

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

13位ISBN编号：9787564121662

10位ISBN编号：7564121661

出版时间：2010-4

出版时间：东南大学出版社

作者：霍映宝

页数：158

字数：200000

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>

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

前言

顾客满意度是市场经济竞争的产物，是人们经济生活福利的体现，是企业极具价值的无形资产，它已成为衡量全面产品或服务质量的水准。

而集成的顾客满意度指数已成为新经济时代的一种经济运行质量的度量。

1989年，瑞典首开国家顾客满意度指数项目之先河，从国家层面监视顾客满意，以弥补诸如生产率、消费者价格指数、国内生产总值等经济数量指标的缺陷与不足。

而可持续的经济增长依赖于生产力和经济产出的质量，人民幸福、环境友好、公众满意和社会和谐才是衡量生产力增长和社会发展的真正标准。

市场对资源的有效配置，均衡顾客满意将是企业长远的经营目标，那是因为顾客满意有助顾客忠诚，而顾客忠诚能为企业带来收益。

目前，越来越多的企业开始积极监视顾客满意，各种顾客满意度测评机构如雨后春笋涌现出来，顾客满意度的科学测评已成为近二十多年来的研究热点。

笔者于1989年踏入质量研究领域，2000年涉足顾客满意度测评研究，期间参与了多达200家以上企业的顾客满意度测评工作和两个年度的江苏省八大服务行业的公众满意度调查，在积累经验的同时，也发现了不少问题。

诸如，多数企业对顾客满意度测评的科学性认识不足，认为满意度测评无非是弄几个指标，找几个客户填一下问卷，计算一个满意率而已，或对几个指标加权即可，至于结果如何应用更是很少涉及。

当然，也有一些像江苏省电力公司和江苏移动公司等企业非常注重满意度的科学测评和结果应用，初步形成了一种测评 - 改进 - 再测评 - 再改进的良性循环格局，客户满意度维持高位运行。

为进一步总结经验，深化顾客满意度测评理论和指导实际测评工作，特撰写此书。

本书将顾客满意度指数模型的构建和模型参数的系统估计以及在服务领域中的应用研究作为主要研究内容，全书共分六章：第一章阐述了顾客满意概念的产生和发展，回顾了有关顾客满意度模型的研究现状，并分析了测评顾客满意的意义；第二章分析了瑞典、美国、欧盟和我国顾客满意度指数模型的结构特点，提出了构建CSI模型的几点启示性建议。

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

内容概要

客满意度指数已成为新经济时代经济运行质量的一种度量。

本书从顾客满意度指数模型的构建和模型参数的系统估计以及在服务领域中的应用研究出发，提出了构建CSI模型的几点启示性建议，并指出了整合USREL和PLS方法对测评CSI的必要性；提出了基于GME原理测评CSI的两种方法；最后将顾客满意度指数模型原理应用到服务领域，并在供电服务行业、家居装修、城市公交、出租车、中小学教育、汽车销售与售后服务、保险行业、居住小区物业管理、旅游业等9大行业进行了实证研究。

本书可作为工商管理、市场营销等专业的研究生和高年级本科生的研究参考书，也可供管理咨询公司和企事业单位测评客户满意度之用。

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

作者简介

霍映宝，管理学博士，副教授，南京财经大学服务质量评价研究中心主任，江苏省质量奖审定委员会评审专家，江苏省名牌战略推进委员会评审专家，江苏省质协用户评价中心资深分析师，南京休哈特企业管理咨询首席咨询师。

研究领域为顾客满意管理、服务管理、质量管理和企

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

书籍目录

第一章 概论 1.1 顾客满意度测评背景 1.1.1 顾客满意是市场经济竞争的产物 1.1.2 顾客满意成为衡量质量好坏的标准 1.1.3 顾客满意成为质量管理追求的目标 1.1.4 顾客满意是构建和谐社会的必然要求 1.2 顾客满意度测评意义 1.3 顾客满意度国外相关研究 1.3.1 顾客满意的含义 1.3.2 顾客满意度模型回顾 1.3.3 现有顾客满意度计算方法 1.4 顾客满意度国内相关研究 1.5 本书研究思路与研究内容 1.5.1 本书的研究思路 1.5.2 本书的研究内容第二章 顾客满意度模型构建研究 2.1 经典顾客满意度指数模型分析 2.1.1 SCSB的分析 2.1.2 ACSI的分析 2.1.3 ECSI的分析 2.1.4 CCSI的分析 2.1.5 分析启示 2.2 构建顾客满意度指数模型 2.2.1 结构模型变量关系分析 2.2.2 测量变量的选择 2.2.3 模型变量关系的数学描述 2.2.4 关于模型的几点说明 2.3 本章结论与讨论第三章 顾客满意度模型的LISREL和PLS估计方法分析 3.1 模型的LISREL估计方法分析 3.1.1 引言 3.1.2 LISREL模型的参数估计 3.1.3 模型的检验 3.2 模型的PLS估计方法分析 3.2.1 引言 3.2.2 PLS路径模型参数估计 3.2.3 PLS回归理论简析 3.3 LISREL和PLS估计方法比较分析第四章 基于广义最大熵原理的顾客满意度模型综合估计方法研究 4.1 信息熵概念与最大熵原理 4.1.1 熵的定义与性质 4.1.2 ME原理分析 4.2 基于GME原理的CSI测量模型的参数估计 4.2.1 基本思路 4.2.2 基于GME原理的显变量权重确定方法 4.2.3 支持权重向量的确定 4.2.4 基于遗传算法(GA)的求解 4.2.5 小结 4.3 基于GME方法的CSI结构模型的路径参数估计 4.3.1 GME方法的参数估计 4.3.2 支持参数范围的选择 4.4 分析与讨论第五章 顾客满意度模型不同估计方法实证比较研究 5.1 测评项目概述 5.1.1 测评背景与测评目的 5.1.2 调查对象与抽样设计 5.1.3 样本构成特征 5.1.4 测量变量的描述性统计与量表的可靠性分析 5.1.5 测量变量的相关分析 5.2 不同参数估计方法的结果及分析 5.2.1 USREL的估计结果 5.2.2 PLS的估计结果 5.2.3 主成分和熵值法的估计结果 5.2.4 基于GME方法估计的结果 5.2.5 不同估计方法比较分析 5.3 CSI模型的GME结果讨论分析 5.3.1 模型效应分析 5.3.2 顾客差异性分析 5.4 实证分析结论第六章 客户满意度模型在服务行业中的应用研究 6.1 服务经济的兴起 6.1.1 全球服务业的发展 6.1.2 我国服务业的发展 6.2 服务与服务质量 6.2.1 服务概念的探究 6.2.2 服务的特性 6.2.3 服务的价值 6.2.4 服务管理的发展 6.2.5 服务质量及其测量 6.3 服务行业客户满意度模型 6.3.1 结构模型变量 6.3.2 测量变量的选择 6.4 供电服务行业客户满意度模型应用研究 6.4.1 供电服务基本特征及分类 6.4.2 供电服务满意度模型描述 6.4.3 数据收集与分析方法 6.4.4 数据分析 6.4.5 小结 6.5 八大服务行业公众满意度调查研究 6.5.1 调查模型与指标体系及数据获取 6.5.2 调查结果与问题发现 6.5.3 结果分析与讨论 6.5.4 结论与建议附录1 固定电话企业用户满意度电话调查问卷附录2 供电企业服务品质用户评价调查问卷附录3 八大服务行业服务质量公众满意度调查问卷参考文献

<<顾客满意度测评理论与应用研究>>

章节摘录

第五阶段——全面质量管理阶段。

1961年费根堡姆提出全面质量管理理论，全面质量管理强调顾客第一的观点，重视满足顾客的需求，它的特点是实行全面、全员和全过程的“三全”管理，通过PI) CA进行质量的持续改进，并广泛采用田口方法、质量功能展开等先进的质量管理方法与技术。

第六阶段——质量科学管理阶段。

21世纪的主题，质量已成为人们生活的一种方式，科学的质量管理更加注重以人为本的思想与质量经营的理念，顾客满意作为消费者的精神福利会受到全社会的重视。

提升质量不仅要依靠企业本身，还要依赖全社会的参与，不仅要使用诸如综合技术检验、数理统计等质量管理方法，还要广泛应用计算机信息处理技术和互联网等先进的质量管理理念与手段。

特别是质量的内容已不再仅仅体现在产品或服务本身，还要反映在环境协调、心灵健康和社会责任等方面。

上述阶段的划分是相互联系的，而非孤立的，但从质量管理的发展趋势来看，顾客需求成了质量管理的起点，而顾客满意成了质量管理的终点，这一思想充分体现在2000版的。

ISO9000族标准当中。

2000版ISO9000族中，质量管理八项原则的第一条就是“以顾客为关注焦点”。

该原则充分体现在标准要求的各个方面：质量管理体系要求的总则：通过体系的有效应用，包括体系持续改进的过程以及保证符合顾客与适用的法律法规要求，旨在增强顾客满意。

5.1条款“管理承诺”要求：最高管理者的职责之一是“向组织传达满足顾客和法律法规要求的重要性”。

5.2条款“以顾客为关注焦点”要求：“最高管理者以增强顾客满意为目标，确保顾客的要求得到确定并予以满足”。

7.2条款“与顾客有关的过程”列出对顾客要求的识别、评审及与顾客的沟通等内容。

第8条款“监视和测量”，明确要求组织应监视和测量顾客满意（8.2.1）；组织可以借助于数据分析提供所需的顾客满意信息（8.4）；组织可以通过纠正措施（8.5.2）和预防措施（8.5.3）达到持续改进（8.5.1）的目的。

由此可见，质量管理体系是以顾客需求为输入，顾客满意为输出的持续质量改进体系，体系中顾客满意受到了足够的重视与尊重。

同样，在各国的国家质量管理奖评审标准中，顾客满意的内容也占有相当大的比重。

美国马尔科姆·波多里奇国家质量奖，其质量概念是广义的，涉及企业的领导远见、战略制定与规划、顾客与市场、资源利用、过程管理、测量分析改进和经营结果等7个方面。

其中与顾客满意有关的奖项占比最大，占总分1000分的30%。

这一项目分为8个子项：包括对顾客要求和期望的认知程度、顾客关系管理、顾客服务标准、对顾客的承诺、对质量改进要求的解决、顾客满意的确认、顾客满意效果及顾客满意度比较。

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>