

Современные потребительские тренды и удовлетворенность потребителя : монография / под ред. О.К. Ойнер. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 142 с. — (Научная мысль).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	7
Глава 1. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ И ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО БИЗНЕСА.....	10
1.1. Клиенты компании: от единичной сделки к формированию клиентского капитала.....	10
1.2. Понятие и измерение удовлетворенности клиента.....	16
1.3. Понятие и виды лояльности клиентов.....	21
1.4. Взаимосвязь между удовлетворенностью и лояльностью клиентов.....	28
1.5. Показатели и методы измерения лояльности потребителей.....	30
1.6. Экономика удовлетворенности и лояльности клиентов.....	37
1.6.1. Расчет финансовых потерь от снижения удовлетворенности.....	38
1.6.2. Влияние уровня удержания на прибыль.....	39
Библиография.....	41
Приложение 1.1.....	45
Глава 2. ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ.....	49
2.1. Задачи измерения удовлетворенности клиентов. Балльная оценка удовлетворенности.....	49
2.2. Методика CSI.....	56
2.3. Методика NPS.....	58
2.4. Методика SERVQUAL.....	63
2.5. Привлекательность мест как комплексный индикатор удовлетворенности в маркетинге жителей.....	68
Библиография.....	79
Глава 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗМЕРЕНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ В КОМПАНИИ.....	84
3.1. Измерение удовлетворенности клиентов по стандарту ИСО 9000:2000.....	84
3.2. Исследование возможностей и характеристик внутренней информации для изучения удовлетворенности клиента: методологические, методические и организационные аспекты. . .	94

3.3. Управление системой внутренней информации для целей изучения удовлетворенности клиентов на примере претензий: аспекты методологии, методики, практики.....	107
Библиография.....	116
Приложение 3.1.....	119
Глава 4. ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРЫ И ИЗМЕНЕНИЯ В МОДЕЛЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	126
4.1. Смена системы базовых ценностей — предпосылка трансформации моделей потребительского поведения.....	126
4.2. Экономический кризис и другие факторы формирования более экономной модели потребления.....	131
4.3. Идея комфортности быта — новое понимание.....	134
4.4. Комбинирование тенденций — шанс на успех в маркетинге.....	137
Библиография.....	139