

Internet – zmiany zachowań konsumentów – oferta i obsługa logistyczna

Wstęp.....4

Rozdział I.

Klient w koncepcji zarządzania przedsiębiorstwem

1.1 Ujęcie definicji, rola i znaczenie klienta..... 7

1.2 Kształtowanie oferty przedsiębiorstwa zgodnej z potrzebami klientów..... 10

1.3 Współczesne trendy, zmiany zachowań konsumenckich14

Rozdział II.

Nowe technologie informacyjne w realizacji obsługi klienta

2.1 Historia i rozwój Internetu25

2.2 Rozwój usług internetowych i popytu na nie30

2.3 Obsługa zamówień i zleceń internetowych37

Rozdział III.

Satysfakcja z obsługi w realizacji usług sprzedażowych – wyniki badań

3.1 Charakterystyka badanej populacji44

3.2 Najczęściej realizowane usługi sprzedażowe wśród respondentów..... 48

3.3 Poziom satysfakcji z obsługi w opinii badanych51

3.4 Czynniki warunkujące satysfakcje respondentów55

3.5 Proponowane zmiany w obsłudze klienta..... 57

3.6 Podsumowanie i wnioski59

Zakończenie.....	61
Bibliografia.....	63
Spis tabel i rysunków	66
Spis wykresów	67