

Kształtowanie jakości usługi i zadowolenia klienta na przykładzie kancelarii doradztwa podatkowego.

Wstęp.....3

Rozdział I.

Rola jakości w marketingowym procesie świadczenia usługi.....5

1.1. Wartość a zadowolenie klienta.....6

1.2. Kształtowanie usługi jako elementu marketingu.....8

1.3. Przedmiotowy charakter usługi.....18

1.3.1. Pracownicy jako podmiot usługi.....26

1.3.2. Obsługa klienta.....28

Rozdział II.

Zarządzanie jakością w procesie świadczenia usług.....30

2.1. Kompleksowe zarządzanie jakością.....32

2.2. Planowanie strategiczne w procesie świadczenia usług.....38

2.3. System jakości według normy ISO 9001.....42

2.4. Wizerunek firmy a jakość usługi.....49

2.5 Model jakości usługi.....53

2.6. Sposoby poprawy jakości usługi.....58

Rozdział III.

Aanaliza działań marketingowych w kształtowaniu usług wysokiej jakpści na podsatwie kancelarii doradztwa podatkowego XYZ.....61

3.1. Struktura firmy.....62

3.2 Proces wdrażania Six Sigma.....	63
3.3 Faza planowania.....	64
3.4 Faza analizy.....	70
3.5. Faza wnioskowania.....	73
3.6 Faza wdrożenia.....	75

Wnioski końcowe.....	77
-----------------------------	-----------

Bibliografia.....	80
--------------------------	-----------