

Zintegrowana komunikacja a realizacja procesu logistycznej obsługi klienta na przykładzie MPK Sp. z o.o.

Wstęp3

Rozdział 1

Istota i znaczenie komunikacji w procesach zarządzania organizacją

1.1. Ujęcie definicyjne komunikacji społecznej a komunikacja w biznesie..... 5

1.2. Narzędzia komunikacji stosowane w organizacjach14

1.3. Marka, jako integrator procesów komunikacyjnych20

Rozdział 2

Obsługa klienta a proces komunikowania się

2.1 Ujęcie definicyjne klienta i dostosowanie realizacji usługi dla potrzeb klienta..... 23

2.2 Proces realizacji logistycznej obsługi klienta31

2.3 Informacje w procesie komunikacji a obsługa klienta36

Rozdział 3

Zintegrowana komunikacja a realizacje procesu obsługi klienta na wybranym przykładzie

3.1 Prezentacja firmy i jej obszar działania..... 42

3.2 Procesy komunikowania się w przedsiębiorstwie..... 49

3.3 Narzędzia wsparcia komunikacyjnego tradycyjne a

nowoczesne..... 57

3.4 Proces obsługi klienta a przepływ informacji w kreacji
wizerunku przedsiębiorstwa..... 64

3.5 Zalecane usprawnienia w procesach komunikacji na rzecz
obsługi klienta67

Podsumowanie69

Bibliografia71

Spisy75