

Spis treści

WSTĘP	5
1. KLIENT, JEGO ZADOWOLENIE, POTRZEBY I LOJALNOŚĆ	7
1.1. Cele rozdziału	7
1.2. Rola klienta na współczesnym rynku	7
1.3. Organizacja ukierunkowana na klienta w świetle norm z serii ISO 9000:2000.	17
1.4. Specyfikacja potrzeb klienta	22
1.5. Zadowolenie, satysfakcja i lojalność klienta	39
1.6. Badania satysfakcji klienta	61
1.7. Pytania kontrolne	70
1.8. Pytania szczegółowe do dyskusji	71
1.9. Literatura	72
2. BADANIE SATYSFAKCJI KLIENTA ZA POMOCĄ WSKAŹNIKA CSI	76
2.1. Cele rozdziału	76
2.2. Wstęp teoretyczny	76
2.2.1. Zasady stosowania metody CSI	76
2.2.2. Przykłady wyników zastosowania metody CSI w Polsce i na świecie	104
2.3. Przykład zastosowania kompleksowej metody CSI	111
2.4. Opis zadań do wykonania	144
2.5. Pytania kontrolne	163
2.6. Problemy do dyskusji	163
2.7. Literatura	164
3. DOSTAWCA I JEGO OCENA	167
3.1. Cele rozdziału	167
3.2. Wstęp teoretyczny	167
3.2.1. Zarządzanie łańcuchem dostaw	171
3.2.2. Modele pozycjonowania dostawców	173
3.3. Dostawca w normach serii ISO 9001	178
3.4. Przykłady oceny dostawców	180

3.6. Ćwiczenie do wykonania	188
3.7. Pytania kontrolne	189
3.8. Problemy do dyskusji.....	189
3.9. Literatura.....	189