

مقدمة في رضا العملاء - يعد قياس رضا العملاء من أبرز آليات التقييم والمتابعة. - تحقيق رضا العميل هو عملية مستمرة عبر الزمن لتحقيق ولاءه و المحافظة عليه واكتساب عملاء جدد إذ لا تسعى المؤسسة فقط لإرضاء زبائنهم، بل هي في بحث دائم عن الوسائل التي تمكنها من تحسين مستويات الرضا وكذلك الإجابة على حالات عدم الرضا و معالجتها. وايضا في مجال الخدمات تتولد حالة عدم الرضا من مجموعة من الفجوات يجب تقليصها للعودة إلى حالة الرضا . - كل التحولات التي مست مختلف الجوانب و المجالات التسويقية جاءت نتيجة لحتمية واحدة هي تطور نظرة التسويق و نظرة المؤسسة إلى الزبون لبناء علاقة وطيدة معه و زيادة تأثيره على القرارات الاستراتيجية في المؤسسة، فاتحه رجال التسويق في ظل هذا التحول إلى القيام بدراسات و بحوث سلوك المستهلك للتعرف و لتحديد بدقة حاجاته و رغباته و كل ما يتعلق بإجراءات اتخاذ قرار الشراء و نتائج تقييم هذا القرار،