

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1. Pojęcie i istota logistycznej obsługi klienta	9
1.1. Pojęcie logistycznej obsługi klienta	9
1.2. Identyfikacja kluczowych elementów obsługi klienta	15
1.3. Logistyczna obsługa klienta a segmentacja rynku	20
1.4. Logistyczna obsługa klienta a jego zadowolenie	25
ROZDZIAŁ 2. Zadowolenie i lojalność jako przesłanki kształtowania koncepcji obsługi klienta	31
2.1. Jakość obsługi klienta jako warunek jego zadowolenia i lojalności	31
2.2. Mierniki i wskaźniki poziomu obsługi klienta	38
2.3. Analiza ABC/XYZ oraz krzywa Lorenza w określaniu optymalnego poziomu obsługi klienta	43
2.4. Tajemniczy klient w badaniach poziomu zadowolenia klienta z obsługi logistycznej	49
ROZDZIAŁ 3. Pomiar zadowolenia klienta z poziomu obsługi logistycznej	53
3.1. Pomiar jako metoda gromadzenia danych	53
3.2. Wiarygodność pomiaru jako warunek użyteczności danych	59
3.3. Dobór próby badawczej w badaniach poziomu obsługi klienta	67
ROZDZIAŁ 4. Badania ankietowe jako metoda pomiaru poziomu satysfakcji klienta	75
4.1. Cel, tezy, hipotezy i założenia w badaniach zadowolenia klienta z obsługi logistycznej	75
4.2. Zadania i formy ankietowego badania poziomu obsługi logistycznej	80
4.3. Rodzaje pytań kwestionariuszowych i zasady ich formułowania	83
4.4. Skalowanie jednowymiarowe i jego wykorzystanie w ocenie satysfakcji klienta	88
ROZDZIAŁ 5. Wykorzystanie metod statystycznych w identyfikacji parametrów obsługi klienta	99
5.1. Miary oceny skali zjawiska i ich interpretacja	99
5.2. Miary rozproszenia i ich interpretacja	103
5.3. Analiza korelacji w ocenie zależności potrzeb klientów	105
5.4. Wybrane metody wnioskowania statystycznego	112

ROZDZIAŁ 6. Wybrane metody analizy zależności w ocenie zadowolenia klienta	125
6.1. Tabele wielodzielcze jako podstawa grupowania klientów	125
6.2. Badanie zależności między jakościowymi charakterystykami obsługi klienta	129
6.3. Stosunki korelacyjne oraz korelacja krzywoliniowa	139
ROZDZIAŁ 7. Podstawowe metody analizy preferencji klienta względem obsługi logistycznej	145
7.1. Wykorzystanie regresji logistycznej w interpretacji wyników z pomiaru ilościowego	145
7.2. Analiza czynnikowa i jej zastosowanie w badaniu zależności między elementami obsługi a zadowoleniem klienta	152
7.3. Skalowanie wielowymiarowe i analiza conjoint	165
7.4. Analiza PROFIT i jej wykorzystanie w budowie mapy percepcji parametrów obsługi klienta	180
ROZDZIAŁ 8. Ilościowe instrumenty pomiaru poziomu logistycznej obsługi klienta	185
8.1. Wskaźnik CSI jako narzędzie pomiaru zadowolenia klienta	185
8.2. Wykorzystanie metody SERVQUAL do oceny jakości obsługi logistycznej	190
8.3. Metoda incydentów krytycznych i odchyień jako źródło wiedzy o wymaganiach klienta względem obsługi logistycznej	197
Słownik pojęć	205
Spis rysunków	209
Spis tabel	213
Bibliografia	215
Indeks rzeczowy	223