

1. Record Nr.	UNINA9910816447603321
Autore	Angot Jacques
Titolo	Le marketing scientifique . 1 L'étude de la relation client : a l'usage des managers // Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valerie Swaen
Pubbl/distr/stampa	Bruxelles : , : B&E, , 2015 ©2009
ISBN	2-87403-368-5
Descrizione fisica	1 online resource (373 p.)
Collana	Le marketing scientifique a l'usage des managers ; ; v.1
Disciplina	658.812
Soggetti	Customer relations
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Couverture; Page de titre; Introduction; Offrir une passerelle entre le monde scientifique et le monde operationnel; L'étude de la relation client comme premiere intention; Un ouvrage a multiples entrees avec la mesure comme fil directeur; 1 Realite des performances; 2 La qualite percue : revue de litterature pluridisciplinaire; 3 La qualite percue : comment la mesurer ?; 4 Point de vue et questionnement; 5 Etude de cas : la qualite de service dans les hotels, element de differenciation ?; Chapitre 01 : La qualite percue; 1 Realite des performances 2 La satisfaction : revue de litterature pluridisciplinaire3 La satisfaction : comment la mesurer ?; 4 Point de vue et questionnement; 5 ETude de cas : claris airlines, la satisfaction comme levier d'action; Chapitre 02 : la satisfaction; 1 Realite des performances; 2 La confiance : revue de litterature pluridisciplinaire; 3 La confiance : comment la mesurer ?; 4 Point de vue et questionnement; 5 ETude de cas : la confiance envers le magasin, gestion de crise dans les produits agroalimentaires ?; Chapitre 03 : la confiance; 1 Realite des performances 2 La fidelite : revue de litterature pluridisciplinaire3 La fidelite : comment la mesurer ?; 4 Point de vue et questionnement; 5 Etude de cas : la societe deca : la fidelite des clients, reve ou realite ?; Chapitre 04 : l'engagement et la fidelite; 1 Variables de mesure du succes des activites marketing; 2 Interrelations entre les concepts de la chaine

relationnelle et les mesures de performance economique; 3 | Etude de cas : La chaine relationnelle dans la grande distribution ?; Chapitre 05 : chaine relationnelle et liens avec la performance economique; Conclusion Generale AnnexesBibliographie; A propos de la collection KnoWay !; Copyright

Sommario/riassunto

Quels sont les outils d'evaluation mis a disposition pour etudier la relation entre les clients et l'entreprise ? L'étude de la relation client est un enjeu majeur au sein de toutes les entreprises. Tout professionnel se voit assigner des objectifs de conquete de nouveaux clients, d'augmentation du taux de fidelite ou encore de preservation du capital client. Autant de mots qui sont sans valeur s'ils ne sont pas accompagnes d'outils d'evaluation et de pilotage. Et dans ce cadre-la, la realite est souvent deconcertante. Les outils a disposition des professionnels sont non seulement peu nombreu