

<<基于让渡价值的顾客满意度比较模型>>

图书基本信息

书名：<<基于让渡价值的顾客满意度比较模型构建与评价>>

13位ISBN编号：9787500495154

10位ISBN编号：7500495153

出版时间：2011-4

出版时间：中国社会科学出版社

作者：卜庆娟

页数：205

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>

<<基于让渡价值的顾客满意度比较模型>>

内容概要

《基于让渡价值的顾客满意度比较模型的构建与评价》是卜庆娟在前期研究成果的基础上，经过再次深入研究，反复修改、完善后，公开发表的个人学术专著。

本书从顾客让渡价值理论的角度对顾客满意度进行研究，建立一种分析顾客总价值满意度和顾客总成本满意度的理论模型。

结合家电行业探讨出不同个人背景的消费者对顾客让渡价值中各个要素的重视程度。

最后，从顾客让渡价值理论的角度对家电行业消费者的顾客满意度进行研究。

书籍目录

第一章绪论

第一节研究背景

一行业背景

二理论背景

第二节研究意义

一理论意义

二现实意义

第三节研究目的和对象

一研究目的

二研究对象

第四节研究思路和方法

一研究思路

二研究方法

第五节研究框架与结构

一研究框架

二研究结构

第二章顾客满意(度)理论及综述

第一节顾客理论及综述

一狭义界定：最终消费者(用户)

二广义界定：交换对象

三最广义界定：相关利益者

第二节顾客满意(度)理论及综述

一顾客满意(度)定义

二顾客满意(度)特征

三顾客满意(度)功能

四顾客满意(度)其他相关理论

五顾客满意度的衡量

第三节顾客满意度测评指标体系的相关研究

第三章顾客让渡价值的相关理论

第一节顾客价值理论

一顾客价值的内涵

二关于提升企业顾客价值的方法

第二节顾客让渡价值理论

一顾客让渡价值的内涵及构成

二顾客让渡价值理论对企业的影响

第三节顾客让渡价值与顾客满意度的等价性分析

第四节顾客让渡价值差理论

第四章研究假设的提出与模型的构建

第一节研究假设

一顾客让渡价值中各因子的重要性

二家电产品各因素的满意度

三顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度的关系

第二节基于顾客让渡价值的顾客满意度比较模型

一因素权重的确定

二顾客满意度评价等级的确定

<<基于让渡价值的顾客满意度比较模型>>

三顾客让渡价值各因素的权重及其满意度计算模型

四基于顾客让渡价值的顾客满意度的比较模型

第五章研究方案的设计与数据的获取

第一节研究架构

第二节调查问卷的设计

第三节数据获取

一 样本选择

二 调查的实施情况

三 样本描述

第四节数据的统计分析方法

第六章数据的分析与讨论

第一节各题项指标的频数分析

第二节因子分析和信度分析

一 因子分析

二 信度分析

第三节各项因子重要性、满意度叙述性统计分析与讨论

一 各项指标因素重要性、满意度分析与讨论

二 各种类型顾客让渡价值因子的重要性、满意度分析与讨论

第四节个人背景变量对顾客让渡价值各因子重要性的差异分析与讨论

一 性别对各类型顾客让渡价值因子重要性影响的分析与讨论

二 年龄对各类型顾客让渡价值因子的重要性影响

三 学历对各类型顾客让渡价值因子重要性的影响

四 家庭状况对各类型顾客让渡价值因子重要性的影响

五 所在地区对各类型顾客让渡价值因子重要性认知的影响

六 家庭月平均收入对各类型顾客让渡价值因子重要性认知的影响

七 职业对各类、型顾客让渡价值因子重要性认知的影响

第五节个人背景变量对顾客让渡价值各因子满意度的分析与讨论

一 性别对各类型顾客让渡价值因子满意度影响的分析与讨论

二 年龄对各类型顾客让渡价值因子满意情况的影响

三 学历对各类型顾客让渡价值因子满意度的影响

四 家庭状况对各类型顾客让渡价值因子满意度的影响

五 家庭月平均收入对各类型顾客让渡价值因子满意度的影响

六 所在地区对各类型顾客让渡价值因子满意度的影响

七 不同职业对各类型顾客让渡价值因子满意度的影响

第六节不同背景消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析与讨论

一 不同性别消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

二 不同年龄消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

三 不同学历消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

四 不同家庭状况消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

五 不同家庭月收入水平消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

六 不同地区消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

<<基于让渡价值的顾客满意度比较模型>>

析

七不同职业消费者的顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度三者关系的分析

第七节顾客让渡价值各因子满意度与总体满意度的相关和回归分析

一相关分析

二回归分析

第八节假设检定

一让渡价值各因素的重要性

二家电产品各因素的满意度

三顾客让渡价值总体满意度与顾客总价值满意度、顾客总成本满意度关系

第七章结论与建议

第一节研究的结论

第二节研究建议

附录调查问卷

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>