第一图书网, tushu007.com

<<顾客满意测评理论与应用>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意测评理论与应用>>

13位ISBN编号：9787502630126

10位ISBN编号：7502630120

出版时间：2009-6

出版时间：中国计量出版社

作者：汤万金

页数：185

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

本书系统地介绍了顾客满意以及顾客满意测评的相关基础理论、顾客满意指数测评方法、模型和指标体系以及测评技术和工具，结合我国的实际，重点论述了我国顾客满意理论框架、顾客满意指数测评方法、模型和指标体系以及相配套的工具软件，并且选择了典型的应用案例进行实证分析研究。
本书理论与实践紧密结合，注重实际应用。
目的是让读者能够全面地了解顾客满意研究的最新成果，更好地理解顾客满意测评的理论和方法，更快地掌握顾客满意指数测评的实际操作。
　本书的读者对象主要是开展顾客满意相关研究的人员以及顾客满意度测评的实践人员，也可作为相关管理人员、技术人员的参考书。

<<顾客满意测评理论与应用>>

书籍目录

上篇 顾客满意测评理论与方法 第1章 顾客满意研究现状 1.1 国外研究现状 1.2 国内研究现状 第2章 顾客满意测评理论 2.1 顾客满意的概念与辨析 2.2 顾客满意测评研究的理论基础 2.3 顾客满意测评研究的理论框架 第3章 顾客满意指数测评方法 3.1 结构方程模型 3.2 偏最小二乘法 3.3 卡诺模型 3.4 层次分析法 3.5 质量功能展开分析法 3.6 方法比较 第4章 顾客满意指数测评模型 4.1 国外顾客满意指数测评模型 4.2 国内顾客满意指数测评模型 第5章 国家顾客满意指数测评体系 5.1 测评体系设计原则 5.2 测评体系结构 5.3 国家顾客满意指数模型 5.4 测评指标体系 5.5 测评流程 第6章 顾客满意测评技术与工具 6.1 LISREL和PLS两种测评技术的比较分析 6.2 顾客满意测评工具 6.3 基于PLS的顾客满意指数测评软件(PLS Analysis Center)下篇 顾客满意测评案例分析 第1章 国家顾客满意指数测评及分析 1.1 国家顾客满意指数体系概述 1.2 国家顾客满意指数测评结果及分析 1.3 耐用消费品业顾客满意指数测评结果及分析 1.4 非耐用消费品业顾客满意指数测评结果及分析 1.5 流通业顾客满意指数测评结果及分析 1.6 生活服务业顾客满意指数测评结果及分析 1.7 文化卫生业顾客满意指数测评结果及分析 1.8 公共服务业顾客满意指数测评结果及分析 第2章 典型耐用消费品业顾客满意指数测评及分析 2.1 电视机行业顾客满意指数测评概述 2.2 电视机行业主要品牌顾客满意指数测评结果及分析 2.3 电视机行业顾客满意指数测评结果分析 第3章 典型非耐用消费品业顾客满意指数测评及分析 3.1 洗发水行业顾客满意指数测评概述 3.2 洗发水行业主要品牌顾客满意指数测评结果及分析 3.3 洗发水行业顾客满意指数测评结果分析附录 附录1 GB/T 19065—2009《顾客满意测评通则》(报批稿) 附录2 GB/T 19064—2009《顾客满意测评模型和方法指南》(报批稿)参考文献

章节摘录

上篇 顾客满意测评理论与方法第1章 顾客满意研究现状1.1 国外研究现状顾客满意的早期研究始于20世纪30年代，Hoppe（1930年）和Lewin（1936年）在社会和实验心理学领域开始对满意理论进行探索，他们认为满意与自尊、信任和忠诚有关。
然而，对顾客满意的深入研究却是随着营销观念的转变而发展的。
20世纪50年代，“产品导向”的营销理念开始逐渐被“顾客导向”所取代。
企业发现他们自认为性能最好的产品并不一定最好地满足顾客的需求；另一方面，当时发达国家的经济增长开始渐趋缓慢，仅靠不断增加新顾客来维持企业的生存与发展已经远远不够，留住老顾客并满足其需求成为企业生存和发展的关键。
基于这两方面原因，“顾客导向”开始成为企业经营的基本思路，顾客满意也在某种程度上成为企业经营的指导思想之一。
但是在这一阶段，顾客满意只是一种经营思想，还没有作为科学的概念提出，也没有形成完整的理论体系。
20世纪70年代初期，在营销领域开始了顾客满意研究，重点是顾客对产品或服务的哪些方面满意或不满意，以及企业如何改进现有工作，尚没有对顾客为什么满意或不满意以及满意或不满意是如何产生的这一系列问题展丹研究。

第一图书网, tushu007.com

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