

مدیریت ارتباط با مشتری

با رویکرد رضایتمندی مشتری

نویسنده:

محمد رضا همای

ویراستار:

سید فخرالدین طاهرزاده موسویان



سرشناسه	همائی، محمدرضا، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد رضایتمندی مشتری / نویسنده محمدرضا همائی؛ ویراستار سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان.
مشخصات نشر	تهران: عطران، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	۱۵۹ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۳۱۸-۰۱۰-۱
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۴۸ - ۱۵۵.
موضوع	مشتری شناسی — مدیریت Customer relations -- Management مصرف کنندگان — رفتار Consumer behavior مصرف کنندگان — رضایت Consumer satisfaction
شناسه افزوده	طاهرزاده موسویان، سید فخرالدین، ۱۳۶۶ - ویراستار
رده بندی کنگره	۵/HF۵۴۱۵:
رده بندی دیویی	۸۱۳۶۵۸:
شماره کتابشناسی ملی	۸۱۳۸۲۲:



نام کتاب :	مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد رضایتمندی مشتری
نویسنده :	محمدرضا همائی
ویراستار:	سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان
نوبت چاپ :	اول
تیراژ:	۱۰۰۰ جلد
قیمت روی جلد :	۷۸۰,۰۰۰ ریال
سال چاپ:	۱۴۰۱
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۳۱۸-۰۱۰-۱
لیتوگرافی:	پرهام نور
چاپ :	عطران
ناشر :	عطران

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر مطابق قانون مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸ متعلق به نشر عطران می باشد و هرگونه کپی برداری و استفاده از مطالب بدون اجازه کتبی پیگرد قانونی دارد.

پیشگفتار ناشر

با هدف تأمین نیازهای آموزشی قشر متخصص، گروه عطران با بیش از یک دهه سابقه برگزاری نشست‌های علمی و دوره‌های تخصصی بین‌المللی، اقدام به دریافت مجوز انتشارات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بسط آثار علمی و ادبی نویسندگان و اهالی قلم نمود و در ادامه راه، متد تأمین مالی نویسندگان خوش قلم و با استعداد را در دستور کار قرار داده است. بدین صورت که قسمتی از هزینه چاپ کتاب‌های ارسالی پس از داوری، توسط گروه عطران تأمین می‌گردد.

پذیرای نظرات و پیشنهادات متخصصین و صاحب نظران در راستای بهبود و ارتقا سطح علمی و کیفی آثار منتشر شده انتشارات عطران هستیم. همایان ذکر هست که قسمتی از درآمد حاصل از فروش این اثر صرف آموزش فرهنگ محیط زیست خواهد گردید.

۰۲۱-۶۶۱۹۱۰۰۰

دفتر مرکزی نشر عطران

۰۹۱۰۸۱۷۲۸۹۶

تلگرام پشتیبانی آنلاین

www.atrangroup.ir	گروه عطران
www.mdatran.com	شرکت مهندسی ماه دانش عطران (دوره‌های تخصصی و ارائه‌دهنده خدمات مشاوره آموزشی)
www.atranbook.ir	انتشارات عطران
www.zistbanab.ir	ماهنامه اختصاصی زیست‌بان آب
www.envco.ir	همایش و نمایشگاه ملی محیط زیست و بحران‌های پیش رو

دکتر عباس علاف‌صالحی

انتشارات عطران

اردیبهشت ۱۴۰۱

فهرست

۱	مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد رضایتمندی مشتری
۶	مدیریت ارتباط با مشتری
۱۰	مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲	سیر تکاملی مدیریت ارتباط با مشتری
۲۰	عملکرد و ارزیابی مدیریت ارتباط با مشتری
۲۴	فاکتورهای مؤثر بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری
۲۸	ارکان مدیریت ارتباط با مشتری
۳۲	رویکردهای مختلف در ارتباط با CRM
۴۱	مزایای اجرای فرایند مدیریت ارتباط با مشتری
۴۴	فرآیند اجرای مدیریت ارتباط با مشتری
۴۶	مبانی و اصول مدیریت ارتباط با مشتری
۴۸	نتایج اجرای مدیریت ارتباط با مشتری
۴۹	مزایای بکارگیری سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری
۵۱	فرآیندهای پشتیبانی مدیریت ارتباط با مشتری
۵۳	تکنولوژی‌های درگیر در مدیریت ارتباط با مشتری
۵۵	سرمایه گذاری مدیریت ارتباط با مشتری

۵۶	مدل سازی مدیریت ارتباط با مشتری در عصر حضور شبکه های اجتماعی
۶۰	فصل دوم: مشتری گرایی و مشتری محوری
۶۰	مشتری گرایی
۶۴	مشتری محوری
۶۹	رضایت مشتری
۷۳	شناخت و درک صحیح مشتری
۷۹	اهمیت مشتری
۸۳	سطوح مختلف رضایت
۸۶	پیامدهای عدم رضایت مشتری
۹۰	بازار مصرف کننده (مشتری)
۹۱	مدل رفتار مشتری (خریدار)
۹۴	مشتری درون سازمانی و مشتری برون سازمانی
۱۰۰	اهمیت و ضرورت رضایت مشتری
۱۰۲	مهمترین اثرات رضایت مشتری بر فرایندهای سازمان:
۱۰۹	فرایند (چرخه) جلب رضایت مشتری
۱۱۹	روش های اندازه گیری رضایت مشتریان
۱۲۰	شباهت میان مشتری مداری و مشتری محوری