



گروه پژوهشی صنعتی آریانا
انتشارات آریانا قلم



دانشکده کسب و کار
دانشگاه هاروارد

(چاپ سوم)



راه حل های حرفه ای برای چالش های روزانه

کتاب همراه مدیران

تمرکز بر مشتری

ارزش افزایی، خوش نامی، کسب وفاداری، سودآوری

مشاور: جیمز هسکت

ترجمه: سمیه محمدی، مریم شهبازی

فهرست مطالب

۱۰	پیام مشاور.....
۱۳	مبانی تمرکز بر مشتری
۱۳	سه اصل در وفاداری مشتری
۱۴	نگهداری.....
۱۴	فروش‌های مرتبط.....
۱۵	توصیه‌ها.....
۱۵	سه اصل و مشتری‌های داخلی شما.....
۱۶	زمانی که اصول مشتری‌مداری در بودجه بازاریابی.....
۱۹	هدف گرفتن مشتریان مناسب
۲۰	یافتن مشتریان هدف.....
۲۱	انطباق با انتظارات مشتریان هدف.....
۲۵	درک تاثیر وفاداری مشتری بر سودآوری
۲۶	محاسبه ارزش دوره عمر مشتری.....
۲۹	درک کامل زنجیره سود- خدمت.....
۳۰	مراحل محاسبه ارزش دوره عمر مشتری.....
۳۵	برجسته کردن تمرکز کارکنان بر مشتریان
۳۶	درک هزینه بالای گردش نیروی کاری.....
۳۸	مبارزه با نقل و انتقالات.....
۳۹	نکاتی برای انتخاب فرد مناسب.....
۴۱	نکاتی برای پشتیبانی و تأمین ابزار.....

فهرست مطالب

۴۲ نکاتی برای اعطای آزادی درون محدودیت‌ها.
۴۳ نکاتی برای پاداش نتایج.
۴۵ آشنا شدن با مشتریان .
۴۶ دریافت بازخورد از مشتریان.
۵۴ مشاهده مشتریان.
۵۴ گام‌هایی برای مشاهده مشتریان و طراحی راه‌حل‌ها.
۵۹ انتقال ارزش‌های غیرقابل تغییر به مشتریان .
۶۰ درک معادله ارزش مشتری.
۶۱ توسعه اهداف رضایتمندی مشتریان سودآور.
۶۴ طراحی فرآیندهای مشتری پسند.
۶۵ گام‌هایی برای طرح‌ریزی فرآیند خدمت.
۶۷ طراحی پست‌های شنیداری اثربخش.
۶۸ گام‌هایی برای گسترش پست‌های شنیداری.
۶۹ گام‌هایی برای بهبود پست‌های شنیداری.
	نکات و ابزارها
۷۵ ابزارهایی برای تمرکز بر مشتری .
۸۸ خودآزمایی.
۹۲ پاسخ خودآزمایی.