Opis

Publikacja ma na celu uporządkowanie wiedzy na temat relacji między wybranymi wymiarami motywacji, satysfakcji i zaangażowania pracowników oraz satysfakcją i lojalnością klienta. W książce, oprócz przeglądu najważniejszych koncepcji dotyczących wspomnianych zjawisk, a także związków je łączących, zaprezentowano wyniki badań własnych, na podstawie których przygotowany został model prezentujący postulowaną zależność występującą między procesami pracowniczymi a mechanizmami powstawania zadowolenia i lojalności klientów. Pokazano, jak zmiany zaobserwowane w obszarze pracowniczym wpływają na zmiany postaw klientów w ujęciu bezpośrednim i przy założeniu upływu czasu pomiędzy jednym a drugim zjawiskiem. Takie podejście stało się możliwe dzięki przeprowadzeniu badania w trzech okresach sprawozdawczych następujących po sobie z rocznym odstępem czasu.

Książka jest przeznaczona zarówno dla naukowców, jak i praktyków biznesowych zajmujących się zagadnieniami pracowniczymi i klienckimi oraz dla studentów kierunków ekonomicznych i biznesowych. Z jednej strony systematyzuje zagadnienia teoretyczne w obszarze satysfakcji i lojalności klienta oraz motywacji i satysfakcji pracownika, z drugiej zaś zawiera studium różnych metod pomiaru omawianych zagadnień.

Spis treści:

Wstęp

Rozdział 1. Motywacja i satysfakcja pracownika

1.1. Istota motywacji pracownika
1.2. Modele i koncepcje motywacji i motywowania pracownika
1.2.1. Podejścia od strony treści
1.2.2. Podejścia od strony procesu
1.3. Satysfakcja, zaangażowanie i efektywność pracownika
1.3.1. Istota satysfakcji i zaangażowania
1.3.2. Satysfakcja, efektywność i zaangażowanie w teoriach motywacji
1.3.3. Modele i źródła satysfakcji pracownika
1.3.4. Relacja satysfakcji pracownika i jego efektywności
1.4. Pomiar motywacji i satysfakcji pracowników

Rozdział 2. Satysfakcja i lojalność klienta

2.1. Satysfakcja klienta
2.1.1. Definicje, podział i charakterystyka
2.1.2. Satysfakcja jako efekt doświadczeń rynkowych klienta
2.1.3. Modele satysfakcji
2.1.4. Pomiar satysfakcji klienta
2.1.5. Korzyści z satysfakcji klienta
2.2. Lojalność klienta
2.2.1. Pojęcie lojalności
2.2.2. Ewolucja lojalności

2.2.3. Determinanty i motywy lojalności
2.2.4. Typologia lojalności klientów
2.2.5. Poziomy lojalności klientów
2.2.6. Korzyści i koszty lojalności
2.2.7. Pomiar lojalności
2.3. Satysfakcja, lojalność a utrzymanie klienta
2.3.1. Satysfakcja a lojalność
2.3.2. Lojalność a utrzymanie klienta

Rozdział 3. Czy zadowolony pracownik ma wpływ na satysfakcję i lojalność klienta? Wyniki badań

3.1. Związek satysfakcji pracownika z zadowoleniem klienta
3.2. Założenia badawcze
3.2.1. Modelowanie procesów pracowniczych i konsumenckich
3.2.2. Model pomiaru motywacji i satysfakcji pracowników
3.2.3. Model pomiaru satysfakcji i lojalności klientów sektora bankowego
3.2.4. Model pomiaru satysfakcji i lojalności klientów sektora centrów handlowych
3.2.5. Narzędzia badawcze, próba i procedura gromadzenia danych
3.3. Motywacja i satysfakcja pracowników centrów handlowych
3.3.1. Wyniki badań pracowników centrów handlowych
3.3.2. Analiza porównawcza motywacji i satysfakcji pracowników badanych centrów handlowych
3.4. Motywacja i satysfakcja pracowników banków
3.4.1. Wyniki badań pracowników banków
3.4.2. Wnioski z analizy porównawczej motywacji i satysfakcji pracowników banków
3.5. Satysfakcja i lojalność klientów centrów handlowych
3.5.1. Wyniki badania satysfakcji i lojalności klientów centrów handlowych
3.5.2. Wnioski z analizy porównawczej badania klientów lubelskiego sektora centrów handlowych
3.6. Satysfakcja i lojalność klientów banków
3.6.1. Wyniki badania satysfakcji i lojalności klientów banków
3.6.2. Wnioski z analizy porównawczej badania klientów podmiotów bankowych
3.7. Związek procesów pracowniczych i klienckich

Zakończenie
Załączniki
Spis tabel
Spis załączników
Spis rysunków
Bibliografia