



L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers

Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen

L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen

 [Télécharger L'étude de la relation client: Le marketing ...pdf](#)

 [Lire en ligne L'étude de la relation client: Le marketin ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

Quels sont les outils d'évaluation mis à disposition pour étudier 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 conquête de nouveaux clients, d'augmentation du taux de fidélité ou encore de préservation du capital client. Autant de mots qui sont sans valeur s'ils ne sont pas accompagnés d'outils d'évaluation et de pilotage.

Et dans ce cadre-là, la réalité est souvent déconcertante. Les outils à disposition des professionnels sont non seulement peu nombreux mais souvent inappropriés ou révèlent rapidement des limites en termes d'apprentissages et de leviers d'actions.

Parallèlement la littérature scientifique regorge de débats et d'études comparatives sectorielles actualisant la pertinence des instruments de mesure en termes de validité ou de fiabilité. Plus précisément, l'étude de la relation client fait émerger des mesures calibrées au niveau de la qualité perçue, de la satisfaction, de la confiance, de l'engagement et de la fidélité.

Articulé autour de cinq chapitres pouvant être abordés indépendamment les uns des autres, le lecteur trouvera dans cet ouvrage :

- Un état des lieux des preuves scientifiques concernant les impacts et performances associés à chaque concept étudié.
- Une revue de la littérature concernant les concepts, leurs dimensions et leur mesure.
- Une liste d'échelles de mesure parmi les plus utilisées dans les publications de haut niveau en marketing, en faisant état des cas particuliers des contextes d'étude (complétée par des annexes constituant une boîte à outils récapitulative).
- Une discussion sur les nouvelles perspectives ou polémiques concernant chaque concept.
- Une étude de cas dont l'objectif est de mettre en lumière la pertinence d'une démarche scientifique au sein d'une problématique opérationnelle mais aussi des arbitrages nécessaires pour un opérationnel face à ces instruments scientifiques. Chaque étude de cas se prolonge par un site web où se trouvent bases de données, traitements statistiques et recommandations opérationnelles.

Cet ouvrage de référence dresse le bilan des ressources scientifiques permettant d'évaluer la satisfaction des clients

Présentation de l'éditeur

Quels sont les outils d'évaluation mis à disposition pour étudier 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 conquête de nouveaux clients, d'augmentation du taux de fidélité ou encore de préservation du capital client. Autant de mots qui sont sans valeur s'ils ne sont pas accompagnés d'outils d'évaluation et de pilotage.

Et dans ce cadre-là, la réalité est souvent déconcertante. Les outils à disposition des professionnels sont non seulement peu nombreux mais souvent inappropriés ou révèlent rapidement des limites en termes d'apprentissages et de leviers d'actions.

Parallèlement la littérature scientifique regorge de débats et d'études comparatives sectorielles actualisant la pertinence des instruments de mesure en termes de validité ou de fiabilité. Plus précisément, l'étude de la relation client fait émerger des mesures calibrées au niveau de la qualité perçue, de la satisfaction, de la

confiance, de l'engagement et de la fidélité.

Articulé autour de cinq chapitres pouvant être abordés indépendamment les uns des autres, le lecteur trouvera dans cet ouvrage :

- Un état des lieux des preuves scientifiques concernant les impacts et performances associés à chaque concept étudié.
- Une revue de la littérature concernant les concepts, leurs dimensions et leur mesure.
- Une liste d'échelles de mesure parmi les plus utilisées dans les publications de haut niveau en marketing, en faisant état des cas particuliers des contextes d'étude (complétée par des annexes constituant une boîte à outils récapitulative).
- Une discussion sur les nouvelles perspectives ou polémiques concernant chaque concept.
- Une étude de cas dont l'objectif est de mettre en lumière la pertinence d'une démarche scientifique au sein d'une problématique opérationnelle mais aussi des arbitrages nécessaires pour un opérationnel face à ces instruments scientifiques. Chaque étude de cas se prolonge par un site web où se trouvent bases de données, traitements statistiques et recommandations opérationnelles.

Cet ouvrage de référence dresse le bilan des ressources scientifiques permettant d'évaluer la satisfaction des clients

Download and Read Online L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers
Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen #MOPXR0QNEUH

Lire L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen pour ebook en ligneL'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen à lire en ligne.Online L'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen ebook Téléchargement PDFL'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen DocL'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen MobipocketL'étude de la relation client: Le marketing scientifique à l'usage des managers par Jacques Angot, Ruben Chumpitaz, Valérie Swaen EPub

MOPXR0QNEUHMOPXR0QNEUHMOPXR0QNEUH