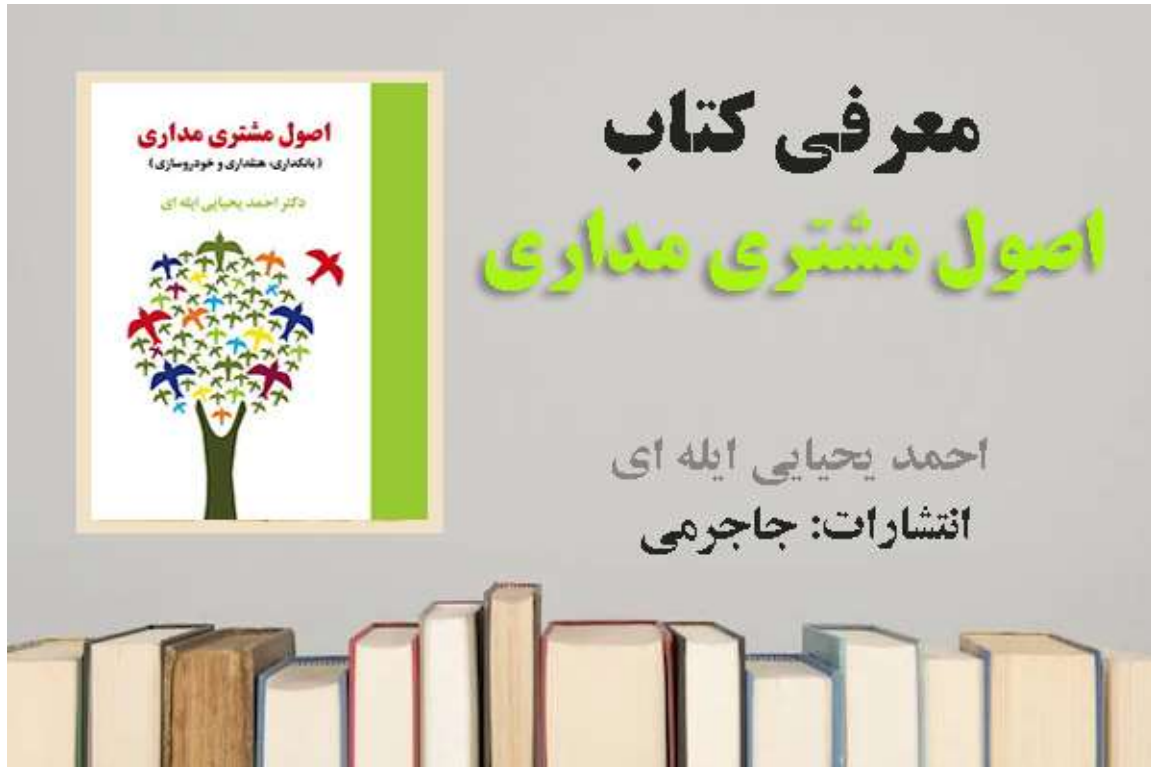


کتاب اصول مشتری مداری

نویسنده: احمد یحیایی ایله ای



در این کتاب مشتری مداری بعنوان جنبه ای از ارتباطات مورد تایید و تاکید قرار گرفته است که بخصوص سازمانهای اقتصادی بعنوان رویکرد اصلی و جدی خود در ارتباط با مشتریان آن را برگزیده اند. این کتاب از تئوریهها، اندیشه ها و ادبیات " ارتباطات و اقتصاد " تواما وام می گیرد و می کوشد نقش ارتباطات انسانی را در مراودات اجتماعی سازمان با مشتریان روشن سازد و با طرح اصول و قواعدی مهم و منطقی اهمیت مشتری و فلسفه " مشتری مداری " را تبیین کند. کتاب اصول مشتری مداری در فصول زیر طبقه بندی شده است:

فصل اول: ارتباطات و مشتری مداری: این فصل انواع ارتباطات انسانی (کلامی و غیر کلامی) و نقش آنها را در زندگی اجتماعی و سازمانی شرح می دهد.

فصل دوم: مشتری مداری: در این فصل خوانندگان با مفهوم مشتری، انواع مشتری و کارکنان و مدیران و سازمانهای مشتری مدار آشنا می شوند.

فصل سوم: اصول طلایی مشتری مداری: فصل اصول طلایی مشتری مداری در دو بخش: " قانون طلایی مشتری مداری " و " اصول طلایی مشتری مداری " تدوین شده است.

فصل چهارم: اصول نقره ای مشتری مداری: موضوع اصلی کتاب اصول نقره ای مشتری مداری است که در قالب ۶۰ اصل؛ اصول جذب، ارتباط، وفاداری و رضایتمندی مشتریان در فصل چهارم شرح داده شده است.

فصل پنجم: سازمانهای مشتری مدار: فصل پنجم با عنوان سازمانهای مشتری مدار به مشتری مداری در بانکها، هتلها و صنعت خودروسازی توجه کرده است.

..... فهرست کتاب اصول مشتری مداری

پیشگفتار

فصل اول: ارتباطات و مشتری مداری

۱. ارتباطات و مشتری مداری
۲. منظور از ارتباطات چیست؟
۳. انواع ارتباطات انسانی
- الف- ارتباط کلامی
- مهارتهای چهارگانه ارتباط کلامی
- آداب ارتباطات کلامی
- ب- ارتباط غیر کلامی
- عمده ترین فعالیت های فیزیکی غیر کلامی
- فاصله های ارتباطی

فصل دوم: مفاهیم مشتری مداری

۱. تاریخچه گرایش به مشتری
۲. مفهوم مشتری
- الف: تعاریف ساده
- ب: تعاریف پیچیده
۳. انواع نگرش به مشتری

الف: مشتری گرایی

ب: مشتری مداری

ج: مشتری محوری

۴. انواع مشتری

الف- انواع مشتری براساس میزان رضایتمندی آنان

ب- انواع مشتری بر اساس رفتارهای آنان

ج- انواع مشتری براساس زمان خرید (قدیم و جدید).

د- انواع مشتری بر اساس اهمیت

ه- انواع مشتری بر اساس گستردگی خرید (حجم خرید)

و- انواع مشتری بر اساس چرخه اقتصادی

ز- انواع مشتری بر اساس ارتباطات سازمانی

۵. مشتریان چه می خواهند؟

۶. کارکنان، مدیران و سازمانهای مشتری مدار

فصل سوم: اصول طلایی مشتری مداری

۱. قانون طلایی مشتری مداری

۲. اصول طلایی مشتری مداری

فصل چهارم: اصول نقره ای مشتری مداری

۱. اصول جذب مشتریان

۲. اصول ارتباط با مشتریان

۳. اصول حفظ مشتریان

۴. اصول رضایتمندی مشتریان

فصل پنجم: سازمانهای مشتری مدار

۱. مشتری مداری و هتلداری

۲. مشتری مداری و بانکداری

۳. مشتری مداری و خودروسازی

فصل ششم: منابع

۱. منابع فارسی

الف: کتب

ب: مجلات

۲. منابع انگلیسی



آدرس: تهران، خ انقلاب، خ ابوریحان، خ وحید نظری، پلاک ۳۰ طبقه همکف

تلفن: ۶۶۹۷۳۸۲۱ - ۶۶۹۷۳۸۲۰ - ۶۶۹۷۴۵۰۲ تلفکس: ۶۶۴۶۶۷۷۸

مرکز پخش: ۰۹۱۲۳۳۴۷۰۳۶

انتشارات جاجرمی _ آقای صفار ۰۹۱۲۳۳۴۷۰۴۶

www.iranpr.com