

图书基本信息

书名：<<中国房地产顾客满意度指数系统理论与实践>>

13位ISBN编号：9787802073128

10位ISBN编号：780207312X

出版时间：2005-6

出版时间：经济管理出版社

作者：中国指数研究院

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

经过近20年的发展，中国房地产市场逐步由卖方市场转向买方市场，越来越多的企业认识到，顾客满意度是影响企业经营绩效的重要因素之一。

因此，让顾客满意已经成为目前房地产企业经营的基本准则，甚至是企业行为的最高目标。

作为推动顾客满意度管理的基础，量化顾客满意度成为房地产企业的迫切需求。

通过对房地产满意度进行客观、科学的量化，并向全社会发布房地产满意度指数，具有以下重要意义：第一，可以深度分析顾客对企业（项目）的期望和要求，为房地产企业建立以顾客为中心的产品策略和营销策略提供决策建议；第二，可以帮助房地产企业识别影响满意度的因素及各因素的作用强度，改进产品质量和服务，提升消费者对企业（项目）的忠诚度，从而提高企业（项目）市场份额，改善企业经营绩效；第三，通过建立房地产满意度指数系统，进行房地产满意度发展预测，可以增强房地产企业抗风险能力，为企业可持续发展提供战略保障。

尽管顾客满意度在提高房地产企业经营绩效等方面的重要意义逐步得到认同，一些企业在经营和管理中也开始导入顾客满意度战略，但是中国在房地产顾客满意度的量化和房地产顾客满意度指数方面的理论研究相对滞后，同时专业的房地产顾客满意度指数理论几乎是一片空白。

在此背景下，中国指数研究院和中国房地产指数系统专门成立课题组，在完善反映市场供给的中国房地产价格指数系统的同时，着手建立反映市场需求的中国房地产顾客满意度指数系统，于2004年10月启动房地产顾客满意度指数研究。

经过课题组研究团队的不懈努力，终于完成了中国第一部房地产业顾客满意度指数理论专著——《中国房地产顾客满意度指数系统理论与实践》。

中国房地产指数系统是一套以价格指数形式反映全国各主要城市房地产市场运行状况和发展趋势的指标体系和分析方法。

它最早由中国房地产业协会、国务院发展研究中心和中房集团于1994年发起，并于1995年通过国务院发展研究中心主持的鉴定，目前覆盖北京、上海、天津、广州、深圳、重庆、武汉等17个主要城市，是分析我国房地产市场的权威依据，被称为中国房地产市场的“晴雨表”和引导投资置业的“风向标”。

作为目前中国房地产指数系统的运营和管理单位——中国指数研究院，于2004年8月整合了中国房地产指数系统、搜房研究院、中国别墅指数系统、中国房地产TOP10研究组等研究资源，由国内外几十位专家和多家学术机构共建，目前主要致力于对中国和世界房地产全方位研究和服务的专业机构。

本书首先从鉴定顾客满意度和顾客满意度指数的涵义入手，深度剖析了顾客满意度对企业经营绩效的影响以及测量顾客满意度对房地产企业的重要意义；然后，在阐述顾客满意度理论产生背景及发展历程的基础上，以瑞典、美国、欧盟等顾客满意度指数模型为重点，对国外顾客满意度和顾客满意度指数理论进行了介绍；依托对中国房地产业研究的扎实功底，本书在技术层面对中国房地产顾客满意度指数研究理论与方法进行了深入阐述。

在此基础上，本书从中国房地产满意度调查的实施、中国房地产满意度指数系统的构建和中国房地产满意度指数系统的运作三个方面重点阐述了中国房地产满意度指数系统的实施；最后，本书探讨了提升顾客满意度的房地产企业经营策略，提出了几种以顾客满意为中心的企业经营策略，力求为房地产企业推行顾客满意度战略提供科学的策略指导。

作为中国房地产顾客满意度指数系统研究的一部分，本书以较专业的水准填补了中国房地产顾客满意度指数理论和实践方面的空白，为科学客观量化房地产满意度指数提供理论基础，希望为从事房地产满意度指数测评的理论研究者和从事满意度指数测评的实践者提供参考。

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>