

تجربه مشتری و تاثیر رضایت مشتری بر سودآوری سازمان

تألیف ترجمه: فاطمه معیدی

۱۳۹۶

مؤسسه آموزشی تالیفی ارشدان

سر: خاصه	:	سعیدی، فاطمه، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	:	تجربه مشتری و تاثیر رضایت مشتری بر سودآوری سازمان [تألیف و ترجمه] فاطمه سعیدی.
مشخصات نشر	:	تهران: موسسه آموزشی تألیفی ار' دان، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۹۳ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۶۷-۸۷-۹
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	مصرف کنندگان -- رضایت
موضوع	:	خدمات مشتری
موضوع	:	مشتری شناسی -- مدیریت
رده بندی کنگره	:	HF۵۴۱۵/۳۳۵/ص ۷ ت ۳ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۳۴
شماره کتابخانه ملی	:	۴۸۲۷۲۰۶



مؤسسه آموزشی تألیفی ارشدان

تجربه مشتری و تاکید رضایت مشتری بر سودآوری سازمان

فاطمه سعیدی

آموزشی تألیفی ارشدان

اول

اول ۱۳۹۶

www.irantypist.com

www.irantypist.com

۹۷۸-۶۰۰-۸۷۶۷-۸۷-۹

۱۰۰۰

www.arshadan.com

www.arshadan.net

۰۲۱۴۷۶۲۵۵

۱۵۰۰۰ تومان

■ نام کتاب:

■ تألیف ترجمه:

■ ناشر:

■ ویرایش:

■ نوبت چاپ:

■ حروفچینی و صفحه آرایی:

■ طراحی و گرافیک:

■ شابک:

■ شمارگان:

■ مرکز خرید آنلاین:

■ مرکز پخش و توزیع:

■ قیمت:

۹.....	فصل اول: چرا مشتری تجربه می کند و اکنون علت چیست؟
۹.....	مقدمه
۱۱.....	چرا تجربه مشتری و چرا اکنون؟
۱۳.....	دیجیتال شدن و ایجاد رقابت از صنایع غیر مرتبط قبلی
۱۳.....	دیجیتالی شدن در حال افزایش قدرت خرید مشتری است
۱۴.....	ارتباط دادن تجربه مشتری به عملکرد مالی
۱۵.....	تجربه مشتری باعث پیش راندن آمدهای بالا می شود
۱۷.....	تجربه مشتری نیز خط پایانی را حرکت می کند
۲۰.....	تجربه مشتری باید تجربه برند و به یادماندنی باشد
۲۰.....	روان شناسی تجارب به یادماندنی
۲۳.....	درک مرسوم از تجربه مشتری دارای نقص است
۲۸.....	گروه مشاوره همکاری مدرشد یافته یا بلوغ CXM
۳۷.....	چالش های اصلی بنیادین در حرکت به سطوح بالا رشد
۴۱.....	فرایند CXM گروه همکاری مشاوره برای رشد سازمان CX
۴۲.....	شروع به کار با انتقال به سوی طرز تفکر سفر CX
۴۸.....	تفکر نهایی: رو به جلو ماندن در منحنی
۴۹.....	مشاوره همکاری
۴۹.....	استراتژی
۴۹.....	برنامه ریزی
۵۰.....	اجرا

فصل دوم: بررسی جذب و حفظ رضایت مشتریان بر سودآوری ۵۱

مقدمه ۵۱

مشتری کیست؟ ۵۴

مشتریان ناراضی ۵۶

مشتریان خاموش ۵۶

دلیل مشتری ۵۶

تأثیر کیفیت محصول بر رضایت مشتری ۶۰

تأثیر قیمت محصول بر رضایت مشتری ۶۰

تأثیر خدمات پس از فروش بر رضایت مشتری ۶۱

عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان اپراتورهای موبایل ۶۱

ارتباط بین رضایت و حفظ مشتری ۶۲

نمودار سودآوری و رضایت در شرکت اتومبیل سازی مطرح دنیا ۶۳

مقایسه رضایت مشتریان آفکتو، ایرلس، در بین شرکت‌های سازنده موبایل ۶۴

سهم سودآوری موبایل‌ها در بازارهای جهانی در سال‌های اخیر ۶۵

موفقیت شرکت دی جی کالا در جذب مشتری و سودآوری ۶۶

درس مهم: استمرار، پشتکار و تلاش روزانه برای بهتر شدن ۶۶

برهم زدن بازارها ۶۷

دلایل از دست رفتن مشتریان و کاهش سودآوری شرکت جنرال موتورز ۶۸

نتیجه‌گیری ۶۹

فصل سوم: رابطه نا متقارن میان رضایت و عدم رضایت مشتریان

وفاداری و عملکرد مالی در شرکت‌های B2B ۷۱

روش‌شناسی ۷۶

درآمد: درآمد سه ماهه برای هر کدام از بخش‌ها ۷۶

۷۸.....	شرکت های خدماتی ثبت شده
۸۰.....	خدمات عمده
۸۱.....	شرکت خدمات مشتریان
۸۲.....	تحلیل تجارت صلیبی
۸۷.....	نتیجه گیری
۸۹.....	منابع و مآخذ

www.ketab.ir