



سرشناسه: امیری راد، سعید، ۱۳۵۸ -

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی ارتباطی و وفاداری مشتری / تألیف سعید امیری راد، مجید رستمی.

ویراستار: کارن رستمی

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۳۸ ص.: مصور، جدول، نمودار.

شابک: ۸-۳۵-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸، ۵۶۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۳۵-۱۳۸.

موضوع: بازاریابی ارتباطی

موضوع: Relationship marketing

موضوع: مشتری شناسی -- مدیریت

موضوع: Customer relations -- Management

موضوع: مصرف کنندگان -- رضایت

موضوع: Consumer satisfaction

شناسه افزوده: رستمی بشمنی، مجید، ۱۳۵۸ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ب ۲ الف ۸ / ۵۵ / HF ۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۹۶۲۶۷

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲-۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: بازاریابی ارتباطی و وفاداری مشتری

تألیف: سعید امیری راد، دکتر مجید رستمی

ویراستار: کارن رستمی

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۳۸ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: پاییز ۱۴۰۰، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۵۶۰۰۰۰ ریال، شابک: ۸-۳۵-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

سخن مولف	۱
بخش اول: مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتری	۵
فصل اول: کلیات	۷
۱-۱ مقدمه	۷
۲-۱ تشریح موضوع کتاب	۷
۳-۱ اهمیت موضوع	۸
۴-۱ پیشینه	۹
۵-۱ اهداف	۱۰
۶-۱ مدل مفهومی	۱۱
۷-۱ تعریف واژه‌های کلیدی	۱۱
۸-۱ اعتماد	۱۴
۹-۱ تعهد	۱۵
۱۰-۱ ارتباطات	۱۶
۱۱-۱ مدیریت تعارض	۱۷
۱۲-۱ شایستگی	۱۸
فصل دوم: بازاریابی ارتباطی	۲۱

۷-۸ تعیین روایی پرسشنامه ۷۴

۷-۹ تعیین پایایی پرسشنامه ۷۵

فصل هشتم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ۷۷

۸-۱ بررسی مشخصات جمعیت شناختی پرسنل و مدیران ۷۷

۸-۲ بررسی مشخصات جمعیت شناختی مشتریان ۷۸

۸-۳ بررسی وضعیت متغیرهای اصلی از نظر پرسنل و مدیران ۸۱

۸-۳-۱ بررسی وضعیت تعهد در شرکت‌های مهندس مشاور ۸۱

۸-۳-۲ بررسی وضعیت مدیریت تعارض در شرکت‌های مهندس مشاور ۸۴

۸-۳-۳ بررسی وضعیت شایستگی در شرکت‌های مهندس مشاور ۸۶

۸-۳-۴ بررسی وضعیت اعتماد در شرکت‌های مهندس مشاور ۸۹

۸-۳-۵ بررسی وضعیت ارتباطات در شرکت‌های مهندس مشاور ۹۲

۸-۳-۶ بررسی وضعیت وفاداری در شرکت‌های مهندس مشاور ۹۵

۸-۴ بررسی وضعیت متغیرهای اصلی از نظر مشتریان ۹۷

۸-۴-۱ بررسی وضعیت اعتماد در شرکت‌های مهندس مشاور ۹۷

۸-۴-۲ بررسی وضعیت تعهد در شرکت‌های مهندس مشاور ۱۰۱

۸-۴-۳ بررسی وضعیت ارتباطات در شرکت‌های مهندس مشاور ۱۰۵

۸-۴-۴ بررسی وضعیت مدیریت تعارض در شرکت‌های مهندس مشاور ۱۰۸

۸-۴-۵ بررسی وضعیت شایستگی در شرکت‌های مهندس مشاور ۱۱۲

۸-۴-۶ بررسی وضعیت وفاداری در شرکت‌های مهندس مشاور ۱۱۶

۸-۵ تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از نظر پرسنل و مدیران ۱۱۸

۸-۶ تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از نظر مشتریان ۱۲۴

فصل نهم: جمع‌بندی ۱۳۱

۹-۱ نتیجه‌گیری ۱۳۱

۲-۹ پیشنهادها ۱۳۳

منابع ۱۳۵

منابع فارسی ۱۳۵

منابع انگلیسی ۱۳۶

www.ketab.ir