

图书基本信息

书名：<<住宅商品房开发中的CS研究与实践>>

13位ISBN编号：9787112052844

10位ISBN编号：711205284X

出版时间：2002-10

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：龙建新，陈强著

页数：183

字数：161

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书介绍了CS（顾客满意）理论的主要内容，并详细阐述了CS战略在住宅商品房开发中的具体应用，主要包括CS策划、调查、评价与改进；顾客抱怨管理；建立顾客满意指数系统；运用CSI调研与评价方法等。

本书是国内第一部将CS研究运用到住宅商品房开发领域的理论著作，在评价房地产开发项目方案优劣和帮助房地产开发企业及时对开发方案进行修正方面有其独特的优点。

本书理念新颖，图文并茂，可供房地产开发企业、房地产咨询策划机械以及建筑设计单位相关人员参阅。

作者简介

尤建新，男，江苏苏州人。

管理学博士，教授，博士生导师，同济大学经济与管理学院院长，享受国务院颁发的政府特殊津贴。

兼任中国质量管理协会理事及学术与教育工作委员会副主任、全国用户委员会委员等职。

长期从事质量管理学科领域的教学和科研工作，著有14部著作、教材，发

书籍目录

第一章 绪论 第一节 问题的提出 第二节 本书研究的内容 第三节 本书研究的目的和意义 第四节 本书研究的局限性 第五节 本书研究工作的程序

第二章 CS—现代企业经营管理的追求 第一节 CS是企业效益的源泉 第二节 CS是企业发展壮大的助推器 第三节 将CS战略引入现代企业经营中必须坚持的原则 第四节 企业实施CS战略的基础工作

第三章 CS理论的发展及评述 第一节 CS理论的缘起 第二节 CS的基本概念与层次 第三节 CS的理论背景与特性 第四节 CSI的变量模型 第五节 CS的理论研究方法 第六节 国内外有关CS的研究与应用概况 第七节 有关CS的几对概念

第四章 住宅商品房开发中实施CS战略的研究 第一节 住宅商品房开发中引入CSI战略的必要性和可行性 第二节 住宅商品房开发中实施CS战略的原则 第三节 住宅商品房开发中导入CS战略的契入点和推进方式 第四节 住宅商品房开发中的CS战略定位和实施前景

第五章 住宅商品房开发全程的CS策划 第一节 住宅商品房开发中的CS策划的主要内容 第二节 住宅商品开发CS策划的步骤 第三节 顾客需求结构的调查与分析 第四节 住宅商品房CSI指标评价体系的建立

第六章 住宅商品房开发中的CS调查 第一节 CSR的基本概念和主要任务 第二节 进行CSR的一般步骤 第三节 CSR研究报告的内容以及顾客主观感受调查 第四节 CSR的方案设计 第五节 CSR的过程设计和工作方法 第六节 调查问卷的设计

第七章 住宅商品房开发中的CS评价与改进 第一节 CS评价的原理 第二节 CS评价方法的使用说明 第三节 CS评价的组织方式与操作流程 第四节 CS评价体系的条件层与标准层 第五节 CS评价研究的实施流程 第六节 顾客评价信息的处理 第七节 CSR信息的分析工具 第八节 住宅商品房开发方案的改进

第八章 住宅商品房开发中的顾客抱怨管理 第一节 实施顾客抱怨管理的目的和作用以及基本思路 第二节 房地产开发企业顾客抱怨管理体系的建立 第三节 顾客抱怨信息的统计分析方法

第九章 住宅商品房开发行业的顾客满意度指数 第一节 建立住宅商品房开发行业CSI指数的必要性 第二节 住宅商品房开发行业的CSI指数设计 第三节 CSI指数的调查对象与分析评价 第四节 CSI评价监测模型与CSI指数的维护

第十章 住宅商品房顾客满意度评价应用操作程序 第一节 住宅商品房顾客满意度指标体构造 第二节 特定区域住宅商品房顾客满意度指标评价体系权重设计 第十一章 追求CS的实践探索—关于上海新江湾城A-8地块住宅主体设计方案的CSI调查研究后记参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>