

فهرست مطالب

پیش گفتار.....	۷
مقدمه‌ای بر مدیریت کسب و کار.....	۹
تعاریف و مفاهیم.....	۹
سیستم‌های داخلی یک سازمان.....	۱۱
مدیریت کسب و کار.....	۱۲
ذی‌نفع‌های هر سازمان.....	۱۳
بازاریابی.....	۱۵
عوامل تاثیرگذار در انتخاب استراتژی بازاریابی.....	۱۵
وظایف بازاریابی در پاسخ‌گویی به انواع تقاضاها.....	۱۶
مشتری‌مداری.....	۱۹
مشتری.....	۲۱
نیاز مشتری.....	۲۱
انتظارات مشتری.....	۲۳
رضایتمندی مشتری.....	۲۳
اثرات رضایت مشتری.....	۲۴
مشتری‌مداری.....	۲۶
مشتری‌مداری در مدیریت سازمان‌های تجاری.....	۲۷
جایگاه مشتری‌مداری در برنامه‌ریزی.....	۲۸

۲۸.....	مراحل تهیه طرح کسب‌وکار BP
۲۹.....	نقش مشتری‌مداری در سازمان‌دهی
۳۰.....	نقش مشتری‌مداری در کارگزینی و تأمین منابع انسانی
۳۱.....	نقش مشتری‌مداری در هدایت و رهبری
۳۵.....	نقش مشتری‌مداری در کنترل سازمان
۳۶.....	وظیفه مدیریت کسب‌وکار در طراحی سیستم مشتری‌مداری
۳۷.....	بررسی مشتری‌مداری در مدیریت کسب‌وکار با رویکردی سیستمی
۳۷.....	جایگاه مشتری‌مداری در ورودی‌ها
۳۸.....	جایگاه مشتری‌مداری در فرایندها
۳۹.....	طیف فرایندهای موجود در کسب‌وکار
۴۰.....	فرایندهای فردی
۴۰.....	فرایندهای فردی نیمه‌ساخت‌یافته
۴۱.....	فرایندهای سیستمی ساختارمند
۴۱.....	فرایندهای تثبیت‌شده
۴۲.....	طبقه‌بندی فرایندهای یک سازمان
۴۲.....	ارزش فرایندها از دیدگاه مشتری
۴۲.....	فرایندهای مشتری‌مدار (COP) Customer Oriented Processes
۴۳.....	فرایندهای مشتری‌مدار مؤثر
۴۳.....	جایگاه مشتری‌مداری در خروجی
۴۴.....	جایگاه مشتری‌مداری در بازخورد
۴۵.....	جایگاه مشتری‌مداری در تحلیل محیط سازمانی
۴۹.....	سازمان‌های مشتری‌مدار
۵۰.....	ویژگی‌های مدیران مشتری‌مدار
۵۱.....	ویژگی‌های کارکنان مشتری‌مدار
۵۳.....	فرآیند ارتباط با مشتری
۵۳.....	اهداف CRM
۵۴.....	ضرورت به‌کارگیری CRM

مزایای استفاده از سیستم CRM.....	۵۴
مراحل اجرای CRM.....	۵۵
فرآیند و اصول رسیدگی به شکایات.....	۵۷
مدیریت شکایت مشتریان.....	۵۸
اصول رسیدگی به شکایت مشتری.....	۵۸
فرآیند طراحی نظام مشتری‌مداری بر اساس رویکرد مدیریت کیفیت.....	۵۹
ضرورت ایجاد سیستم بازخورد.....	۶۳
طراحی سیستم رسیدگی به شکایات: بازخورد مشتری.....	۶۳
راه‌های جمع‌آوری شکایات مشتریان.....	۶۳
ویژگی‌های اساسی یک سیستم پاسخ‌گویی مناسب به شکایات مشتریان.....	۶۴
۳۰ نکته برای ارتباط موثر با مشتریان.....	۶۴
راه‌های وفادار کردن مشتری.....	۶۷
ابعاد کیفیت خدمات.....	۶۷
۱) عوامل محسوس (شواهد فیزیکی).....	۶۷
۲) قابلیت اعتماد.....	۶۷
۳) پاسخ‌گویی.....	۶۸
۴) اطمینان خاطر.....	۶۸
۵) همدلی.....	۶۸
ده اصل غیرقابل انکار در وفاداری مشتری.....	۷۰
نقشه راه برای رسیدن به وفاداری مشتری، حفظ و نگهداری آن.....	۷۰
فرآیند ارتباط مؤثر با مشتری.....	۷۱
جایگاه مشتری‌مداری در مدیریت کیفیت.....	۷۵
هشت اصل مدیریت کیفیت.....	۷۵
مفاهیم بنیادین سرآمدی EFQM.....	۷۷
نتیجه‌گرایی.....	۷۸

طراحی نظام مشتری‌مداری بر اساس رویکرد مدیریت کیفیت..... ۱۹

برنامه کاربردی مشتری‌مداری..... ۸۳

(۱) تدوین آرمان‌نامه، رسالت‌نامه و ارزش‌های سازمان در راستای رضایت مشتریان..... ۸۳

(۲) کیفیت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه‌ی سازمان‌ها و رضایت مشتریان..... ۸۶

(۳) درک انتظارات مشتریان..... ۸۸

(۴) ایجاد انتظارات مطلوب در مشتریان..... ۹۰

(۵) کلید راضی کردن مشتریان در دست مدیریت صحیح منابع انسانی است..... ۹۱

(۶) ایجاد تعهد به ارائه خدمت در تمام سطوح سازمان..... ۹۳

(۷) کاستن از وظایف اجرای بخش‌های ستادی و هدایت آن‌ها به‌سوی امور کارشناسی، نظارت و

برنامه‌ریزی..... ۹۳

(۸) مهندسی مجدد (مدیریت دگرگون‌سازی سازمان‌ها)..... ۹۴

(۹) طرح ارزش‌یابی کارکنان توسط مشتریان..... ۹۴

(۱۰) مدیریت شکایات مشتریان..... ۹۵

ایجاد و گسترش فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان..... ۹۷

مراحل ایجاد و گسترش فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان..... ۹۷

مشتری خود را بشناسیم..... ۹۸

مشتریان خود را طبقه‌بندی کنیم..... ۹۸

با مشتریان خود تعامل داشته باشیم..... ۹۸

بعضی از رفتارهای سازمان خود را با مشتری هماهنگ کرده و تطبیق دهیم..... ۹۹

به خواسته مشتری ارزش دهیم..... ۹۹

تلاش برای ایجاد و تداوم وفاداری در مشتریان..... ۱۰۰

سنجش میزان رضایت مشتری..... ۱۰۰

نقش فناوری اطلاعات در تبیین فرهنگ سازمانی مشتری‌مدار..... ۱۰۲

منابع..... ۱۰۵