

Wstęp

ROZDZIAŁ 1. Pojęcie i istota logistycznej obsługi klienta

- 1.1. Pojęcie logistycznej obsługi klienta
- 1.2. Identyfikacja kluczowych elementów obsługi klienta
- 1.3. Logistyczna obsługa klienta a segmentacja rynku
- 1.4. Logistyczna obsługa klienta a jego zadowolenie

ROZDZIAŁ 2. Zadowolenie i lojalność jako przesłanki kształtowania koncepcji obsługi klienta

- 2.1. Jakość obsługi klienta jako warunek jego zadowolenia i lojalności
- 2.2. Mierniki i wskaźniki poziomu obsługi klienta
- 2.3. Analiza ABC/XYZ oraz krzywa Lorenza w określaniu optymalnego poziomu obsługi klienta
- 2.4. Tajemniczy klient w badaniach poziomu zadowolenia klienta z obsługi logistycznej

ROZDZIAŁ 3. Pomiar zadowolenia klienta z poziomu obsługi logistycznej

- 3.1. Pomiar jako metoda gromadzenia danych
- 3.2. Wiarygodność pomiaru jako warunek użyteczności danych
- 3.3. Dobór próby badawczej w badaniach poziomu obsługi klienta

ROZDZIAŁ 4. Badania ankietowe jako metoda pomiaru poziomu satysfakcji klienta

- 4.1. Cel, tezy, hipotezy i założenia w badaniach zadowolenia klienta z obsługi logistycznej
- 4.2. Zadania i formy ankietowego badania poziomu obsługi logistycznej
- 4.3. Rodzaje pytań kwestionariuszowych i zasady ich formułowania
- 4.4. Skalowanie jednowymiarowe i jego wykorzystanie w ocenie satysfakcji klienta

ROZDZIAŁ 5. Wykorzystanie metod statystycznych w identyfikacji parametrów obsługi klienta

- 5.1. Miary oceny skali zjawiska i ich interpretacja
- 5.2. Miary rozproszenia i ich interpretacja
- 5.3. Analiza korelacji w ocenie zależności potrzeb klientów
- 5.4. Wybrane metody wnioskowania statystycznego

ROZDZIAŁ 6. Wybrane metody analizy zależności w ocenie zadowolenia klienta

- 6.1. Tabele wielodzielcze jako podstawa grupowania klientów
- 6.2. Badanie zależności między jakościowymi charakterystykami obsługi klienta
- 6.3. Stosunki korelacyjne oraz korelacja krzywoliniowa

ROZDZIAŁ 7. Podstawowe metody analizy preferencji klienta względem obsługi logistycznej

- 7.1. Wykorzystanie regresji logistycznej w interpretacji wyników z pomiaru ilościowego
- 7.2. Analiza czynnikowa i jej zastosowanie w badaniu zależności między elementami obsługi a

zadowoleniem klienta

7.3. Skalowanie wielowymiarowe i analiza conjoint

7.4. Analiza PROFIT i jej wykorzystanie w budowie mapy percepcji parametrów obsługi klienta

ROZDZIAŁ 8. Ilościowe instrumenty pomiaru poziomu logistycznej obsługi klienta

8.1. Wskaźnik CSI jako narzędzie pomiaru zadowolenia klienta

8.2. Wykorzystanie metody SERVQUAL do oceny jakości obsługi logistycznej

8.3. Metoda incydentów krytycznych i odchyłeń jako źródło wiedzy o wymaganiach klienta względem obsługi logistycznej

Słownik pojęć

Spis rysunków

Spis tabel

Bibliografia

Indeks rzeczowy