

ثقافة الخدمة

الدكتور بشير الحلاق



المحتويات

الموضوع	الصفحة
توطئة	5
المحتويات	7
الفصل الأول: مدخل إلى عالم الخدمة وتطور تسويقها	11
تقديم	13
ما المقصود بقطاع الخدمات؟	14
أسباب تنامي قطاع الخدمات	16
مراحل نشوء وتطور تسويق الخدمات	20
عناصر ومضامين وآليات الخدمة	24
حالة عملية	25
تحليل الحالة	29
مفهوم الخدمة	37
سمات وخصائص الخدمة	45
تصنيف الخدمات	50
أسئلة للمناقشة	71
الفصل الثاني: ثقافة الخدمة الإلكترونية ومجالاتها التطبيقية ...	95
تقديم:	97
الخدمة الإلكترونية: المفهوم والتعريفات والمناظير	99
نموذج عمليات الخدمة الإلكترونية الصافية (أو المطلقة)	104
جودة الخدمة الإلكترونية	107

109	تشخيص وتحديد المتطلبات الوظيفية
113	التحوّل إلى الخدمة الإلكترونية
120	تأثير التكنولوجيا
121	أثر توقعات العميل
122	الفرص والتهديدات
131	تقنيات الخدمة الذاتية
147	الفصل الثالث: الخدمة وأهميتها (تطبيقات وآليات ودروس)
149	تقديم
149	ما المقصود بالخدمة؟
150	ما هي أبرز سمات وخصائص الخدمة؟
151	ما المقصود بالخدمة الفريدة؟
152	ما المقصود بالخدمة المتميزة؟
153	ما المقصود بالتسويق بالعلاقة مع الزبون؟
154	مكونات وعناصر الخدمة الحقيقية
155	معايير جودة الخدمة
157	عناصر الخدمة الجيدة
159	كيف السبيل إلى إرضاء العملاء؟
162	كيف السبيل إلى تعزيز صورة شركتك؟
163	الزبون وأهميته
164	مَنْ هو الزبون؟
164	لماذا هذا الاهتمام بالزبون؟

167	أنماط وأنواع الزبائن
174	حل المشاكل والخلافات والتعامل مع ضغط العمل
177	عناصر استراتيجية التعامل مع شكاوى الزبائن
178	أسلوب معالجة الشكاوى
179	لماذا لا يشكو الزبائن؟
180	متطلبات وتوقعات الزبائن
182	التعامل مع احتياجات الزبائن
185	التعامل مع الزبائن
185	معوقات الاتصال بالآخرين وإرشادات للتغلب عليها
199	مهارات استخدام الهاتف
202	التصرفات المطلوبة من الموظف للارتقاء بقدراته
213	المراجع
213	المراجع العربية
213	المراجع الأجنبية: